



**GLOBAL  
ENTREPRENEURSHIP  
MONITOR REPORTE  
NACIONAL  
DE CHILE 2013**

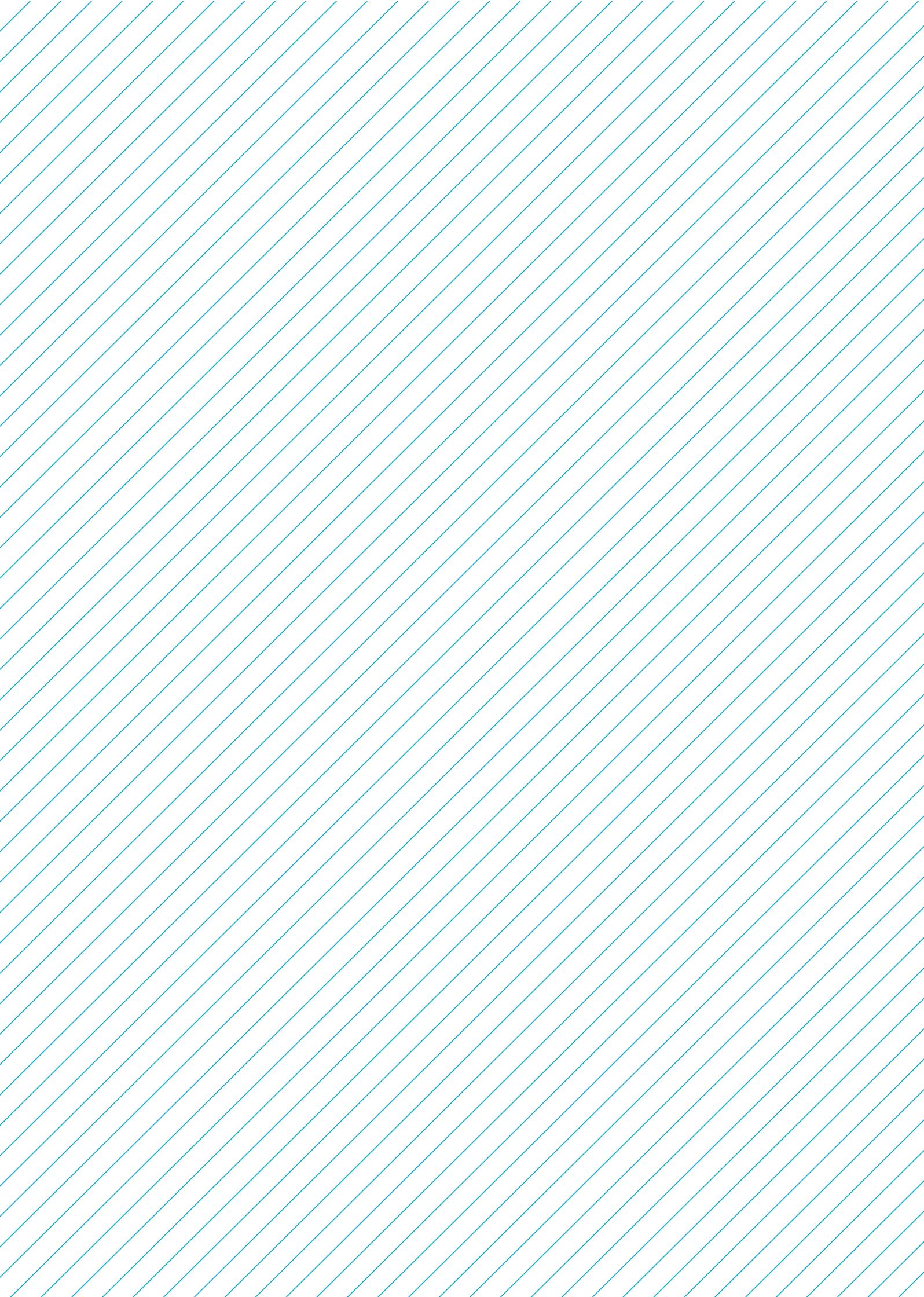
JOSÉ ERNESTO AMORÓS

ANTONIO ACHA



Universidad del Desarrollo





# GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

## REPORTE NACIONAL DE CHILE 2013

© Universidad del Desarrollo, 2014.

**José Ernesto Amorós,**  
Universidad del Desarrollo

**Antonio Acha,**  
Universidad del Desarrollo

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

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

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

#### REGISTRO PROPIEDAD INTELECTUAL

Inscripción N°: 240439

Santiago - Chile

ISBN: 978-956-7961-66-5

Diseño: Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo

Impreso en Chile / Printed in Chile

Fotos cortesía de ChileTravel y [www.123rf.com](http://www.123rf.com)

Salesianos impresores S.A. / Santiago de Chile

Fono: 56-2-5307914 / RUT: 96.751.950-2



Universidad del Desarrollo



# CONTENIDOS

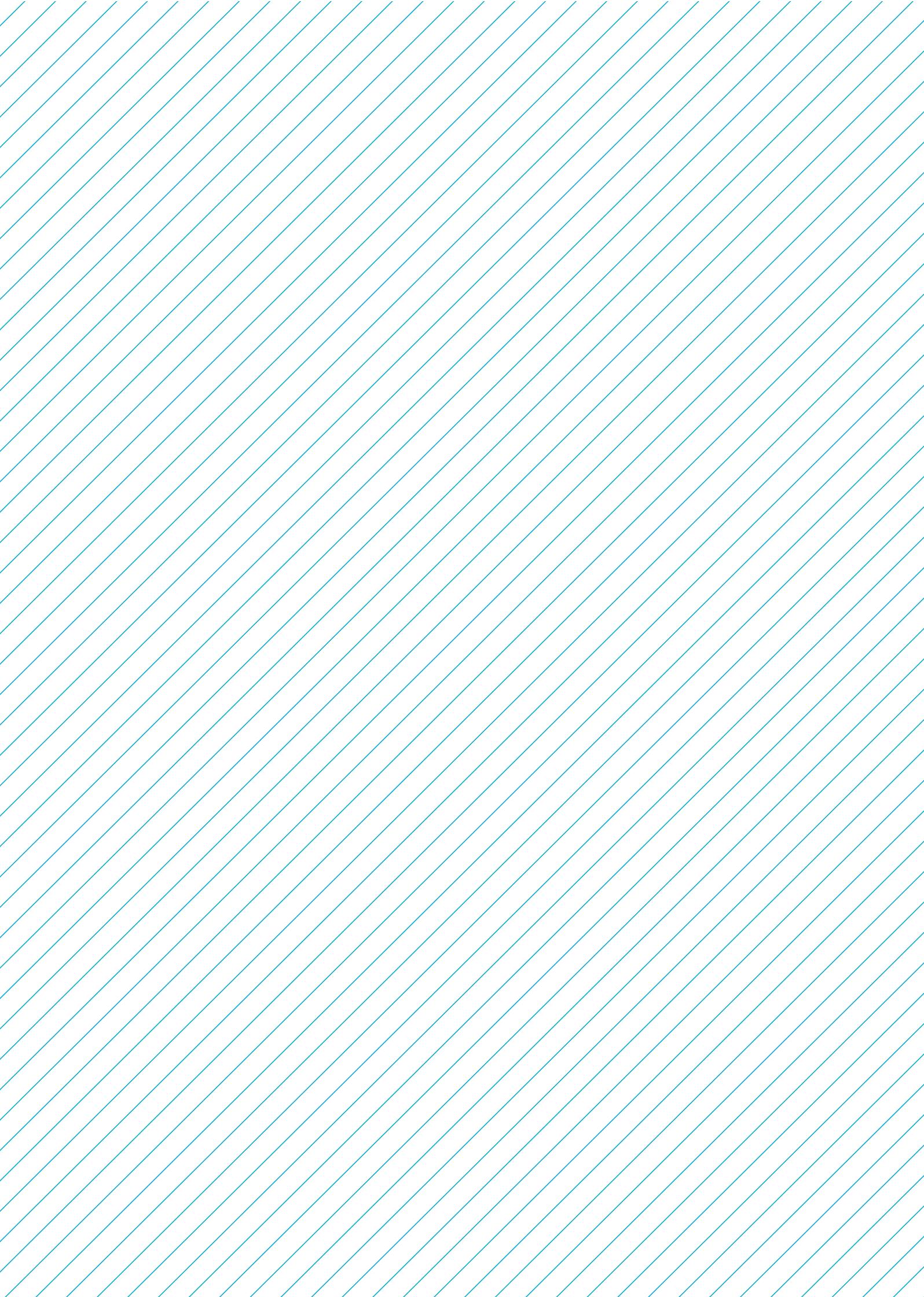
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	<b>8</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO: ¿CÓMO ES EL EMPRENDIMIENTO EN CHILE?</b> .....	<b>9</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>14</b>
1.1 ACERCA DEL GEM .....	14
1.2 CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO EN EL GEM .....	15
1.3 EL MODELO DEL GEM .....	16
1.4 LA METODOLOGÍA DEL GEM .....	18
1.5 SOBRE ESTE REPORTE .....	19
<b>2. ACTITUD EMPRENDEDORA</b> .....	<b>20</b>
2.1 CONOCIMIENTO DE OTROS EMPRENDEDORES .....	25
2.2 PERCEPCIÓN DE CAPACIDADES .....	25
2.3 OPORTUNIDADES PERCIBIDAS .....	25
2.4 MIEDO AL FRACASO .....	26
<b>3. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA</b> .....	<b>28</b>
3.1 MOTIVACIONES PARA EMPRENDER .....	34
3.2 DISTRIBUCIÓN POR SECTORES .....	36
3.3 EDAD Y GÉNERO .....	37
3.4 NIVEL EDUCATIVO .....	39
3.5 NIVEL DE INGRESOS .....	40
3.6 SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRENDEDORES .....	41
3.7 DESCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS .....	42
<b>4. ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES</b> .....	<b>44</b>
4.1 EXPECTATIVAS DE ALTO CRECIMIENTO .....	44
4.2 COMPETITIVIDAD .....	49
<b>5. FACTORES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER</b> .....	<b>54</b>
5.1 METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA A EXPERTOS .....	55
5.2 ANÁLISIS GENERAL DE LAS CONDICIONES PARA EMPRENDER .....	56
5.3 CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN CHILE .....	58
5.4 CONDICIONES QUE COMPLEMENTAN EL CONTEXTO EMPRENDEDOR .....	68
<b>6. CONCLUSIONES</b> .....	<b>76</b>
<b>7. REFERENCIAS</b> .....	<b>79</b>
<b>8. FICHA METODOLÓGICA</b> .....	<b>81</b>
8.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA .....	81
8.2 ENCUESTA A EXPERTOS .....	81
8.3 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS EXPERTOS SEGÚN ESPECIALIDAD .....	81
8.4 EXPERTOS CONSULTADOS .....	82
<b>9. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE</b> .....	<b>84</b>
9.1 EQUIPO GEM CHILE .....	84
<b>10. COLABORADORES</b> .....	<b>85</b>
<b>11. PATROCINADORES</b> .....	<b>86</b>

## TABLAS

<b>TABLA 2.1</b> Actitud hacia el emprendimiento en los 67 países participantes en el GEM 2013 por región geográfica. ....	22
<b>TABLA 3.1</b> Actividad emprendedora en los 67 países participantes en el GEM 2013 por región geográfica .....	29
<b>TABLA 3.2</b> Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales en países de América Latina y el Caribe .....	32
<b>TABLA 3.3</b> Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales en países miembros de la OECD .....	33
<b>TABLA 4.1</b> Expectativas de generación de empleo en los países participantes en el GEM 2013 .....	46
<b>TABLA 5.1</b> Condiciones de la actividad emprendedora .....	55
<b>TABLA 5.2</b> Promedio de cada condición de la actividad emprendedora en los países OECD .....	56
<b>TABLA 5.3</b> Conversión de escala de likert de 5 puntos a índice de -2 a +2 .....	58

## FIGURAS

<b>FIGURA 1.1</b> El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM .....	15
<b>FIGURA 1.2</b> El modelo del GEM .....	16
<b>FIGURA 1.3</b> Características de las fases de desarrollo y foco principal .....	17
<b>FIGURA 1.4</b> El modelo y definiciones del GEM .....	19
<b>FIGURA 2.1</b> Intención de iniciar una actividad emprendedora en los países participantes en el GEM 2013 .....	24
<b>FIGURA 2.2</b> Promedio de la actitud hacia el emprendimiento según nivel de desarrollo económico .....	25
<b>FIGURA 2.3</b> Factores de influencia en la percepción de los encuestados según etapa del emprendimiento .....	26
<b>FIGURA 3.1</b> Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en los países participantes en el GEM 2013 .....	31
<b>FIGURA 3.2</b> Balance de las motivaciones para emprendedores en etapas iniciales .....	34
<b>FIGURA 3.3</b> Actividad emprendedora en etapas iniciales por región en Chile .....	35
<b>FIGURA 3.4</b> Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales por motivación para emprender .....	36
<b>FIGURA 3.5</b> Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales .....	37
<b>FIGURA 3.6</b> Distribución por sectores en emprendimientos establecidos .....	37
<b>FIGURA 3.7</b> Emprendimiento en etapas iniciales según grupo de edad y fase de desarrollo económico .....	38
<b>FIGURA 3.8</b> Emprendimientos establecidos según grupo de edad y fase de desarrollo económico .....	38
<b>FIGURA 3.9</b> Tasa de emprendimiento en etapas iniciales (TEA) según fase de desarrollo económico y sexo .....	39
<b>FIGURA 3.10</b> Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora .....	40
<b>FIGURA 3.11</b> Actividad emprendedora según ingreso familiar .....	41
<b>FIGURA 3.12</b> Actividad emprendedora según tipo de empleo .....	41
<b>FIGURA 3.13</b> Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento según tipo de economía .....	42
<b>FIGURA 4.1</b> Expectativas de generación de empleo como porcentaje del total de actividad emprendedora .....	48
<b>FIGURA 4.2</b> Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores .....	49
<b>FIGURA 4.3</b> Novedad de los productos ofrecidos .....	50
<b>FIGURA 4.4</b> Intensidad de la competencia esperada .....	50
<b>FIGURA 4.5</b> Uso de nuevas tecnologías o procesos .....	51
<b>FIGURA 4.6</b> Expectativa de expansión de mercado .....	51
<b>FIGURA 4.7</b> Actividad emprendedora y orientación internacional .....	52
<b>FIGURA 5.1</b> Modelo de cómo el proceso emprendedor afecta al crecimiento económico nacional .....	54
<b>FIGURA 5.2</b> Indicadores del contexto para el emprendimiento según fase de desarrollo económico y Chile (1/2) .....	57
<b>FIGURA 5.3</b> Indicadores del contexto para el emprendimiento según fase de desarrollo económico y Chile (2/2) .....	58
<b>FIGURA 5.4</b> Evolución del contexto emprendedor de Chile, 2011-2013 .....	59
<b>FIGURA 5.5</b> Evaluación de la transferencia de I+D .....	60
<b>FIGURA 5.6</b> Apoyo financiero para el emprendimiento .....	61
<b>FIGURA 5.7</b> Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento .....	62
<b>FIGURA 5.8</b> Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes .....	63
<b>FIGURA 5.9</b> Evaluación de la infraestructura comercial y profesional .....	64
<b>FIGURA 5.10</b> Evaluación de las normas sociales y culturales .....	65
<b>FIGURA 5.11</b> Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento .....	66
<b>FIGURA 5.12</b> Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento .....	67
<b>FIGURA 5.13</b> Evaluación de acceso a infraestructura física para los negocios .....	68
<b>FIGURA 5.14</b> Evaluación de las habilidades para crear nuevas empresas .....	69
<b>FIGURA 5.15</b> Evaluación de la protección sobre la propiedad intelectual .....	70
<b>FIGURA 5.16</b> Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas de alto potencial .....	71
<b>FIGURA 5.17</b> Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora .....	72
<b>FIGURA 5.18</b> Evaluación de la percepción de oportunidades .....	73
<b>FIGURA 5.19</b> Evaluación de la valoración de la innovación .....	74
<b>FIGURA 5.20</b> Valoración social del ser empresario .....	75



# PRESENTACIÓN

El emprendimiento y la innovación son términos que se han instaurado en muchos ámbitos del quehacer económico y social en Chile y se han transformado como ejes de diversos programas públicos y privados. Para quienes hemos trabajado, estudiando y analizando el fenómeno del emprendimiento en Chile, nos alegramos del gran desarrollo que la actividad emprendedora ha tenido el país lo cual ha quedado manifestado en las extraordinarias cifras de creación de nuevas empresas. En este contexto, el proyecto GEM ha sido un aporte relevante para entender el ecosistema emprendedor e innovador en Chile.

El GEM ha medido la dinámica emprendedora de más de 100 economías, lo cual lo ha convertido en el más extenso proyecto de investigación sobre emprendimiento a nivel internacional. En Chile ya con más de una década de mediciones, el GEM se ha constituido un referente dado su alcance nacional y regional, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más grandes del país. El proyecto GEM ha cubierto 12 regiones del país incluyendo la Región Metropolitana de Santiago y por primera vez en el ciclo 2013 hemos hecho un estudio específico en una comuna, Peñalolén, gracias al esfuerzo de académicos y profesionales del ámbito del emprendimiento y creación de negocios. Esto, sin duda, ha permitido que los datos del GEM sean un importante aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública. Esto reafirma firmemente en nuestra vocación de seguir ofreciendo datos de calidad para entender el complejo fenómeno del emprendimiento en Chile.

Queremos agradecer a las universidades e instituciones asociadas a nivel regional que participaron en el año 2013, Universidad de Tarapacá, Corporación Privada para el Desarrollo de la Universidad Arturo Prat, Corporación para la Competitividad e Innovación Región de Atacama, Universidad Católica del Norte (sede Antofagasta y Coquimbo), Universidad Técnica Federico Santa María (casa central y sede Concepción), Universidad Católica de la Santísima Concepción, Universidad del Desarrollo (sede Concepción) y Universidad de la Frontera, así como a sus coordinadores e investigadores, y a sus diferentes auspiciadores. Agradecemos el invaluable tiempo y ayuda a los más de 400 informantes claves que respondieron la encuesta sobre las condiciones nacionales y regionales para el emprendimiento. Asimismo, nuestro más sincero agradecimiento a las más de 6700 mujeres y hombres encuestados anónimos que son un pilar fundamental de esta investigación. Con su ayuda desinteresada podemos tener más y mejor información sobre las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras.

**José Ernesto Amorós, PhD**  
Coordinador GEM Chile.

# RESUMEN EJECUTIVO: ¿CÓMO ES EL EMPRENDIMIENTO EN CHILE?

En el año 2013 el Global Entrepreneurship Monitor, GEM, ha completado su decimoquinto ciclo anual, lo cual ha posicionado al GEM como uno de los proyectos académicos más importantes a nivel internacional sobre emprendimiento. El GEM genera información relevante al proporcionar medidas acerca de las actitudes, actividades y características de los individuos partícipes en las diferentes fases que conlleva emprender. De igual manera son analizadas las aspiraciones que estos emprendedores tienen respecto a sus negocios, así como otros factores claves de sus proyectos. Durante el 2013, más de 197.000 individuos alrededor del mundo fueron encuestados, y aproximadamente 3.800 expertos en emprendimiento participaron en el estudio que cubre más de 70 países de prácticamente todos los continentes y regiones del mundo y que a su vez representa una amplia gama de niveles de desarrollo. La muestra total de personas utilizada durante el ciclo 2013 representan aproximadamente un 75% de la población mundial, y un 90% de PIB mundial.

Entre el creciente número de países partícipes del proyecto GEM, estos son agrupados por zonas geográficas: África Sub-sahariana, Oriente Medio y África del Norte, América Latina y el Caribe, Asia Pacífico, Europa (diferenciando entre aquellas que son parte de la Unión Europea, y aquellas que no) y América del Norte. Adicionalmente se considera la clasificación utilizada en el *World Economic Forum's Global Competitiveness Report*, diferenciando tres etapas para los niveles de desarrollo de los países: Economías basadas en recursos, Economías basadas en eficiencia y Economías basadas en la innovación. Usando ambas clasificaciones, es posible comparar países en similares niveles de desarrollo y/o posición geográfica.

Nuestro país es una economía basada en eficiencia en la transición hacia ser una economía basada en la innovación, aspecto que lo ha llevado a ser uno de los países más competitivos de la región. Esto también le imprime características diferenciadoras a la actividad emprendedora nacional.

El GEM en Chile, durante el ciclo 2013 ha utilizado como muestra a 6703 personas mayores de 18 años. Para constituir esta muestra se realizó un muestreo representativo a nivel nacional mas muestras adicionales regionales de la Región de Tarapacá, Región de Antofagasta, Región de Atacama, Región de Coquimbo, Región de Valparaíso, Región del Biobío, Región de la Araucanía, Región Metropolitana, Región de Arica y Parinacota y por primera vez un análisis particular en la comuna de Peñalolén. Adicionalmente se realizó una consulta a un total de 422 informantes claves considerados expertos en emprendimiento provenientes de diferentes sectores, actividades y regiones.

Las principales características que definen el emprendimiento y los emprendedores en las áreas de Actitud, Actividad, Aspiraciones y Contexto, son presentadas a continuación.

# LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTITUDES DE LOS EMPRENDEDORES EN CHILE:

## Oportunidades percibidas

El 73,9% de los emprendedores en etapas iniciales y 66,6% de los emprendedores establecidos considera que habrá buenas oportunidades de negocio para los próximos 6 meses.

## Capacidades percibidas

El 82,3% de los emprendedores en etapas iniciales y 86,4% de los emprendedores establecidos considera que posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa.

## Intenciones emprendedoras

El 47% de la población no involucrada en actividades emprendedoras señala que espera crear un nuevo negocio dentro de los próximos 3 años.

## Miedo al fracaso

Al 20,2% de los emprendedores en etapas iniciales y 22,9% de los emprendedores establecidos, el temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio.

## Emprendimiento como una elección de carrera deseable

El 69,4% de los emprendedores en etapas iniciales y el 71,1% de los emprendedores establecidos señala que la mayoría de las personas considera que el emprendimiento es una opción de carrera deseable.

## Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores

El 69,6% de los emprendedores en etapas iniciales y 64,9% de los emprendedores establecidos piensa que los emprendedores exitosos son respetados y gozan de un gran prestigio.

## Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento

El 67,7% de los emprendedores en etapas iniciales y 67,4% de los emprendedores establecidos considera que existe una alta cobertura mediática, pues los medios de comunicación con frecuencia muestran historias de emprendimientos exitosos.

# LAS CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN CHILE

## **Actividad emprendedora en etapas iniciales**

Se estima que el 24,3% de la población adulta del país (18-64 años) está involucrada en un emprendimiento en etapas iniciales, es decir, entre 0 y 3,5 años.

## **Emprendedores establecidos**

Se estima que el 11,6% de la población adulta del país (18-64 años) es propietario y gestor de un negocio establecido, es decir, mayor a 3,5 años.

## **Edad**

La edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 38,7 años, mientras que la edad promedio de los establecidos es de 45,9 años.

## **Escolaridad**

El 56% de los emprendedores en etapas iniciales tiene niveles educativos más allá de la educación obligatoria.

## **Motivación**

El 76,6% de los emprendedores iniciales manifestó que su motivación para emprender fue una oportunidad de negocio y el 20,1% lo hizo por necesidad.

## **Sector Económico**

El 57,4% de los emprendedores iniciales y el 50% de los establecidos se encuentran insertos en el sector de servicio al consumidor.

## **Dedicación**

El 39,5% de los emprendedores iniciales y el 61,2% de los establecidos se declaran autoempleados.

## **Creación de Empleo**

El 54,7% de los emprendedores iniciales y el 54,4% de los establecidos esperan contratar de uno a cinco trabajadores en los próximos 5 años.

## **Nivel de Ingresos**

Prácticamente la mitad de los emprendedores en etapas iniciales se encuentra en los estratos socio-económicos C2 y C3.

# PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES EN CHILE:

## **Emprendedores en etapas iniciales con altas perspectivas de generación de empleo.**

Se estima que el 3,11% de la población adulta (18-64 años) tiene un emprendimiento en etapa temprana que quiere generar 20 o más empleos en los próximos cinco años.

## **Novedad de los productos o servicios ofrecidos**

El 47% de los emprendedores en etapas iniciales y el 45 % de los emprendedores establecidos consideran que su negocio ofrece productos o servicios que son novedosos para sus clientes.

## **Intensidad de la competencia esperada**

El 43,5% de los emprendedores en etapas iniciales y 62,8% de los emprendedores establecidos considera que muchos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios.

## **Uso de nuevas tecnologías o nuevos procesos**

Solo el 12,7% de los emprendedores en etapas iniciales y 3,3 % de los emprendedores establecidos declaran que usa muy nuevas tecnologías (o nuevos procesos) en sus negocios.

## **Expectativa de expansión de mercado**

El 59,5% de los emprendedores en etapas iniciales y 54,5% los emprendedores establecidos señalan que tendrá una moderada expansión de mercado.

## **Actividad emprendedora y orientación internacional**

El 67,6% de los emprendedores en etapas iniciales y 60,4% de los emprendedores establecidos manifiestan que entre el 1 y 25% de sus clientes provienen del extranjero, lo cual indica un crecimiento en la orientación internacional del emprendimiento.

# PRINCIPALES INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN EL PAÍS:

- Según la opinión de los expertos consultados, el país se ha destacado en aspectos relacionados con políticas y programas públicos pro-empresariado, lo que lo sitúa con una evaluación por arriba del promedio de los países de la OECD que participan en el GEM.
- Otro aspecto en el cual también Chile ha mejorado comparativamente es en las normas sociales y culturales, es decir, cómo la sociedad en su conjunto valora positivamente a los emprendedores y sus actividades.
- En específico, el factor del contexto nacional que sigue presentando un importante déficit es la transferencia de investigación y desarrollo, es decir, cómo el conocimiento científico-tecnológico se traspaasa entre los principales actores del sistema de I+D y cómo esto puede favorecer a las nuevas empresas.
- El financiamiento al emprendimiento se presenta este año como el segundo factor negativamente evaluado, principalmente por la percepción de falta de fondos privados. En contraparte, la evaluación de subsidios gubernamentales ha mejorado la evaluación.
- La educación y formación para el emprendimiento también sigue siendo una de las grandes barreras para incentivar la creación de nuevas empresas en el país. Según la opinión de los expertos esta carencia se ve principalmente en la educación básica y secundaria.
- Otro aspecto que es mal evaluado es la facilidad que tienen las nuevas empresas para acceder al mercado interno, donde existen algunas barreras que obstaculizan la libre competencia.
- En aspectos positivos se destacan la buena percepción que existe sobre el apoyo a la creación de nuevas empresas desde el ámbito de las políticas de gobierno, así como la evaluación de los programas específicos pro emprendimiento.
- El factor que consistentemente obtiene buenas evaluaciones es el acceso a infraestructura física que facilita la puesta en marcha y operación de los negocios.
- Los expertos también son críticos respecto a la capacidad promedio de la población para capitalizar las habilidades y conocimientos para crear una nueva empresa.
- Los expertos, sin embargo, son muy positivos y optimistas respecto a que en el país hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas.

# 1. INTRODUCCIÓN



El emprendimiento se ha convertido en un término ampliamente abordado en todo el mundo. Para un creciente grupo de actores económicos políticos y sociales, incluidos los propios emprendedores y también para buena parte de la ciudadanía en general, el emprendimiento está asociado al desarrollo económico y al bienestar. Desde sus inicios el proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM se fijó como parte de sus objetivos principales el estudiar cómo el emprendimiento se relaciona directamente con el crecimiento económico. Sin embargo hoy en día también es bien sabido que el emprendimiento tiene muchas facetas y características particulares.

Precisamente el GEM ha adoptado una visión holística y dinámica del emprendimiento reconociendo un amplio espectro de este tipo de actividades que van desde el auto-empleo a los "intra-emprendedores", es decir individuos que emprenden dentro de una organización establecida.

Con el ciclo 2013 el proyecto GEM internacional cumplió quince años de existencia. Durante ese periodo se ha analizado la transversalidad del emprendimiento a través de la generación de diversos indicadores que incluyen desde el inicio de nuevos negocios, hasta temas especiales como el emprendimiento social, educación para el emprendimiento o la actividad emprendedora de los empleados. En Chile con esta medición se tienen once ciclos donde adicionalmente a los indicadores tradicionales del GEM, se ha puesto énfasis en el tema de mujeres emprendedoras y a partir del año 2007 también hemos analizado la actividad emprendedora regional. Así el GEM Chile se ha consolidado como un proyecto sin duda relevante para entender la dinámica emprendedora del país. A continuación se explica de manera general que es el proyecto GEM y su metodología.

## 1.1 Acerca del GEM

El proyecto GEM ha contribuido a entender la compleja relación entre emprendimiento y desarrollo. Desde los inicios del proyecto en el año 1997, donde se estudiaron 10

países, el GEM ha procurado subsanar la carencia de datos por medio de la recolección de información relevante sobre la dinámica emprendedora. Dado el crecimiento del proyecto, en el año 2004 se conformó la Global Entrepreneurship Research Association (GERA) para servir como órgano de supervisión del GEM. GERA es una organización sin fines de lucro regida por representantes de los equipos nacionales, las dos instituciones fundadoras, Babson College y la London Business School, así como por miembros de las instituciones patrocinadoras del proyecto.

La misión del GERA es contribuir al desarrollo económico global a través de la iniciativa emprendedora. Para lograr esto, el consorcio del GERA busca incrementar el conocimiento sobre el emprendimiento en todo el mundo mediante la realización y difusión de investigación de clase mundial a través de:

- Descubrir y medir los factores que impactan el nivel de la actividad emprendedora entre las economías.
- Ayudar a identificar las políticas que incentivan niveles adecuados de actividad emprendedora.
- Aumentar la influencia de la educación en el apoyo a la iniciativa emprendedora.

Específicamente, el proyecto GEM se focaliza en estos objetivos fundamentales:

1. Medir las diferencias en los niveles de actividad emprendedora entre países;
2. Determinar cómo la actividad emprendedora influencia el crecimiento económico;
3. Develar los factores determinantes de los niveles nacionales de actividad emprendedora y;
4. Identificar las políticas nacionales que pueden mejorar los niveles nacionales de actividad emprendedora.

El GEM explora el rol de la actividad emprendedora en la economía, poniendo especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, el

modelo del GEM reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de las naciones, así como las diferencias en el papel y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas. Con esto, el GEM se basa en tres premisas: la primera es que el emprendimiento es importante para el desarrollo, ya que la prosperidad económica y social depende en buena parte de la dinámica emprendedora. Evidentemente las economías son heterogéneas. De esta manera, en algunas prevalece un mayor nivel de emprendimiento “por necesidad” (que puede ser una respuesta al desempleo), mientras que en las economías más desarrolladas prevalece el concepto de oportunidad de negocio vinculada a la innovación. Una segunda premisa es que son los individuos quienes a través de su motivación y capacidad inician los nuevos negocios y éstos pueden ser reforzados por la percepción social positiva sobre el espíritu emprendedor. Así el GEM pone énfasis en el concepto de explotación de oportunidades (Shane y Venkataraman, 2000) donde son justamente los individuos los que llevan a cabo la actividad emprendedora. Los beneficios del emprendimiento son relevantes, porque involucran la participación de todos los grupos de la sociedad, incluidas las mujeres, diferentes grupos etarios y con diferentes niveles de educación, y las minorías desfavorecidas. Por último, una tercer premisa es que la generación de nuevas empresas es un elemento clave para la creación de nuevos empleos y a su vez parte importante de la competitividad nacional depende de las iniciativas emprendedoras innovadoras.

### 1.2 Concepto de Emprendimiento en el GEM

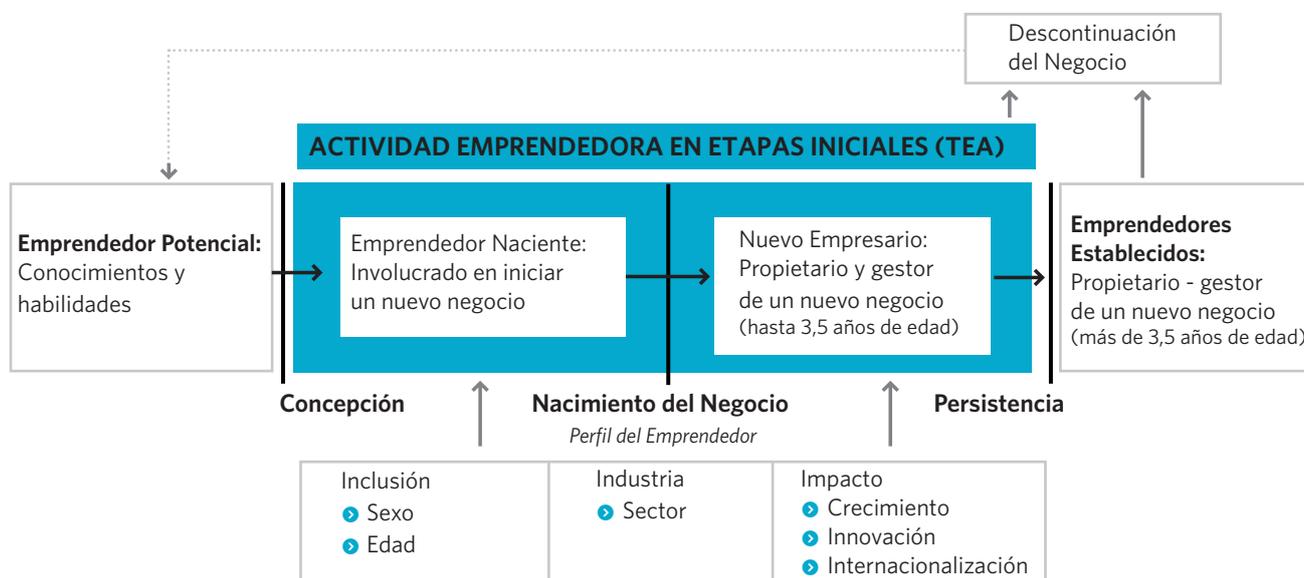
El emprendimiento es un fenómeno complejo que se extiende en varios contextos. Frente a esto, el GEM adopta una visión amplia del emprendimiento y se focaliza en el rol jugado por diferentes individuos en el proceso emprendedor. A diferencia de la mayoría de las bases de datos sobre emprendimiento, que miden la creación de nuevas empresas, el GEM estudia las características de las personas con respecto al comienzo y gestación de un negocio. Esto lo diferencia de otras fuentes de información, muchas de las cuales recopilan datos sobre la inscripción de nuevas empresas. Estas empresas son, en la mayoría de los casos, iniciadas por individuos. Aún en el caso de organizaciones establecidas, las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras varían de acuerdo a las personas.

Otro principio rector de la investigación del GEM es que el emprendimiento es un proceso. Por lo tanto, el GEM compara más allá de las actitudes y aspiraciones emprendedoras de aquellos que están o no comprometidos con emprender. También analiza actitudes, actividades y aspiraciones en diferentes fases del emprendimiento, desde las intenciones generales hasta una fase inicial o “naciente” de los negocios que están en gestación, siguiendo con los nuevos negocios que pueden ser identificados como aquellos que han comenzado operaciones, hasta la fase del negocio establecido y posiblemente la discontinuación del negocio.

Un emprendedor que ha tenido éxito en crear y mantener un negocio ha pasado por todo el proceso. Los procesos emprendedores comienzan antes de que el negocio sea 100% operativo. Alguien que recién comienza un emprendimiento y trata de sobrevivir en un mercado muy competitivo es un emprendedor, a pesar de no tener aspiraciones de gran crecimiento. Por otra parte, una persona que ha estado envuelto en negocios por un número significativo de años y es innovador, competitivo y tiene una mentalidad orientada al crecimiento, sigue siendo un emprendedor. Asimismo, el proceso natural de discontinuación del negocio es parte del ciclo de esta dinámica. Incluso muchos emprendedores una vez cerrados algunos de sus proyectos continúan con otros casi de forma inmediata (Bosma y Levie, 2010; Hessels y otros, 2010). El GEM suministra un paraguas bajo el cual una variedad de características emprendedoras, tales como motivación, innovación, competitividad y aspiraciones de alto crecimiento, pueden ser estudiadas sistemática y rigurosamente.

Dentro de este contexto, la recolección de datos del GEM cubre el ciclo de vida del proceso emprendedor y mira a la persona a partir del momento en el que compromete recursos para iniciar un negocio del cual tiene la expectativa de ser dueño (emprendedor naciente); cuando ya es dueño y dirige un nuevo negocio y ha pagado salarios por más de tres meses, pero por no más de 42 meses (dueño de un nuevo negocio); y cuando es dueño y dirige un negocio establecido que ha estado en operación por más de 42 meses (dueños de negocios establecidos). La **Figura 1.1** resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

**Figura 1.1: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM**



Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribuciones por más de tres meses a cualquier persona, incluyendo los dueños, es considerado el “momento del nacimiento” de un negocio. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios depende de la antigüedad de la nueva empresa. Los que han pagado salarios o sueldos por más de tres meses y menos de 42 meses pueden ser considerados nuevos empresarios. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La suma de los emprendimientos nacientes y la de los dueños de nuevos negocios es lo que el GEM denomina Actividad Emprendedora de Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity). El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aún cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus actividades pueden tener un efecto beneficioso en la economía, porque tanto el ingreso de nuevos competidores y los eventuales nuevos productos y servicios que éstos ofrecen, pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño.

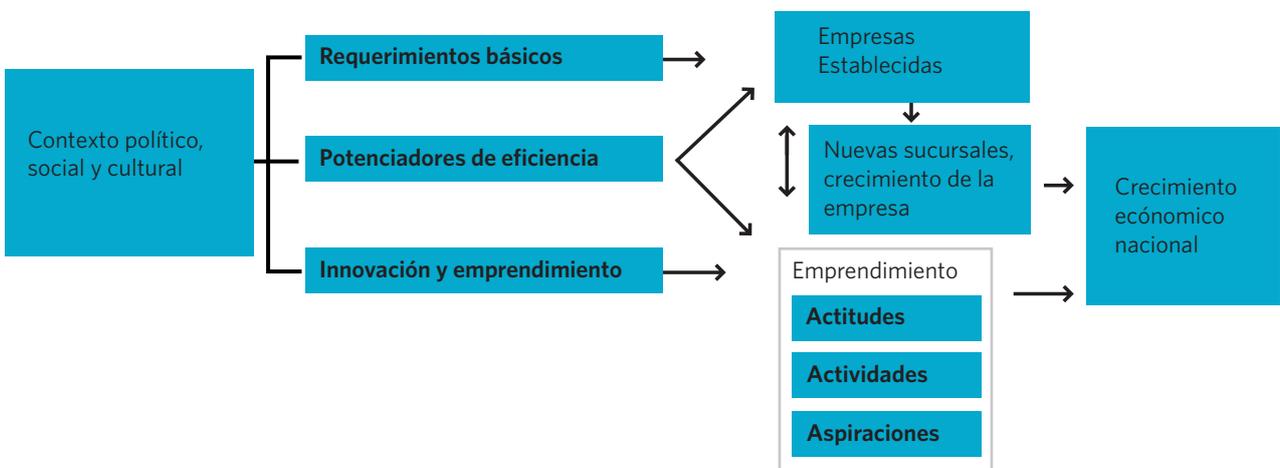
Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como emprendedores establecidos. Sus negocios han sobrevivido el denominado

“valle de la muerte” y han dejado las etapas iniciales. En un país una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la sobrevivencia de las empresas. Sin embargo, si un país exhibe altos niveles de emprendimientos establecidos combinados con un bajo grado de actividad emprendedora en etapas iniciales, indica un bajo nivel de dinamismo en la actividad emprendedora.

### 1.3 El Modelo del GEM

Como se ha comentado, existe un amplio consenso acerca de la importancia del emprendimiento para el desarrollo. No obstante, la contribución de los emprendedores a la economía también varía en relación a la fase de desarrollo económico. El modelo del GEM hace una distinción entre las fases del desarrollo económico, en línea con la tipología de Porter y otros (2002) que utiliza el Reporte Mundial de Competitividad del World Economic Forum, es decir, “economías basadas en recursos”, “economías basadas en la eficiencia” y “economías basadas en la innovación”. Cada una de estas etapas también posee diferentes características, las cuales se ven reflejadas en distintos aspectos de la actividad productiva. Como se muestra en la **Figura 1.2**, el Modelo del GEM recoge estas características para tratar de medir el efecto de la actividad emprendedora en el crecimiento económico de los países.

**Figura 1.2: El modelo del GEM**



El modelo del GEM remarca que el emprendimiento está compuesto por actitudes, actividades y aspiraciones personales, y que están directa e indirectamente involucradas en actividades emprendedoras. A su vez, esto depende de la sofisticación y grado de innovación que haya en la economía, lo que también depende de cierto contexto político, social y cultural. Esto no implica que una economía más desarrollada no requiera de los elementos básicos y de eficiencia para llegar a una “economía emprendedora basada en la innovación”. Asimismo, los países menos desarrollados requieren ir mejorando las condiciones previas a la innovación, pero esto no conlleva a que no haya emprendimiento. Por ejemplo, existe la idea que el nivel de actividad de auto-empleo impulsada por la necesidad es alto, particularmente cuando los niveles de desarrollo económico son bajos, esto porque es posible que una economía no sea capaz de

sostener un gran número de trabajos en sectores de alta productividad. De este modo, a medida que una economía se desarrolla, los niveles de actividad emprendedora por necesidad gradualmente declinan, debido a que los sectores productivos crecen y generan más oportunidades de empleo. Al mismo tiempo, el emprendimiento por oportunidad tiende a elevarse, introduciendo un cambio cualitativo en la actividad emprendedora tomada en su conjunto.

A continuación se describen cada una de las partes principales del modelo GEM.

#### El Contexto para el Emprendimiento

El espíritu emprendedor es un aspecto omnipresente de la acción humana, pero que su manifestación depende del entorno institucional (Baumol, 1990; Boettke y Coyne,

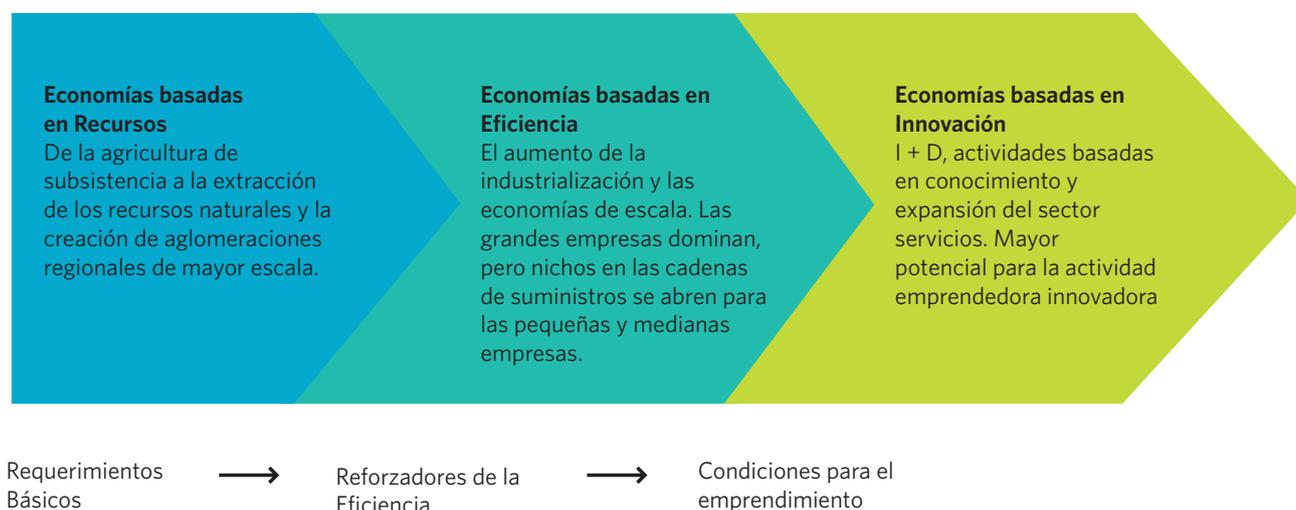
2003). El modelo del GEM resalta la relevancia de las denominadas Condiciones del Marco para el Emprendimiento (Entrepreneurial Framework Conditions) como un indicador del potencial de un país para impulsar el emprendimiento (ver Bosma y otros, 2008). Los requisitos para el emprendimiento reflejan las principales características del ambiente socio-económico del país, las cuales pueden tener un impacto significativo sobre el emprendimiento. A su vez, esos requisitos también dependen de la fase de desarrollo económico en que se encuentre el país.

Las condiciones nacionales relevantes para la actividad económica basada en los recursos y en la eficiencia, también se han adoptado de las mismas que remarca el Reporte Mundial de Competitividad 2012 (Schwab y Sala-i-Martin, 2012). Respecto a las economías basadas en la innovación, el modelo del GEM hace una contribución adicional en relación al desarrollo económico, al identificar las condiciones que son específicas tanto a la innovación y al emprendimiento. Como Acs y otros (2003) proponen, el emprendimiento transforma la innovación en resultados económicos y una falta de emprendimiento puede entonces ser vista como un cuello de botella para que los países basados en la innovación puedan lograr un mayor crecimiento.

Es importante reconocer que los tres principales tipos de desarrollo económico (basado en recursos, eficiencia o en innovación) están presentes en todas las economías nacionales, pero su prevalencia relativa –y contribución al desarrollo económico varía entre cada país. La propuesta del Reporte Mundial de Competitividad es que cada fase del desarrollo económico tiene una combinación diferente de estas tres actividades. Las tres fases están denominadas de acuerdo a la actividad que es la más significativa para la fase y así, la importancia relativa de las condiciones del marco emprendedor para un país puede variar de acuerdo a la etapa de desarrollo económico.

Para las economías basadas en recursos, el énfasis está puesto en los requisitos básicos: el desarrollo de las instituciones, la infraestructura, la estabilidad macroeconómica, la salud y la educación primaria. Los requisitos básicos ayudarán a sostener el emprendimiento por necesidad, pero no contribuyen del todo a facilitar el emprendimiento por oportunidad. A medida que la economía progresa y las economías de escala se vuelven más relevantes, otras condiciones, que son denominadas reforzadoras de la eficiencia, aseguran que el funcionamiento adecuado del mercado se vuelva algo importante. Aún cuando estas condiciones no están directamente relacionadas con el emprendimiento en el sentido que le dio Schumpeter (1912 [1934]) y su concepto de “destrucción creativa”, sí están indirectamente relacionadas dado que el potencial desarrollo de nuevos mercados atraerá más emprendimientos. Para países cuyo desarrollo está basado en la innovación, las condiciones para el emprendimiento se vuelven más importantes, ya que apalancan el desarrollo económico en mayor medida que los requisitos básicos o los reforzadores de la eficiencia. Los detalles de cuál es el rol del emprendimiento en cada fase del desarrollo económico están descritos en la **Figura 1.3**.

**Figura 1.3: Características de las fases de desarrollo y foco principal**



**Emprendimiento: actitudes, actividades y aspiraciones**

Existen diferentes opiniones sobre emprendimiento y, por lo tanto, diversas definiciones de él. Desde Cantillón (1755) hasta las más recientes visiones y conceptos sobre el emprendimiento se ha resaltado su naturaleza multifacética y holística. Por lo tanto, se han identificado diversos elementos que son comunes al concepto de emprendimiento (Godin y otros, 2008). Tomando en cuenta muchos de estos conceptos, como ya se mencionó, el Modelo del GEM identifica tres componentes principales del emprendimiento: actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras (Acs y Szerb, 2011). Una combinación óptima de estos componentes y su interrelación pueden conformar un sistema emprendedor que ayude al desarrollo económico.

Las actitudes emprendedoras son el grado en que las personas piensan que hay buenas oportunidades para comenzar un negocio, o el grado en que asignan un alto estatus y reconocimiento a los emprendedores. Otras actitudes relevantes podrían incluir el nivel de riesgo que la persona está dispuesta a soportar y la percepción que ésta tiene de sus propias habilidades, conocimientos y experiencia en la creación de un negocio.

Las actitudes hacia el emprendimiento son importantes porque expresan la percepción general de la población hacia los emprendedores y su actividad. Es importante para los países tener personas que puedan reconocer valiosas oportunidades de negocio y que perciban en sí mismas la existencia de habilidades requeridas para explotar dichas oportunidades. Además, si las actitudes hacia el emprendimiento son positivas, esto generará apoyo cultural, recursos financieros, y beneficios de red para aquellos que son realmente emprendedores o quieren comenzar un negocio.

Las actividades emprendedoras son heterogéneas, sin embargo, un aspecto importante es el grado en que las personas están creando nuevas actividades de negocios, tanto en términos absolutos como en relación a otras actividades económicas, tales como el cierre de negocios. Dentro de este aspecto se pueden distinguir diferentes tipos de actividades emprendedoras. Por ejemplo, la creación de negocios puede variar según el sector industrial, tamaño del equipo fundador, el hecho que si el nuevo emprendimiento es legalmente independiente de otros negocios, así como también en las características demográficas del fundador, como género, edad o educación.

La actividad emprendedora suele ser vista como un proceso continuo más que como un acontecimiento aislado. Esta es la razón por la cual el GEM mide las intenciones emprendedoras, así como la actividad de negocios en la fase naciente, nueva y establecida. El análisis de la actividad emprendedora también permite explorar las diferencias entre los procesos emprendedores a lo largo de las tres fases principales del desarrollo económico nacional. Por ejemplo, la actividad de negocios nacientes y nuevos se espera que sea mayor en economías basadas en recursos, fundamentalmente porque muchas de ellas son motivadas por necesidad. En economías basadas en la innovación, la proporción de emprendimientos por oportunidad se espera que sea mayor que en las economías basadas en recursos o en eficiencia.

Finalmente, las aspiraciones emprendedoras reflejan la naturaleza cualitativa de la actividad empresarial. Por ejemplo, los emprendedores tienen diferentes aspiraciones con respecto a su negocio como son el grado de innovación que tendrán sus productos o servicios, nuevos procesos productivos, el procurar acceso a mercados externos o cómo financiar el crecimiento del negocio. No obstante, de concretizarse estas aspiraciones, éstas pueden afectar significativamente el impacto económico de estas actividades emprendedoras.

La innovación de productos y procesos, la internacionalización y las ambiciones por procurar altos niveles de crecimiento son consideradas el sello del emprendimiento impulsado por la ambición o las altas aspiraciones. Es así como el GEM ha creado mediciones para capturar estas aspiraciones.

**1.4 La Metodología del GEM**

Una vez que se ha definido el modelo general y las principales definiciones, se explica la metodología que sigue el proyecto GEM. Éste tiene dos instrumentos con los que recopila información primaria, es decir datos directamente de la fuente de estudio. El primero de estos instrumentos es denominado Encuesta a la Población Adulta y el segundo se denomina Encuesta a Expertos. Adicionalmente el GEM utiliza diversas fuentes secundarias para complementar los indicadores de emprendimiento y hacer comparaciones con otros datos relevantes a nivel internacional.

La Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey, APS) se hace a un mínimo de 2000 adultos, entre 18 y 64 años por país participante en el proyecto. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara o una combinación de ambos, principalmente durante los meses de mayo a agosto de cada año. En esta encuesta se hacen preguntas precisas acerca de la participación en –y la actitud hacia– el emprendimiento. Con esto se recopilan los datos con los que se analiza en profundidad los elementos del modelo del GEM que tienen relación directa con las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de las personas a nivel nacional, situando a los diferentes países dentro de este contexto internacional.

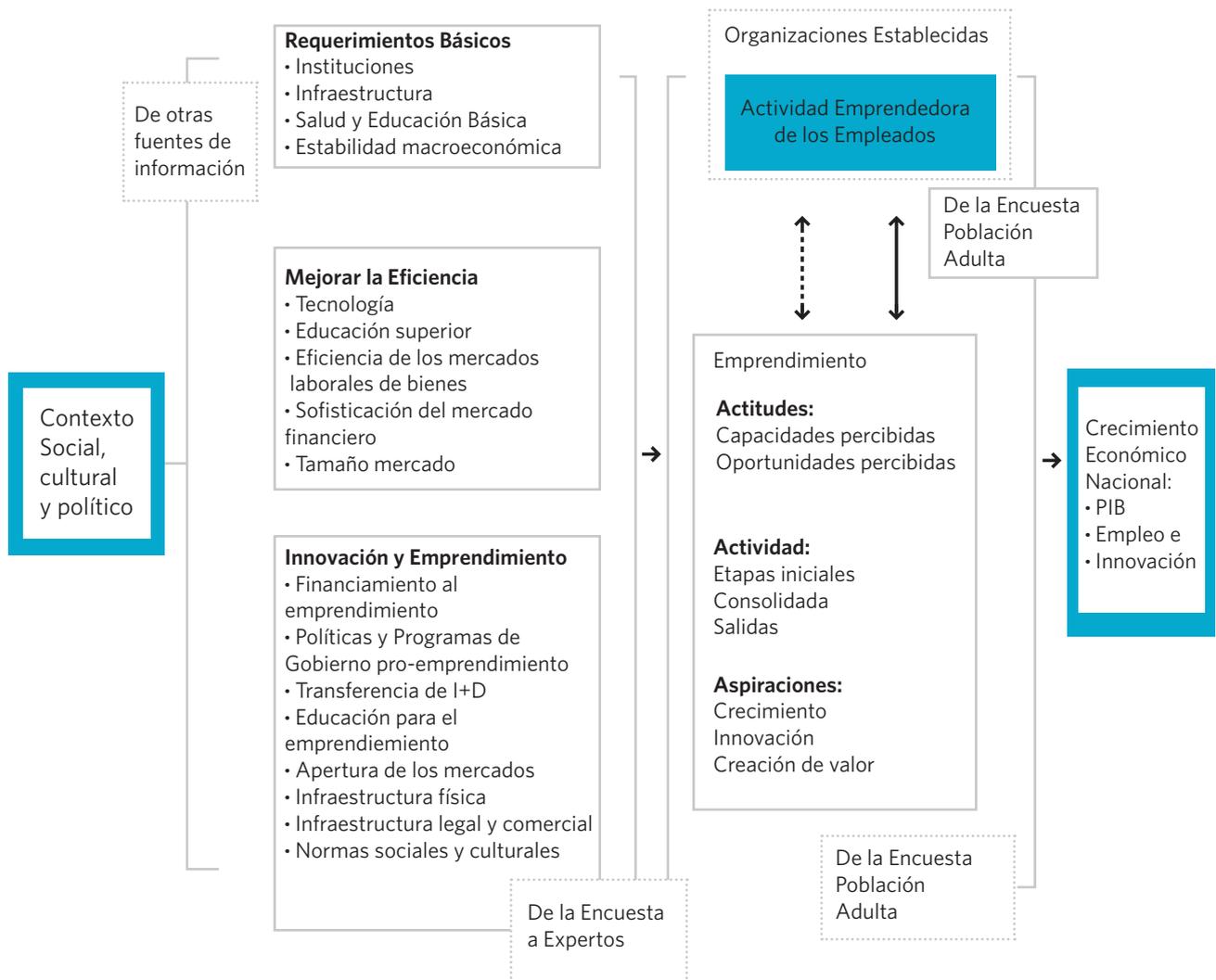
La Encuesta Nacional de Expertos (National Expert Survey, NES) es una encuesta más de tipo cualitativa, que recoge información de las condiciones del marco emprendedor, de cada país. Es una encuesta de percepción que es aplicada a un mínimo de 36 personas que son catalogadas como expertos y expertas, ya sea porque tienen un amplio conocimiento del contexto emprendedor del país o bien porque son emprendedores de gran trayectoria que han “vivido en carne propia” el proceso emprendedor.

Cada año se agregan o modifican algunas de las preguntas tanto a la APS como a la NES con la finalidad de obtener la información sobre temas espaciales. Por ejemplo, los temas especiales más recientes fueron la actividad emprendedora de los inmigrantes y el intraemprendimiento. Esto conlleva a hacer algunas modificaciones al modelo sobre todo en la parte de operacionalización lo cual difiere del primer modelo conceptual del GEM. Cabe destacar que Chile es uno de los países del GEM que ha puesto mayor énfasis en el enfoque regional, lo cual ha permitido tener una mayor cantidad y

calidad de datos. Así, en el 2013, en el país se han realizado un poco más de 6700 encuestas a la población adulta y una amplia consulta a expertos nacionales que nos ha llevado a tener más de 350 expertos de nueve regiones y por primera vez también estudiar una comuna en particular que es la Comuna de Peñalolén.

Teniendo en cuenta las definiciones y la metodología en la **Figura 1.4** se muestra el Modelo del GEM completo.

**Figura 1.4: El modelo y definiciones del GEM**



### 1.5 Sobre este reporte

La información del ciclo 2013 está dividida en los diferentes elementos de la dinámica emprendedora que mide el GEM. En este reporte queremos dar cuenta de los indicadores de la dinámica emprendedora (actitud, actividad y aspiraciones) así como el contexto para emprender en Chile y también se incluyen algunos indicadores globales de los diferentes países que participaron en el GEM 2013, poniendo especial énfasis en los miembros de la OECD.

## 2. ACTITUD EMPRENDEDORA



20

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

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

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

Sin embargo, es necesario enfatizar que tener solo una actitud positiva hacia el emprendimiento no es determinante en la materialización de la idea de negocio por más que aumente la propensión a querer emprender. La decisión de emprender

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

Se ha observado que países más pobres poseen mayores niveles de emprendimiento, no obstante, el mayor porcentaje de éstos se origina como una solución alternativa para poder generar ingresos debido a que el mercado laboral no ofrece estabilidad o no hay mucha oferta de empleos. En estos casos, el desarrollo de la idea de negocio es básicamente el medio de subsistencia que tienen las personas.

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

La **Tabla 2.1** muestra varios indicadores del GEM referentes a las actitudes emprendedoras para cada uno de los países participantes en el 2013 (Amorós y Bosma, 2014). De forma general se observa que las actitudes emprendedoras tienen mayores indicadores en países menos desarrollados como los africanos. Se destaca sobre todo la alta propensión que tiene la población a emprender medido en términos de intención de crear un nuevo negocio. Casi un 47% de la población económicamente activa de los países de África subsahariana estudiados dijo que tenía deseo de emprender un nuevo negocio en los próximos 6 meses. En contraste en algunos países desarrollados de Europa y Norte América donde pese a tener buenas actitudes y percepciones hacia el emprendimiento, los niveles de intención son relativamente bajos. La explicación de este fenómeno estaría en las diferentes características nacionales; desde trabas burocráticas asociadas a la constitución de una empresa -las que reducen el atractivo de emprender-, hasta una excesiva protección al empleo, lo que podría desanimar a emprender a quienes están empleados, aún cuando tengan percepciones emprendedoras positivas.

A la izquierda de la tabla están los indicadores relacionados de forma directa con la percepción sobre las oportunidades, capacidades y miedo al fracaso. Como ya ha sido mencionado, las regiones que reúnen a los países en vías de desarrollo tienen en promedio una mayor percepción de oportunidades, manifiestan mayores capacidades emprendedoras y menor miedo al fracaso que los países más desarrollados. Esto se acentúa particularmente en América Latina y África donde existe una alta propensión a emprender (Amorós y Bosma, 2014).

En la derecha de la **Tabla 2.1**, los indicadores restantes miden las actitudes nacionales hacia el emprendimiento. El primero evalúa el porcentaje de personas que considera que el ser emprendedor es una opción de carrera deseable. Este indicador varía sustancialmente entre países pero en promedio nuevamente es más bajo en los países más desarrollados. Una de las explicaciones a esto se debe a que el desarrollo económico genera un aumento en la oferta de empleo. El segundo indicador permite saber si las personas sienten que en su entorno inmediato hay emprendedores exitosos. Al igual que en el caso anterior, también se observan diferencias según las fases de desarrollo económico, pese a que éstas son menores, destacándose de nuevamente África y el Medio Oriente con mayor indicadores. En relación a la cobertura de los medios de comunicación, este tercer indicador entrega una aproximación respecto a la popularidad del emprendimiento. En general en este aspecto no se observan mayores diferencias en promedio respecto a las fases de desarrollo económico, sin embargo, al analizar los países destacan casos como los de Brasil y Ghana quienes cuentan con emprendedores con alta cobertura mediática, mientras que países como Hungría y Grecia se encuentran con una realidad opuesta. Estos ejemplos, permiten evidenciar lo complejo que es el fenómeno del entrepreneurship y cómo los factores socioculturales afectan la actitud hacia el emprendimiento.

La **Figura 2.1** analiza con más detalle el indicador de intención de emprender entre los países participantes del GEM en 2013, Los que fueron agrupados de acuerdo a su

nivel de desarrollo económico. Como ya se comentó, son los países menos desarrollados, es decir los basados en factores de producción, quienes presentan los mayores indicadores, especialmente los países africanos.

**Tabla 2.1: Actitud hacia el emprendimiento en los 67 países participantes en el GEM 2013 por región geográfica**

<i>País</i> <i>Región</i>	<i>Percepciones de oportunidades</i>	<i>Percepciones de capacidades</i>	<i>Miedo al fracaso*</i>	<i>Intenciones emprendedoras**</i>	<i>Emprendimiento como opción de carrera deseable</i>	<i>Alto estatus a los emprendedores exitosos</i>	<i>Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento</i>
<b>AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE</b>							
Argentina	40,9	61,7	30,2	35,4			
Brasil	50,9	52,6	42,7	29,4	84,6	82,2	84,1
<b>Chile</b>	<b>68,4</b>	<b>59,6</b>	<b>31,4</b>	<b>47,3</b>	<b>69,1</b>	<b>67,2</b>	<b>66,3</b>
Colombia	67,7	57,8	35,2	57,2	90,9	71,4	67,5
Ecuador	57,3	74,3	37,9	49,4	66,5	67,7	79,1
Guatemala	58,8	66,4	34,3	40,0	86,8	71,5	55,1
Jamaica	51,2	79,1	32,6	40,2	79,4	80,9	81,7
México	53,6	58,5	33,0	23,5	57,8	62,3	50,8
Panamá	58,7	66,4	27,9	34,7	64,4	59,2	70,4
Perú	61,0	62,2	26,2	38,3	70,4	71,2	71,5
Trinidad y Tobago	58,0	75,3	20,9	30,9	79,5	72,0	61,0
Uruguay	47,9	61,1	29,6	27,7	58,1	56,0	57,5
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>56,2</b>	<b>64,6</b>	<b>31,8</b>	<b>37,8</b>	<b>73,4</b>	<b>69,2</b>	<b>67,7</b>
<b>MEDIO ESTE Y NORTE DE ÁFRICA</b>							
Argelia	61,9	55,5	35,0	36,5	79,6	84,2	47,4
Irán	37,0	56,5	36,1	33,1	64,1	82,4	59,9
Israel	46,5	36,2	53,3	26,7	60,6	80,3	49,1
Libia	52,3	58,6	33,5	64,1	85,2	84,3	38,2
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>49,4</b>	<b>51,7</b>	<b>39,5</b>	<b>40,1</b>	<b>72,4</b>	<b>82,8</b>	<b>48,6</b>
<b>ÁFRICA SUBSAHARIANA</b>							
Angola	56,7	56,3	42,1	47,0	66,8	72,6	62,1
Botsuana	65,9	67,4	20,1	60,7	80,7	83,7	85,6
Ghana	69,3	85,8	25,6	41,4	81,6	94,1	82,4
Malawi	78,9	89,5	17,3	71,0	0,0	0,0	0,0
Nigeria	84,7	87,0	18,5	41,0	81,2	61,9	76,5
Sudáfrica	37,9	42,7	27,1	15,4	74,0	74,7	78,4
Uganda	81,1	83,8	17,7	58,4	88,3	95,3	87,5
Zambia	76,8	79,6	20,1	52,0	66,5	71,2	69,0
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>68,9</b>	<b>74,0</b>	<b>23,6</b>	<b>48,4</b>	<b>67,4</b>	<b>69,2</b>	<b>67,7</b>
<b>ASIA-PACÍFICO Y SUR DE ASIA</b>							
China	33,1	36,3	35,9	16,6	69,6	73,5	71,3
Corea	12,7	28,1	44,5	13,6	51,3	67,8	67,6
India	41,4	55,8	35,6	25,5	61,5	70,4	61,4
Indonesia	46,7	62,0	41,3	39,6	70,8	79,8	75,3
Filipinas	47,9	68,4	39,2	45,0	84,9	79,3	86,8
Japón	7,7	12,9	47,4	7,1	31,3	52,8	57,6
Malasia	40,7	28,0	32,3	13,3	41,8	45,0	62,2
Singapur	22,2	24,8	39,8	20,3	50,9	59,4	75,3
Taiwán	42,0	27,2	41,2	29,1	73,0	64,5	87,1
Tailandia	45,3	44,4	54,8	23,5	74,5	74,8	77,2

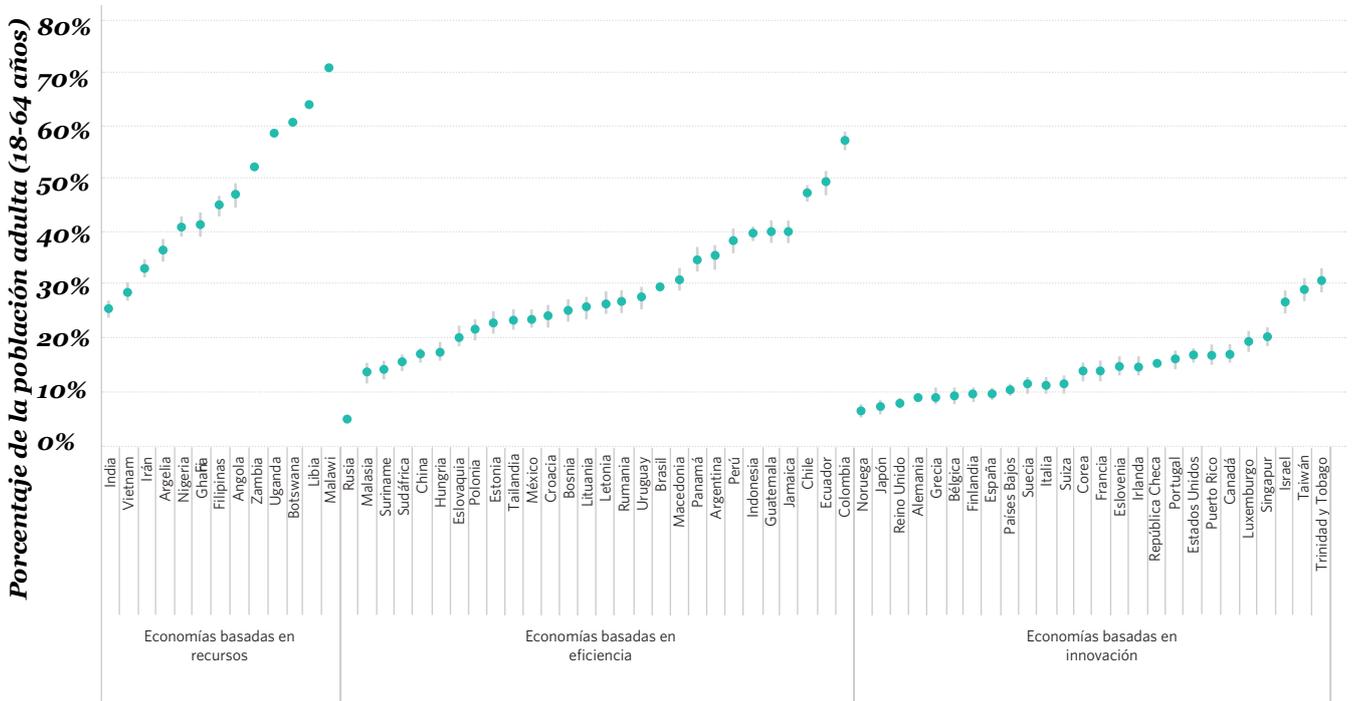
<i>País</i> <i>Región</i>	<i>Percepciones de oportunidades</i>	<i>Percepciones de capacidades</i>	<i>Miedo al fracaso*</i>	<i>Intenciones emprendedoras**</i>	<i>Emprendimiento como opción de carrera deseable</i>	<i>Alto estatus a los emprendedores exitosos</i>	<i>Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento</i>
Vietnam	36,8	48,7	60,5	28,8	63,4	81,5	80,5
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>34,2</b>	<b>39,7</b>	<b>43,0</b>	<b>23,9</b>	<b>61,2</b>	<b>68,1</b>	<b>72,9</b>
<b>UNION EUROPEA</b>							
Alemania	31,3	37,7	48,2	8,9	49,4	75,2	49,9
Bélgica	31,5	33,8	50,8	9,2	54,8	52,2	43,9
Croacia	17,6	47,2	46,0	24,1	61,5	43,1	42,9
Eslovaquia	16,1	51,0	44,5	20,3	49,2	58,5	51,7
Eslovenia	16,1	51,5	42,0	14,7	57,4	68,1	50,5
España	16,0	48,4	47,7	9,3	54,3	52,3	45,6
Estonia	46,1	40,0	47,8	22,9	53,2	58,6	40,7
Finlandia	43,8	33,3	41,1	9,3	44,3	85,5	68,5
Francia	22,9	33,2	45,3	13,7	55,3	70,0	41,4
Grecia	13,5	46,0	69,1	8,9	60,1	65,1	32,4
Hungría	18,9	37,5	47,9	17,4	45,7	74,1	28,4
Irlanda	28,3	43,1	45,3	14,7	49,6	81,2	59,9
Italia	17,3	29,1	56,2	11,3	65,6	72,4	48,1
Letonia	34,8	47,8	42,5	26,7	61,4	59,5	58,6
Lituania	28,7	35,4	49,4	25,7	68,6	57,2	47,6
Luxemburgo	45,6	43,3	49,6	19,2	39,4	70,6	36,3
Países Bajos	32,7	42,4	41,3	10,3	79,5	66,2	55,2
Polonia	26,1	51,8	56,3	21,4	66,8	59,9	58,5
Portugal	20,2	48,7	48,2	16,0			
Reino Unido	35,5	43,8	39,8	7,6	54,1	79,3	49,6
Republica Checa	23,1	42,6	42,9	15,3		47,8	
Rumanía	28,9	45,9	46,0	26,8	73,6	72,6	61,3
Suecia	<b>64,4</b>	<b>38,8</b>	<b>39,7</b>	<b>11,0</b>	<b>52,0</b>	<b>71,5</b>	<b>58,5</b>
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>28,7</b>	<b>42,3</b>	<b>47,3</b>	<b>15,9</b>	<b>56,9</b>	<b>65,5</b>	<b>49,0</b>
<b>PAISES EUROPEOS (NO UE)</b>							
Bosnia y Herzegovina	23,3	50,5	39,5	25,2	82,3	71,9	39,2
Macedonia	37,2	49,7	41,0	30,9	69,5	67,9	66,8
Noruega	63,7	34,2	33,3	6,2	49,3	75,5	56,9
Rusia	18,2	28,2	40,5	4,7	65,7	68,0	49,0
Suiza	41,5	44,7	35,5	11,3	40,5	65,0	47,8
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>36,8</b>	<b>41,5</b>	<b>38,0</b>	<b>15,7</b>	<b>61,5</b>	<b>69,7</b>	<b>51,9</b>
<b>AMÉRICA DEL NORTE</b>							
Estados Unidos	47,2	55,7	35,0	16,6			
Canadá	57,4	48,5	37,3	17,0	60,6	70,1	69,6
Puerto Rico	28,3	53,0	27,4	16,8	17,9	50,1	68,8
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>44,3</b>	<b>52,4</b>	<b>33,3</b>	<b>16,8</b>	<b>39,3</b>	<b>60,1</b>	<b>69,2</b>

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

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

+ Preguntas opcionales por lo que no todos los países las incluyeron.

**Figura 2.1: Intención de iniciar una actividad emprendedora en los países participantes en el GEM 2013 según fase de Desarrollo Económico**



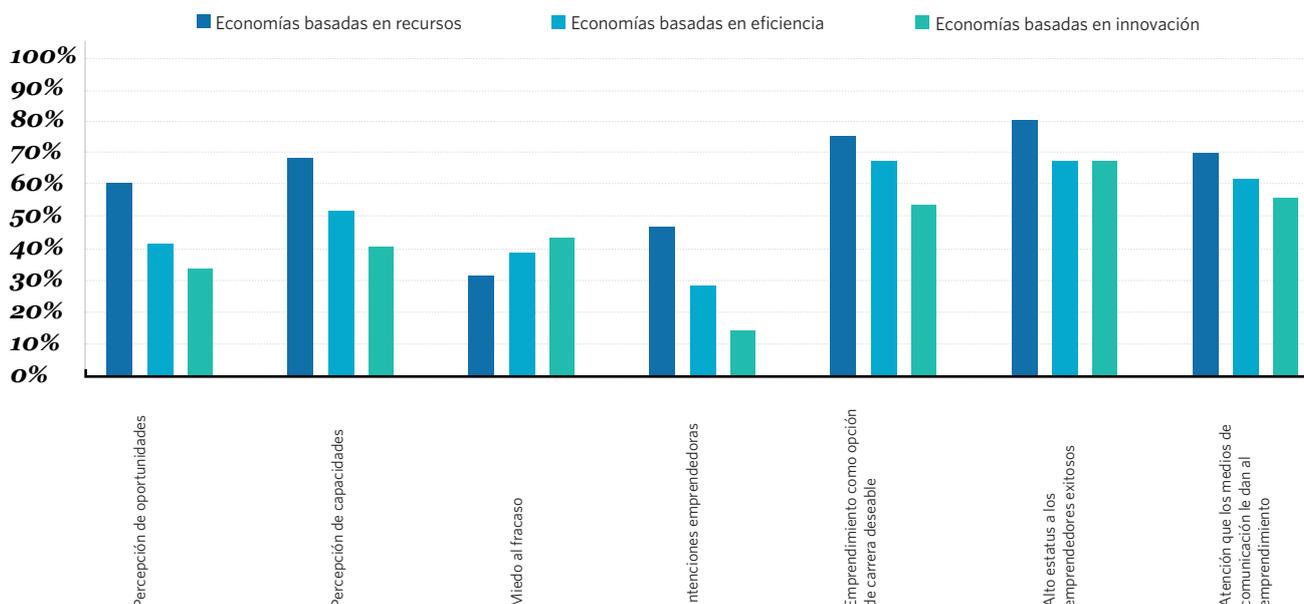
Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

Para el caso específico de Chile, se observa un aumento de cuatro puntos porcentuales en relación a lo observado el ciclo 2012. Para este ciclo, un 47% de la población adulta manifestó la intención de emprender, durante el periodo 2012 este valor fue de 43%.

Los altos niveles de intención de emprender no tienen una relación directa con el desarrollo económico. Por ejemplo, en las economías basadas en los recursos, que también tienen altos niveles de actividad emprendedora, el deseo de iniciar un negocio puede estar relacionado por un lado con la falta de oportunidades en el mercado laboral, pero

también por otro, dado que hay muchas carencias de mercado los potenciales emprendedores visualizan buenas oportunidades. De hecho, como se muestra en la **Tabla 2.1**, son los países de África Subsahariana quienes, en promedio, tienen la mayor percepción de oportunidades. La **Figura 2.2** muestra los promedios de los indicadores de actitud para cada grupo de países. En dicha figura se observa claramente que las economías basadas en recursos, en promedio, presentan mayores porcentajes en los indicadores de actitud, salvo miedo al fracaso que al tener una connotación inversa presenta menores niveles en los países menos desarrollados.

*El 47% de la población adulta de Chile manifiesta querer iniciar un nuevo negocio en el corto plazo*

**Figura 2.2: Promedio de la actitud hacia el emprendimiento según nivel de Desarrollo Económico**

Debido a que existe heterogeneidad en las personas, resulta relevante agrupar a la población en función de las diferentes fases de la actividad emprendedora (ver **Figura 1.1**), incluyendo también a aquellos que no tienen relación alguna con un emprendimiento. Así se puede analizar a quienes respondieron afirmativamente a cada una de las preguntas relacionadas con los factores de percepción descritos anteriormente. Adicionalmente existe una pregunta relacionada con el hecho de conocer a otros emprendedores.

Los porcentajes de respuestas afirmativas se muestran en la **Figura 2.3**. Aquí se observan las diferencias que existen entre aquellos individuos que están involucrados en alguna actividad emprendedora, ya sea directa o indirectamente, y aquellos que no lo están. A continuación se analizan cada una de estas variables para el caso de Chile.

### 2.1 Conocimiento de otros emprendedores

Uno de los factores que ayudan a consolidar un ecosistema emprendedor, son las relaciones personales y contactos que se establecen a partir de las redes que forman los emprendedores.

Por un lado se puede hablar de un “efecto imitación”, es decir más gente que observa y tiene contacto con emprendedores puede sentirse atraída hacia iniciar un nuevo negocio.

Por otro lado, el tener mayor capital social es muy relevante, ya que el tener vínculos con otros emprendedores potencialmente puede crear sinergias como transferencia de conocimiento, cooperación y, con el tiempo, nodos o polos específicos de desarrollo.

En el caso de Chile, el 30% de la población adulta, que no posee ningún contacto con el emprendimiento, menciona conocer a alguna persona que está iniciando un nuevo negocio. Sin embargo, aquellos que sí están ligados directa

o indirectamente con el emprendimiento poseen valores considerablemente superiores. Alrededor del 60% de aquellos que poseen alguna relación con el emprendimiento, ya sea porque son emprendedores o inversionistas informales, como los emprendedores nacientes, mencionan conocer otro emprendedor. Este porcentaje es 73% para los nuevos empresarios y 51% para los emprendedores establecidos.

### 2.2 Percepción de capacidades

Parte importante de la decisión de querer emprender estaría determinada por la percepción del emprendedor de poder desarrollar exitosamente el negocio. Dentro de este contexto, es posible ver que en nuestro país no sólo aquellos que son emprendedores consideran poseer los conocimientos y habilidades para poder iniciar un nuevo negocio. Un 46% de la población que no está involucrada con el emprendimiento considera que posee estas características y experiencia necesaria.

Como era de esperar las personas involucradas en algún tipo de actividad emprendedora se evalúan con mayores capacidades para iniciar un nuevo negocio. Los valores que se observan para los emprendedores en Chile no varían considerablemente dependiendo de la etapa en que se encuentra el negocio. En general, cerca del 84% de los emprendedores consideran poseer las capacidades para iniciar un negocio. Estos valores son levemente mayores a los observados el ciclo anterior.

### 2.3 Oportunidades percibidas

Una de las primeras etapas que pueden dar inicio al proceso emprendedor es la percepción de buenas oportunidades de negocio en el entorno donde se desenvuelven las personas. Es importante destacar que al momento de identificar una oportunidad, no necesariamente la persona tiene definido su deseo de ser emprendedor, sin embargo, sí existe una correlación importante.

Para el caso Chileno, durante el periodo 2013, el 66% de la población adulta, no directamente involucrada en actividad emprendedora, manifiesta que hay buenas oportunidades en el país. Esto es un dato muy alentador que da cuenta que independientemente de que una persona decida emprender, en Chile existe una buena percepción sobre el contexto para emprender respecto a oportunidades de negocio. Este indicador sube 3 puntos porcentuales respecto al ciclo 2012. Como es de esperarse, esta percepción sube en las personas emprendedoras donde más del 70% manifestó que hay buenas oportunidades. Estos valores también experimentan un alza sobre todo en los nuevos empresarios donde el 81% manifestó que en Chile hay buenas importunidades. Este dato puede ser consecuencia de los esfuerzos público-privados que se dieron en los últimos años como fueron “El Año de la Innovación” en el 2013 y el “Año del Emprendimiento” en el 2012. En el capítulo del contexto para emprender se analizará con mayor detalle estos aspectos.

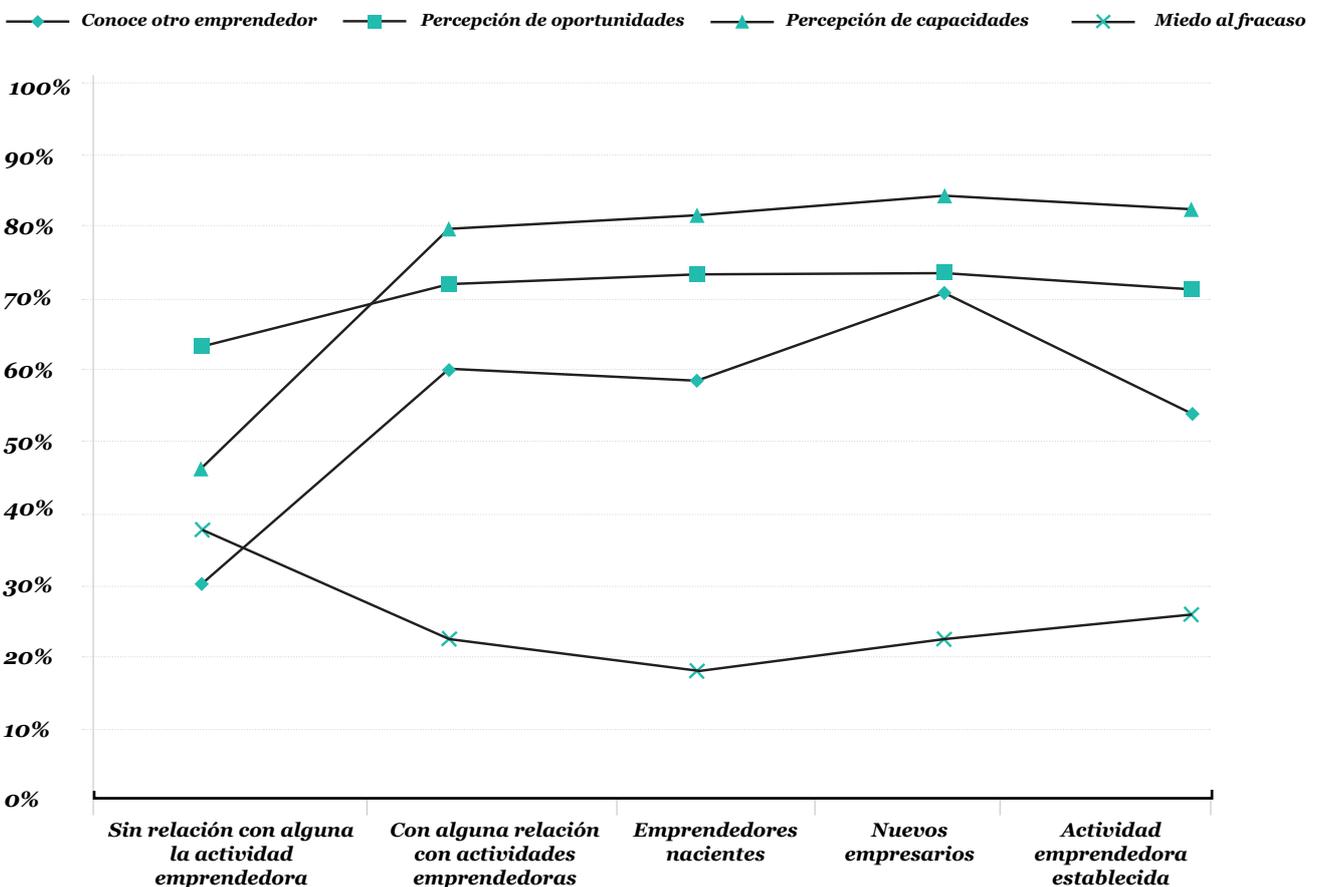
**2.4 Miedo al fracaso**

Uno de los principales desafíos que deben enfrentar los potenciales emprendedores es hacer frente a la posibilidad de fracasar. Aún cuando intrínsecamente las personas posean diferentes niveles de miedo al fracaso, una buena institucionalidad puede proveer un marco facilitador para incentivar la creación de nuevos negocios. Otro aspecto importante a considerar dentro de esta dimensión son los

aspectos sociales y culturales. Aún cuando se ha trabajado por reducir esta percepción negativa, en general aún existe una estigmatización al emprendedor que tuvo un fracaso empresarial.

Cerca del 38% de las personas que no tienen ninguna relación con el emprendimiento manifestaron que el miedo al fracaso es una barrera a emprender. Más específicamente, como ya se había señalado en la **Tabla 2.1**, el 31% de las personas que manifestó que había buenas oportunidades, siente que el miedo a fracasar es un impedimento para iniciar un negocio. Por consiguiente y como era de esperar, los emprendedores tienen mucho menos temor al fracaso sobre todo en etapas iniciales. Alrededor del 20% de los emprendedores manifestó que el temor a fracasar fue un factor dubitativo a la hora de iniciar un nuevo negocio, sin embargo lo sortearon. Para poder reducir la brecha entre un negocio potencial de uno real, es importante considerar que el proceso emprendedor incluye, dentro de sí, el fracaso empresarial. Éste debe considerarse como una oportunidad de aprendizaje y no como una situación negativa.

**Figura 2.3: Factores de influencia en la percepción de los encuestados según etapa del emprendimiento**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.



### 3. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



28

Como fue mencionado en la introducción, el GEM conceptualiza la actividad emprendedora como un proceso continuo que incluye a (1) los nuevos emprendedores que participan en la creación de un negocio, (2) los emprendedores dueños de nuevos negocios y (3) a quienes poseen un negocio ya establecido. Además, el GEM evalúa el ritmo y la naturaleza de la discontinuación de negocios. Como resultado, se dispone de los indicadores en las diferentes fases del proceso emprendedor. La **Tabla 2.1** muestra diferentes indicadores de la actividad emprendedora para los países participantes en el GEM 2013 agrupados por región geográfica. Uno de los indicadores más “tradicionales” que aporta el GEM es el de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés. El TEA es la proporción de personas entre los 18 y 64 años que actualmente se encuentra involucrada en un emprendimiento en calidad de emprendedor(a) naciente o como propietario(a) o gerente(a) o propietario de un nuevo negocio. A nivel general, se observa que el patrón común en relación a la actividad emprendedora es que los países en las regiones más desarrolladas presentan menores indicadores. Esta situación, que se repite con las motivaciones para emprender, se explicaría dado que a medida que un país se desarrolla tiende a disminuir el porcentaje de personas que emprenden motivadas por necesidad, por lo que los países basados en la innovación tienden a presentar tasas más bajas de emprendimientos basados por necesidad. Cabe mencionar que, en relación a los motivadores que impulsan un emprendimiento, existen variaciones en los porcentajes del nivel de desarrollo y ubicación geográfica, ya que cada país tiene un conjunto único de condiciones políticas, económicas y sociales que repercuten en la actividad emprendedora.

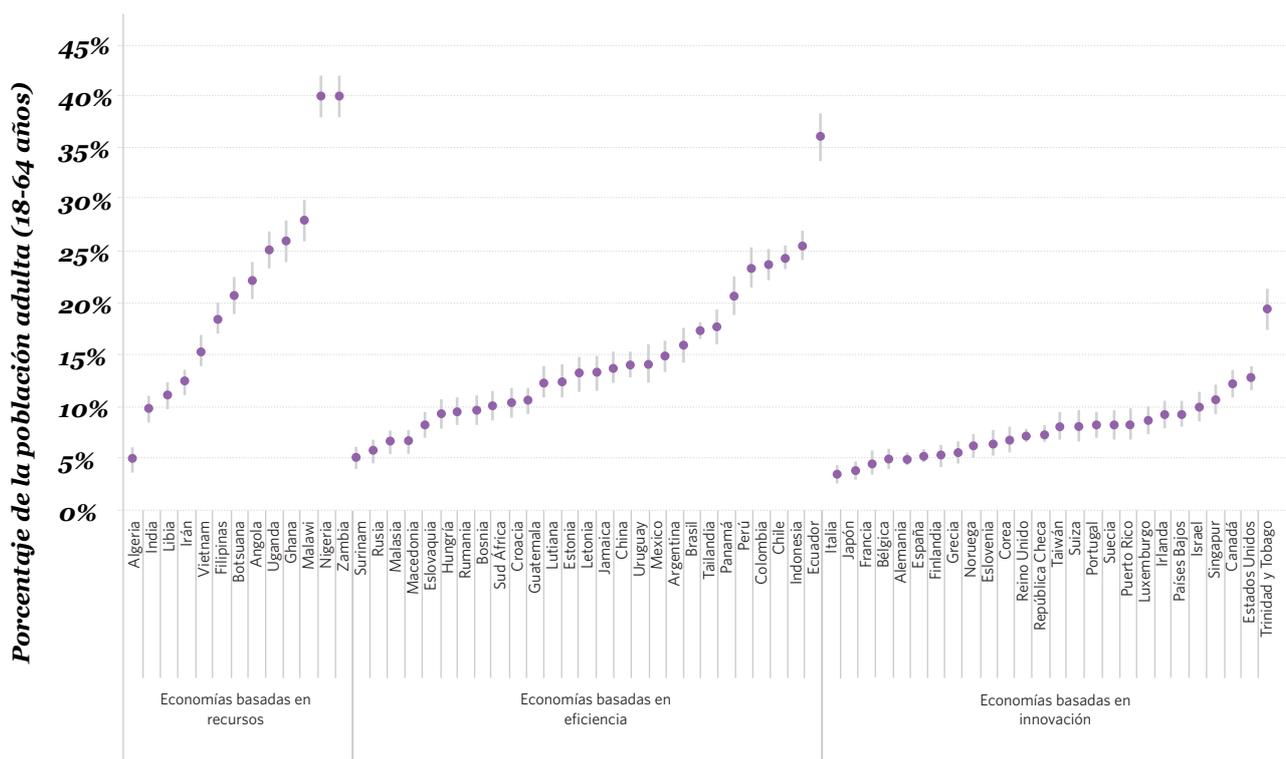
En la **Figura 3.1** se presenta el TEA para cada país participante en el GEM durante el 2013, donde los países se encuentran agrupados por fase de desarrollo económico y al interior de cada grupo los países fueron ordenados de forma ascendente respecto al TEA. Si las barras verticales a cada lado de la estimación del TEA no coinciden, implica que tienen diferencias estadísticamente significativas. Esta estimación sirve como referencia para que los países puedan observar su nivel de TEA y compararse con otros países dentro de su fase de desarrollo.

Tabla 3.1: Actividad emprendedora en los 67 países participantes en el GEM 2013 por región geográfica

<i>País</i> <i>Región</i>	<i>Actividad emprendedora naciente</i>	<i>Nuevos negocios, gerentes y propietarios</i>	<i>Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)</i>	<i>Negocios, gerentes y propietarios establecidos</i>	<i>Descontinuación de negocios</i>	<i>Descontinuación de negocios</i>	<i>Actividad emprendedora por oportunidad: independencia y mayor ingreso (% del TEA)</i>
<b>AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE</b>							
Argentina	10,5	5,6	15,9	9,6	3,8	29,8	47,4
Brasil	5,1	12,6	17,3	15,4	2,8	28,6	57,4
<b>Chile</b>	<b>15,4</b>	<b>9,6</b>	<b>24,3</b>	<b>8,5</b>	<b>5,5</b>	<b>20,1</b>	<b>57,7</b>
Colombia	13,6	10,3	23,7	5,9	3,0	18,1	26,7
Ecuador	25,3	13,6	36,0	18,0	6,2	33,6	32,1
México	11,9	3,3	14,8	4,2	4,8	6,7	26,3
Guatemala	7,6	4,9	12,3	5,1	2,4	31,4	44,2
Jamaica	8,0	6,0	13,8	6,3	5,8	40,6	34,2
Panamá	15,4	5,2	20,6	3,5	2,8	18,6	39,8
Perú	17,8	5,9	23,4	5,4	3,3	22,5	54,2
Republica Checa	4,9	2,7	7,3	5,3	2,2	22,7	60,3
Surinam	3,9	1,3	5,1	1,7	0,6	17,8	57,6
Trinidad y Tobago	11,4	8,5	19,5	11,4	3,4	11,2	76,0
Uruguay	8,5	5,7	14,1	4,9	2,4	12,0	36,8
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>11,4</b>	<b>6,8</b>	<b>17,7</b>	<b>7,5</b>	<b>3,5</b>	<b>22,4</b>	<b>46,5</b>
<b>MEDIO ESTE Y NORTE DE ÁFRICA</b>							
Argelia	2,2	2,6	4,9	5,4	2,0	21,3	62,3
Irán	6,4	6,1	12,3	10,6	3,7	38,0	35,8
Israel	5,3	4,8	10,0	5,9	3,2	17,4	49,2
Libia	6,6	4,7	11,2	3,4	5,5	8,1	60,3
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>5,1</b>	<b>4,6</b>	<b>9,6</b>	<b>6,4</b>	<b>3,6</b>	<b>21,2</b>	<b>51,9</b>
<b>ÁFRICA SUBSAHARIANA</b>							
Angola	8,0	14,7	22,2	8,5	8,8	26,1	40,3
Botsuana	11,0	10,2	20,9	3,4	14,9	26,3	52,0
Ghana	8,5	17,7	25,8	25,9	6,5	33,3	44,1
Malawi	10,1	18,8	28,1	12,0	28,2	43,7	29,4
Nigeria	20,0	20,7	39,9	17,5	5,5	25,4	52,3
Sudáfrica	6,6	4,0	10,6	2,9	3,9	30,3	31,5
Uganda	5,6	20,0	25,2	36,1	18,1	25,1	47,5
Zambia	22,6	18,0	39,9	16,6	13,4	38,8	37,2
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>11,5</b>	<b>15,5</b>	<b>26,6</b>	<b>15,4</b>	<b>12,4</b>	<b>31,1</b>	<b>41,8</b>
<b>ASIA-PACÍFICO Y SUR DE ASIA</b>							
China	5,2	8,9	14,0	11,0	2,0	33,9	35,9
Corea	2,7	4,2	6,9	9,0	1,8	36,5	51,1
Filipinas	12,0	6,7	18,5	6,6	9,4	43,6	38,0
India	5,1	4,9	9,9	10,7	1,4	38,8	35,9
Indonesia	5,7	20,4	25,5	21,2	1,9	25,4	43,7
Japón	2,2	1,5	3,7	5,7	1,1	25,0	59,6
Malasia	1,5	5,2	6,6	6,0	1,2	18,4	64,9
Singapur	6,4	4,4	10,7	4,2	1,9	8,4	68,8

<i>Pais</i> <i>Región</i>	<i>Actividad emprendedora naciente</i>	<i>Nuevos negocios, gerentes y propietarios</i>	<i>Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)</i>	<i>Negocios, gerentes y propietarios establecidos</i>	<i>Descontinuación de negocios</i>	<i>Descontinuación de negocios</i>	<i>Actividad emprendedora por oportunidad: mayor ingreso (% del TEA)</i>
Taiwán	3,3	5,0	8,2	8,3	1,9	28,7	45,8
Tailandia	7,9	10,4	17,7	28,0	2,3	18,7	67,8
Vietnam	4,1	11,5	15,4	16,4	2,5	25,1	62,2
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>5,1</b>	<b>7,6</b>	<b>12,4</b>	<b>11,6</b>	<b>2,5</b>	<b>27,5</b>	<b>52,2</b>
<b>UNION EUROPEA</b>							
Alemania	3,1	2,0	5,0	5,1	1,0	18,7	55,7
Bélgica	3,1	1,9	4,9	5,9	1,0	29,0	43,9
Croacia	6,3	2,0	8,3	3,3	2,8	37,4	29,8
Eslovaquia	6,1	3,6	9,5	5,4	3,4	40,2	40,2
Eslovenia	3,6	2,9	6,5	5,7	1,9	24,1	53,4
España	3,1	2,2	5,2	8,4	1,4	29,2	33,2
Estonia	8,8	4,5	13,1	5,0	1,3	14,8	50,1
Finlandia	2,7	2,7	5,3	6,6	1,3	17,9	66,0
Francia	2,7	1,8	4,6	4,1	1,3	15,7	60,9
Grecia	3,3	2,3	5,5	12,6	4,1	23,5	35,8
Hungría	6,0	3,7	9,7	7,2	2,5	28,0	38,7
Irlanda	5,5	3,8	9,2	7,5	1,9	18,0	43,8
Italia	2,4	1,1	3,4	3,7	1,4	18,7	18,4
Letonia	8,1	5,3	13,3	8,8	1,8	21,2	52,7
Lituania	6,1	6,4	12,4	8,3	1,8	23,3	55,2
Luxemburgo	6,0	2,8	8,7	2,4	2,0	5,6	56,6
Países Bajos	4,7	4,8	9,3	8,7	1,6	8,0	67,1
Polonia	5,1	4,3	9,3	6,5	2,6	47,4	32,7
Portugal	4,2	4,2	8,2	7,7	1,7	21,4	50,7
Reino Unido	3,6	3,6	7,1	6,6	1,4	16,1	45,2
Rumanía	6,2	4,2	10,1	5,3	3,4	31,6	31,6
<b>Suecia</b>	<b>5,9</b>	<b>2,5</b>	<b>8,2</b>	<b>6,0</b>	<b>1,7</b>	<b>9,7</b>	<b>58,4</b>
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>4,8</b>	<b>3,3</b>	<b>8,0</b>	<b>6,4</b>	<b>2,0</b>	<b>22,7</b>	<b>46,4</b>
<b>PAISES EUROPEOS (NO UE)</b>							
Bosnia y Herzegovina	5,8	4,6	10,3	4,5	3,7	58,9	22,0
Macedonia	3,4	3,5	6,6	7,3	2,5	61,0	22,9
Noruega	2,9	3,4	6,3	6,2	1,2	4,0	60,8
Rusia	3,0	2,8	5,8	3,4	1,4	35,4	42,0
Suiza	4,5	3,7	8,2	10,0	1,4	7,5	67,2
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>3,9</b>	<b>3,6</b>	<b>7,4</b>	<b>6,3</b>	<b>2,0</b>	<b>33,4</b>	<b>43,0</b>
<b>AMÉRICA DEL NORTE</b>							
Estados Unidos	9,2	3,7	12,7	7,5	2,5	21,2	57,4
Canadá	7,8	4,7	12,2	8,4	2,6	15,1	66,9
Puerto Rico	6,6	1,8	8,3	2,0	1,3	21,5	42,9
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>8,5</b>	<b>4,2</b>	<b>12,5</b>	<b>8,0</b>	<b>2,6</b>	<b>18,2</b>	<b>62,2</b>

**Figura 3.1: Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en los países participantes en el GEM 2013 según fase de desarrollo económico**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

A partir de esta figura resulta evidente que altos niveles de TEA no tienen necesariamente relación con el desarrollo económico. De hecho, no es recomendable relacionarlos directamente, ya que el entorno que rodea estaría quedando fuera del análisis y éste determina parte importante de estos niveles. Por ejemplo, en algunas economías basadas en los recursos, una reducción del TEA puede ser vista como una buena señal, ya que apunta hacia el mejoramiento del clima económico del país y el aumento de oportunidades de empleo. Es así que en algunas ocasiones esta reducción se debe a una disminución de emprendimientos motivados por necesidad.

Para el caso específico de América Latina y Caribe, la **Tabla 3.2** resume la evolución de la actividad emprendedora desde el 2002 hasta el 2013. El hecho de que algunos países no participen constantemente en el GEM dificulta las comparaciones, sin embargo, en general se observa que la actividad emprendedora es muy alta en la región.

*El 24,3% de la población adulta de Chile está involucrada en la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales*

**Tabla 3.2: Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales en países de América Latina y el Caribe**

PAÍS	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Argentina	14,2	19,7	12,8	9,5	10,2	14,4	16,5	14,7	14,2	20,8	18,9	15,9
Bolivia							29,8		38,6			
Brasil	13,5	12,9	13,5	11,3	11,7	12,7	12,0	15,3	17,5	14,9	15,4	17,3
<b>Chile</b>	<b>15,7</b>	<b>16,9</b>		<b>11,1</b>	<b>9,2</b>	<b>13,4</b>	<b>13,0</b>	<b>14,8</b>	<b>16,8</b>	<b>23,7</b>	<b>22,6</b>	<b>24,3</b>
Colombia					22,5	22,7	24,5	22,6	20,6	21,4	20,1	23,7
Costa Rica									13,4		15,0	
Ecuador			27,2				17,2	15,8	21,2		26,6	36,0
Guatemala								19,2	16,3	19,3		12,3
Jamaica				17,0	20,3		15,6	22,7	10,5	13,7		13,8
México	12,4			5,9	5,3		13,1		10,4	9,6	12,1	14,8
Panamá								9,6		20,8	9,5	20,6
Perú			40,3		40,1	25,9	25,6	20,9	27,2	22,9	20,2	23,4
Puerto Rico						3,1						8,3
República Dominicana						16,8	20,4	17,5				
Trinidad y Tobago									15,0	22,7	15,0	19,5
Uruguay					12,6	12,2	11,9	12,2	11,7	16,7	14,6	14,1
Venezuela		27,3		25,0		20,2		18,7		15,4		

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS).

En el caso particular de Chile, se observa que a partir del año 2006 existe una tendencia creciente de la población adulta del país a involucrarse en la creación de un nuevo negocio en etapas iniciales. El TEA para el año 2013 es de 24,3% lo que representa un aumento respecto al 2012. Estos indicadores muestran que en el país se está viviendo un periodo de crecimiento de la actividad emprendedora y el hecho de que ésta se mantenga por tercer año consecutivo con altos niveles, es una referencia del creciente fenómeno de la creación de empresas. Estos datos coinciden con otras estadísticas oficiales de registro de nuevas empresas, así como inicio de actividades (formales e informales) que han demostrado importantes crecimientos en la dinámica emprendedora del país durante el 2012 y 2013.

Adicional al contexto latinoamericano, Chile sobresale por su nivel de actividad emprendedora con respecto a los países miembros de la OECD. Chile es el país con mayor porcentaje de la población adulta que participa en actividades emprendedoras. La evolución de estos indicadores para el periodo 2002-2013 se muestran en la **Tabla 3.3**.

**Tabla 3.3: Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales en países miembros de la OECD**

PAÍS	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Alemania	5,2	5,2	5,1	5,4	4,2		3,8	4,1	4,2	5,6	5,3	5,0
Australia		11,6	13,4	10,9	12,0				7,8	10,5		
Austria				5,3		2,4					9,6	
Bélgica	3,0	3,9	3,5	3,9	2,7	3,1	2,9	3,5	3,7	5,7	5,2	4,9
Canadá	8,8	8,0	8,8	9,3	7,1							12,2
<b>Chile</b>	<b>15,7</b>	<b>16,9</b>		<b>11,1</b>	<b>9,2</b>	<b>13,4</b>	<b>13,0</b>	<b>14,8</b>	<b>16,8</b>	<b>23,7</b>	<b>22,6</b>	<b>24,3</b>
Corea	14,5						10,0	7,0	6,6	7,8	6,6	6,9
Dinamarca	6,5	5,9	5,3	4,8	5,3	5,4	4,4	3,6	3,8	4,6	5,4	
Eslovaquia										14,2	10,2	9,5
Eslovenia	4,6	4,0	2,6	4,4	4,6	4,8	6,4	5,4	4,7	3,7	5,4	6,5
España	4,6	6,8	5,1	5,7	7,3	7,6	7,0	5,1	4,3	5,8	5,7	5,2
Estados Unidos	10,5	11,9	11,3	12,4	10,0	9,6	10,8	8,0	7,6	12,3	12,8	12,7
Finlandia	4,6	3,1	4,4	5,0	5,0	6,9	7,3	5,2	5,7	6,3	6,0	5,3
Francia	3,2	1,4	6,0	5,4	4,4	3,2	5,6	4,3	5,8	5,7	5,2	4,6
Grecia		6,8	5,8	6,5	7,9	5,7	9,9	8,8	5,5	8,0	6,5	5,5
Hungría	6,6		4,3	1,9	6,0	6,9	6,6	9,1	7,1	6,3	9,2	9,7
Irlanda	9,1	8,1	7,7	9,8	7,4	8,2	7,6		6,8	7,2	6,1	9,2
Israel	7,1		6,6			5,4	6,4	6,1	5,0		6,5	10,0
Italia	5,9	3,2	4,3	4,9	3,5	5,0	4,6	3,7	2,3		4,3	3,4
Japón	1,8		1,5	2,2	2,9	4,3	5,4	3,3	3,3	5,2	4,0	3,7
México	12,4			5,9	5,3		13,1		10,4	9,6	12,1	14,8
Noruega	8,7	7,5	7,0	9,2	9,1	6,5	8,7	8,5	7,7	6,9	6,8	6,3
Nueva Zelanda	14,0	13,6	14,7	17,6								
Países Bajos	4,6	3,6	5,1	4,4	5,4	5,2	5,2	7,2	7,2	8,2	10,3	9,3
Polonia	4,4		8,8							9,0	9,4	9,3
Portugal			4,0			8,8			4,4	7,5	7,7	8,2
Reino Unido	5,4	6,4	6,2	6,2	5,8	5,5	5,9		6,4	7,3	9,0	7,1
República Checa					7,8					7,6		7,3
Suecia	4,0	4,1	3,7	4,0	3,4	4,2			4,9	5,8	6,4	8,2
Suiza	7,1	7,4		6,1		6,3		7,7	5,0	6,6	5,9	8,2
Turquía					6,1	5,6	6,0		8,6	11,9	12,2	

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS).

### 3.1 Motivaciones para Emprender

Existen diferentes razones que motivan a las personas para iniciar su emprendimiento. El GEM captura estas razones contrastando entre el aprovechamiento de oportunidades de negocio y la necesidad.

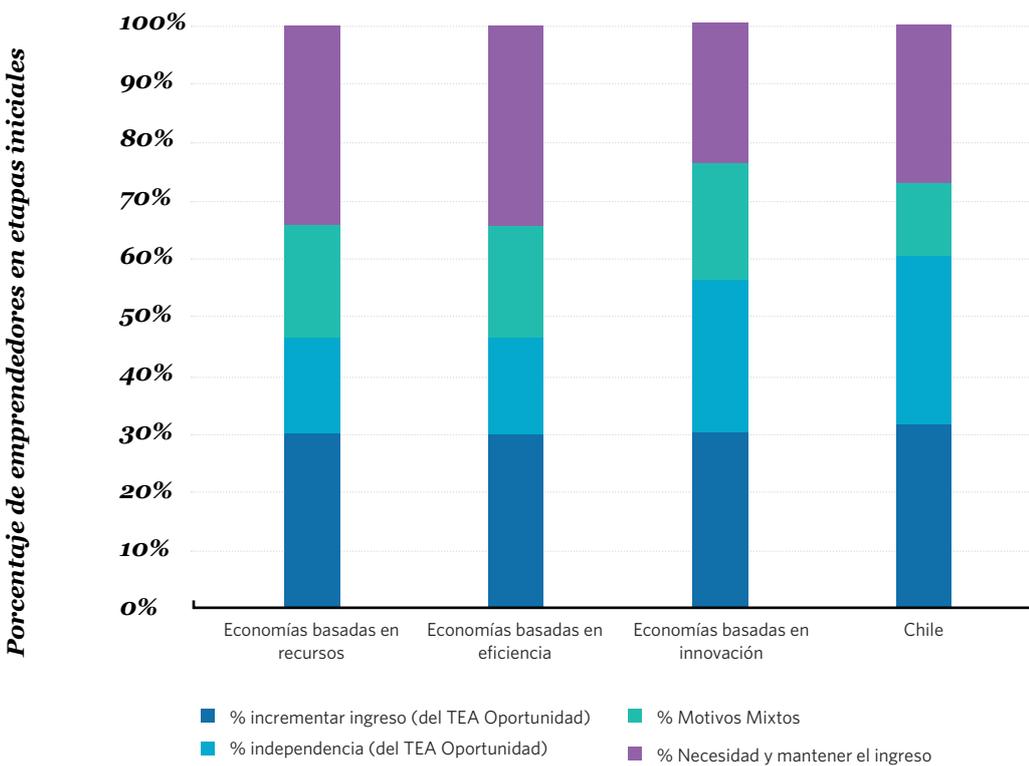
Un emprendedor motivado por necesidad es aquel que indica que comenzó su negocio porque no encontró otra opción de emplearse en el mercado laboral. En otras palabras, este tipo de emprendedores, se vieron forzados a desarrollar su propio negocio.

En los casos donde se inició un negocio porque se identificó una oportunidad, se realiza la distinción en tres subcategorías: (1) búsqueda de más independencia, (2) incrementar sus ingresos y, (3) mantener el ingreso. Esta última categoría no es considerada como un indicador de oportunidad y es catalogada aparte.

Es posible que bajo esta metodología se esté subestimando el emprendimiento por necesidad y sobreestimando el emprendimiento por oportunidad. Esto porque la pregunta relevante del cuestionario del GEM fuerza a los entrevistados a elegir entre “no existen mejores opciones de trabajo” y “explotar una oportunidad de negocio”. Frente a esto, las personas tienen poco espacio para elegir una opción entre esos extremos y aquellos que se encuentran en un punto intermedio tienden a optar por la última opción más frecuentemente, aún cuando pudieran estar más cerca de emprender por necesidad.

En la **Figura 3.2** se agrupan los tres tipos de economías y se comparan con Chile. Es relevante mencionar que los países basados en innovación tienen una mayor proporción de motivación por oportunidad, del orden del 75% del total de emprendimiento, lo cual es similar a Chile con un 73%.

**Figura 3.2: Balance de las motivaciones para emprendedores en etapas iniciales**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

Las cifras de nuestro país indican que el 59% de los emprendedores en etapas iniciales se encuentra motivado por oportunidad (32% buscaba incrementar los ingresos y 27% independencia económica), el 14% tiene motivos mixtos y el 27% está motivado por necesidad y mantener el ingreso. Las cifras por oportunidad presentaron un ligero descenso respecto del ciclo anterior y el porcentaje de emprendedores por necesidad subió dos puntos. Sin embargo, la información

expuesta nos permite señalar que en Chile prevalece el emprendimiento motivado por oportunidad -lo cual es un buen indicador del desarrollo de nuestro país- y a diferencia de ciclos anteriores, cuando se compara con las economías más desarrolladas de la OECD, Chile se encuentra en una buena posición. Tener menos emprendimiento por necesidad es un indicador de mayor desarrollo socio-económico.

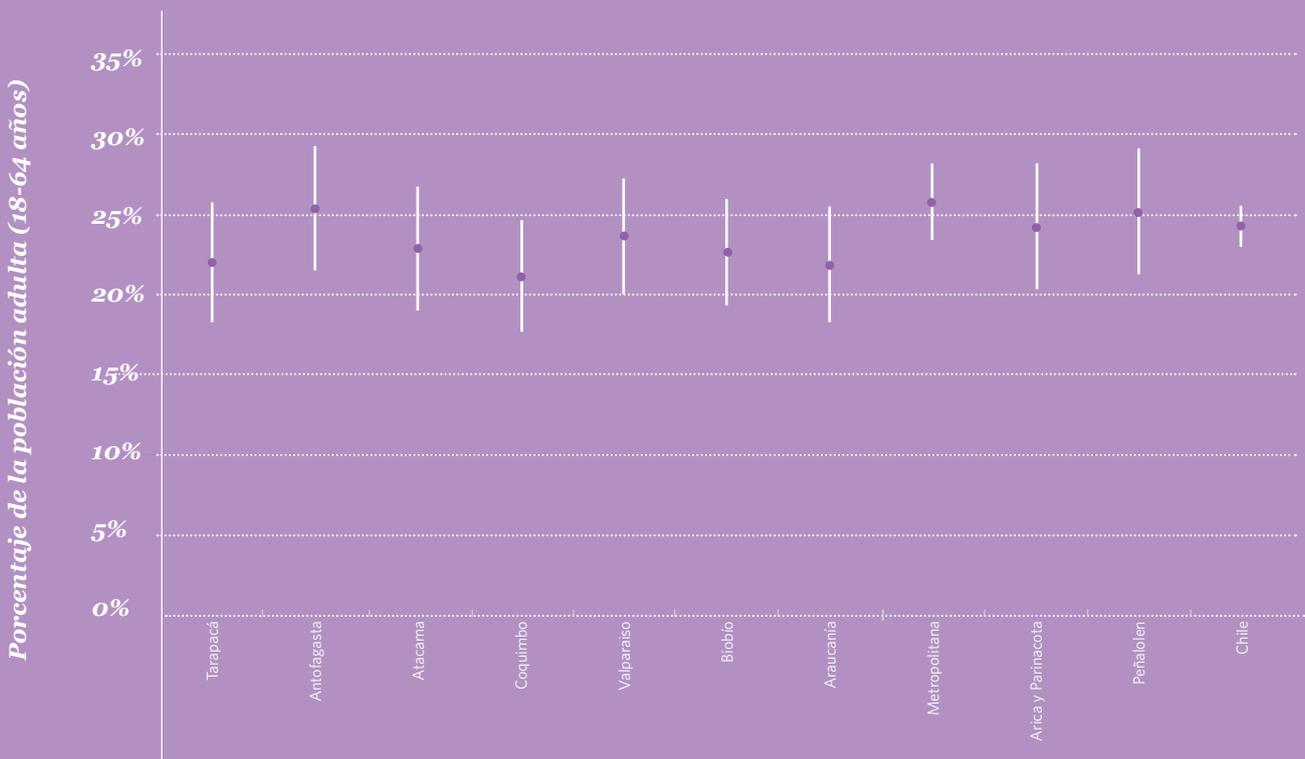
### Cuadro 1: Actividad Emprendedora en Chile: Una Aproximación Regional

Por séptimo año consecutivo, el proyecto GEM Chile incluye la perspectiva regional al estudio del emprendimiento a través de equipos regionales y por primera vez se analizó una comuna en particular, Peñalolén, en la Región Metropolitana. Como consecuencia de ello, además de las 2000 encuestas que se realizan a nivel nacional, se adiciona un sobre-muestreo de 500 encuestas a la población adulta para cada región participante y 500 casos adicionales en Peñalolén.

La finalidad de esta aproximación es obtener datos significativos de mayor detalle de la dinámica regional. Con esta medición regional se avanza en la comprensión del fenómeno emprendedor nacional, ya que evidentemente las condiciones para el emprendimiento difieren entre una región y otra.

Como se observa en la **Figura 2.3**, la mayor proporción de personas involucradas en emprendimiento en etapas iniciales se encuentran en la región de Metropolitana, seguido por la región de Antofagasta. En el extremo opuesto, la región de Coquimbo y Araucanía que presentan las menores proporciones de emprendedores en etapas iniciales. Sin embargo, los promedios son muy similares y están dentro del mismo margen de error que el promedio nacional por lo que las diferencias no son muy significativas.

**Figura 3.3: Actividad emprendedora en etapas iniciales por región en Chile**

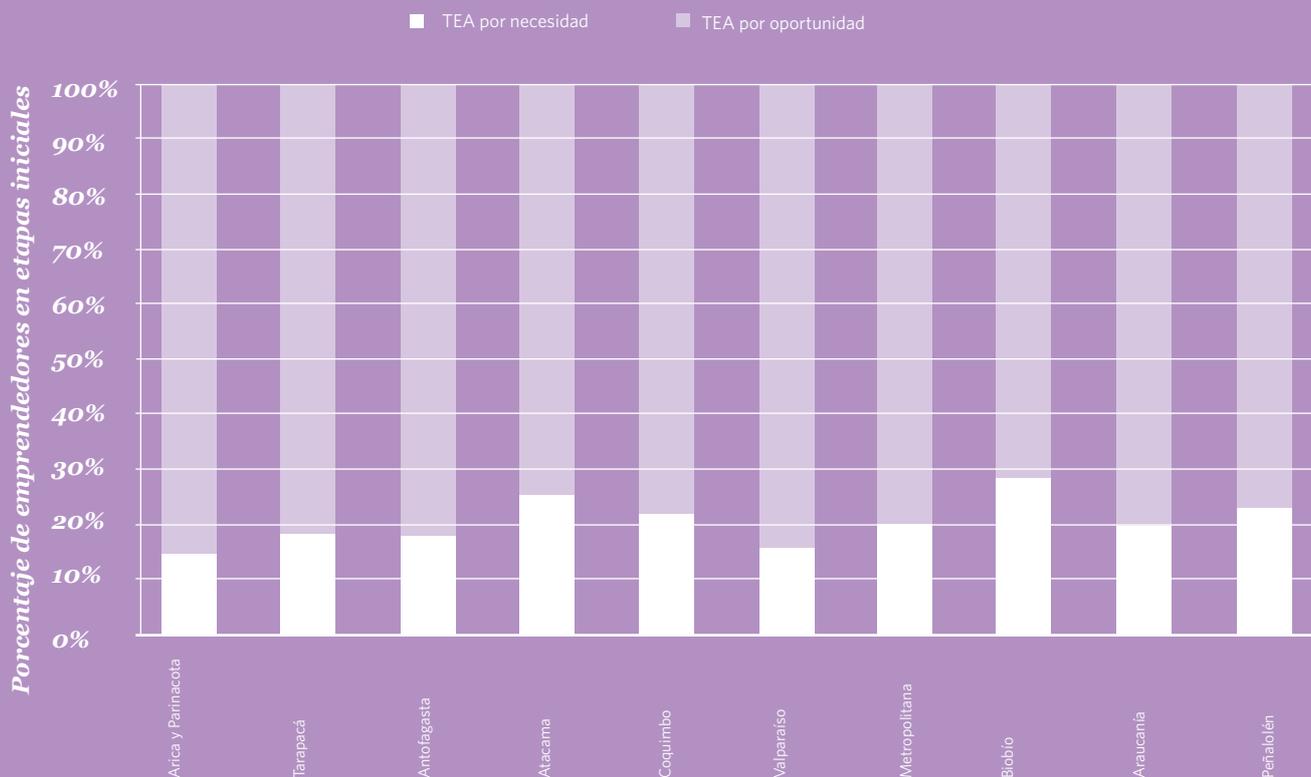


Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2013

Otra dimensión del emprendimiento regional en etapas iniciales es la motivación para emprender. La **Figura 3.4** agrupa, a nivel regional, a los emprendedores en etapas

iniciales según motivación para emprender, y la región del Biobío es donde se presentan los porcentajes más altos de emprendedores motivados por necesidad.

**Figura 3.4: Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales por motivación para emprender en las regiones participantes de GEM Chile**



Este esfuerzo, que se realiza a nivel regional, se destaca en el consorcio GEM haciendo de Chile uno de los países que ha desarrollado importantes estudios regionales, siguiendo lo que ocurre en España, que tiene equipos en casi todas las

Comunidades Autónomas del país. Así como ha sido desde que se inició la aproximación regional en 2007, cada equipo desarrollará informes particulares enfocados en su respectiva región<sup>1</sup>.

### 3.2 Distribución por Sectores

La **Figura 3.5** muestra la distribución de los emprendimientos en etapas iniciales por sector industrial y según fase de desarrollo económico, agrupando todos los países participantes en el GEM de este ciclo comparados con Chile. En general, en las primeras etapas la actividad emprendedora parece estar más orientada hacia los servicios y menos hacia las actividades del sector extractivo (incluida la agricultura). Para las economías impulsadas por la innovación, se destaca la proporción relativamente alta de los servicios empresariales.

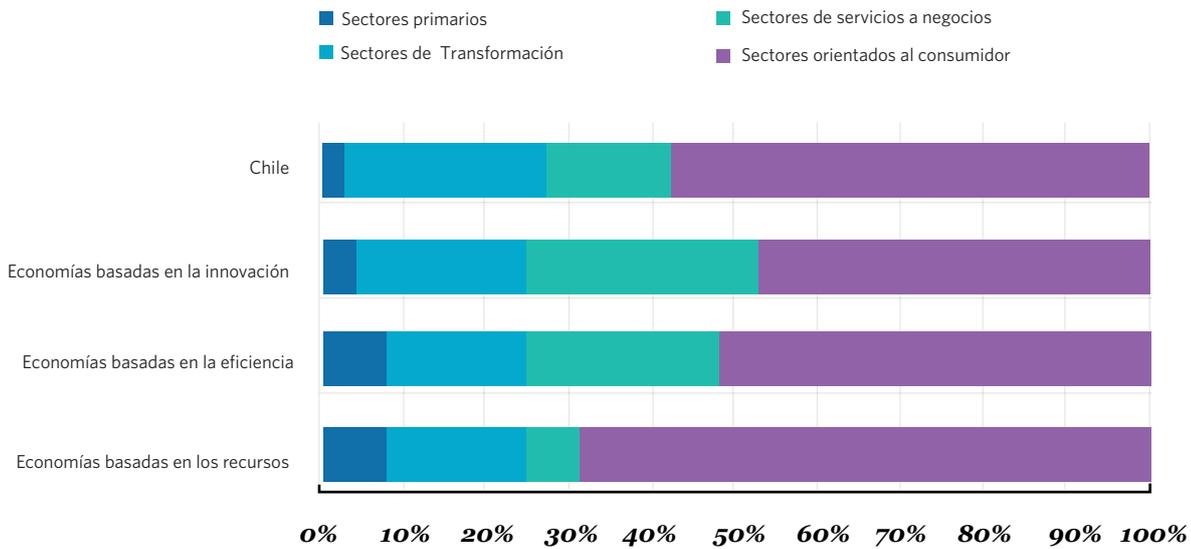
En los emprendedores establecidos (**Figura 3.6**) se mantiene la misma tendencia, donde la distribución por sectores varía conforme cambia la fase de desarrollo. Si bien el sector de extracción prevalece en todas las economías, lo hace con mayor presencia en las economías basadas en los recursos.

La reducción del porcentaje de emprendimientos orientados a servicios a consumidores conforme se avanza entre las tres fases de desarrollo es particularmente notable. Este sector suele tener necesidades de recursos relativamente bajas y con frecuencia de naturaleza local, particularmente en los países de escaso nivel de desarrollo en transporte y en infraestructura comercial.

En Chile, los niveles de emprendimientos orientados en sectores de servicios al consumidor y los sectores en servicios profesionales y a empresas son similares a los de las economías basadas en eficiencia. Destacan por otra parte los bajos niveles de emprendedores, tanto iniciales como establecidos, que se dedican a sectores primarios.

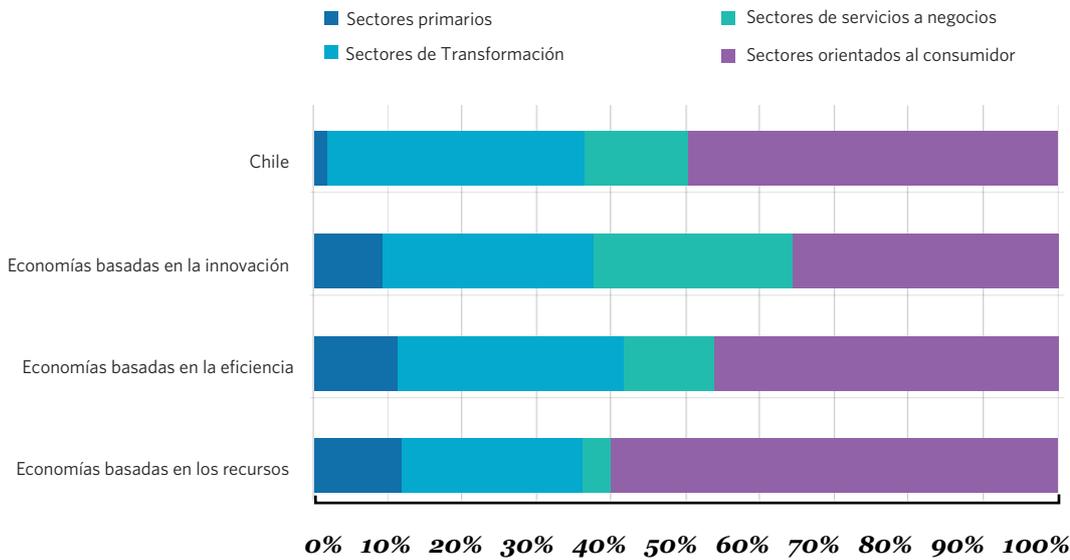
<sup>1</sup> Mayor información sobre la actividad emprendedora en regiones es posible encontrarla en los informes regionales o en [www.GEMChile.cl](http://www.GEMChile.cl)

**Figura 3.5: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales.**



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

**Figura 3.6: Distribución por sectores en emprendimientos establecidos**



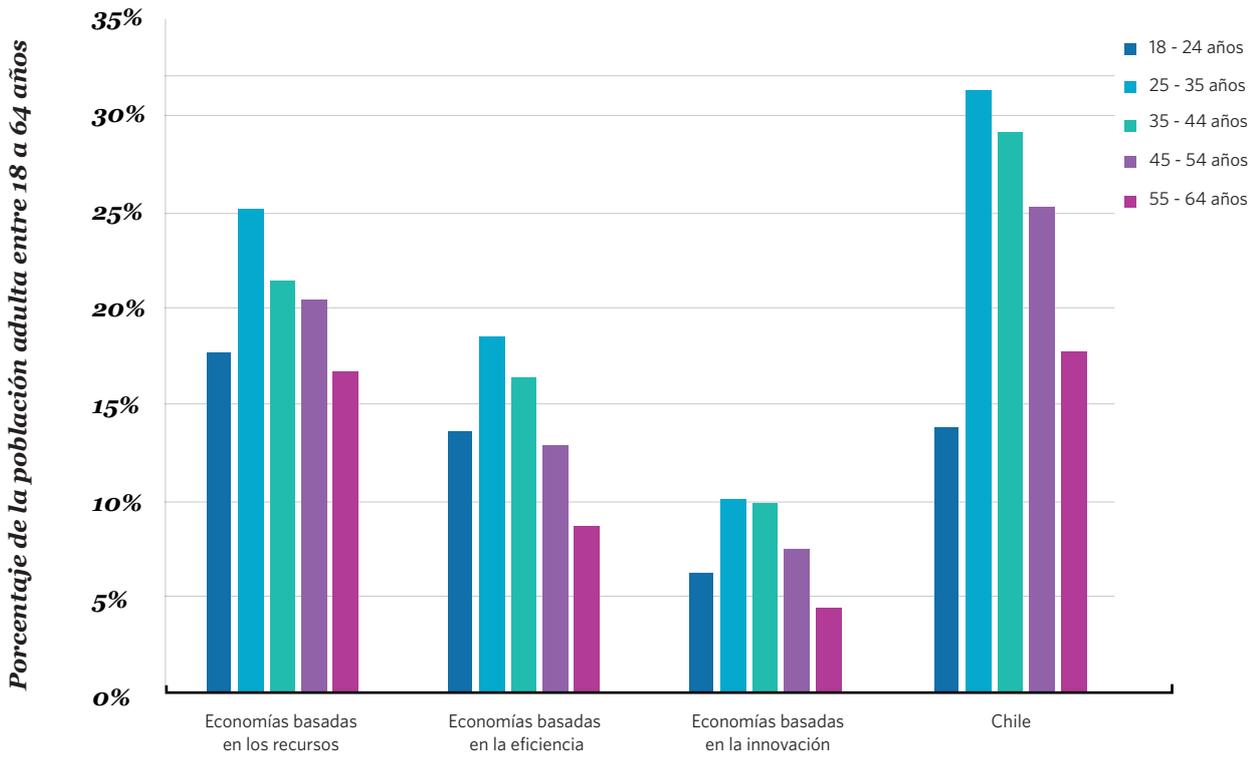
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

### 3.3 Edad y Género

Una sociedad puede verse beneficiada por los emprendedores de todas las edades y por la incorporación activa de las mujeres en el desarrollo de nuevos negocios. Históricamente se ha observado que en nuestro país hay menos jóvenes y mujeres emprendiendo. La **Figura 3.7** muestra la distribución por grupos de edad en emprendedores en etapas iniciales a nivel global en cada una de las fases de desarrollo económico y se compara con los datos de Chile. La distribución por edades es muy similar para cada una de las fases de desarrollo. En todos los casos se observa una disminución

de las tasa de emprendimiento conforme aumenta la edad. Este patrón de U invertida refleja cómo el deseo de iniciar un negocio disminuye a medida que aumenta la edad y la percepción de las habilidades tiende a aumentar. El grupo de edad de 25 a 34 años tiene la mayor tasa de prevalencia para cada fase, sin embargo, en el caso Chileno el tramo de 35 a 44 años es donde prima la actividad emprendedora.

**Figura 3.7: Emprendimiento en etapas iniciales según grupo de edad y fase de desarrollo económico.**



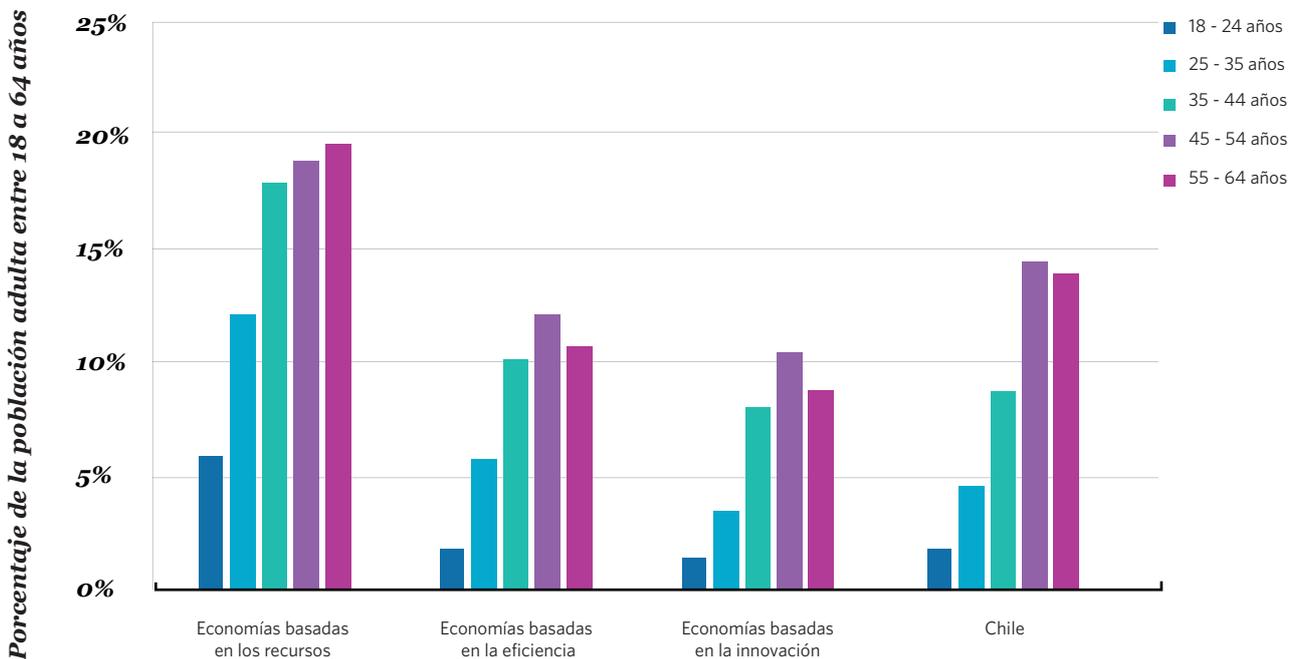
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

38

La distribución por edad para los emprendedores establecidos se grafica en la **Figura 3.8**. En ella podemos observar cómo los emprendedores, en las economías basadas en eficiencia e innovación, se tienden a agrupar entre los 45 a 54 años, conforme su emprendimiento se establece. Una explicación al porque se presenta este tipo de distribución por edades puede deberse a que el ciclo de vida del negocio se “ajusta” al ciclo de vida de la persona. Es de esperar que una persona

conforme aumente su edad, tenga una mayor propensión a tener emprendimientos establecidos y que sean los jóvenes quienes presenten mayores niveles de emprendimientos iniciales. Para el caso de Chile, es interesante remarcar que en el último tramo etario estudiado (55 a 64 años de edad) hay una mayor concertación de emprendedores establecidos. Esto confirma en parte el hecho de que en Chile se ha emprendido históricamente a mayor edad.

**Figura 3.8: Emprendimientos establecidos según grupo de edad y fase de desarrollo económico.**



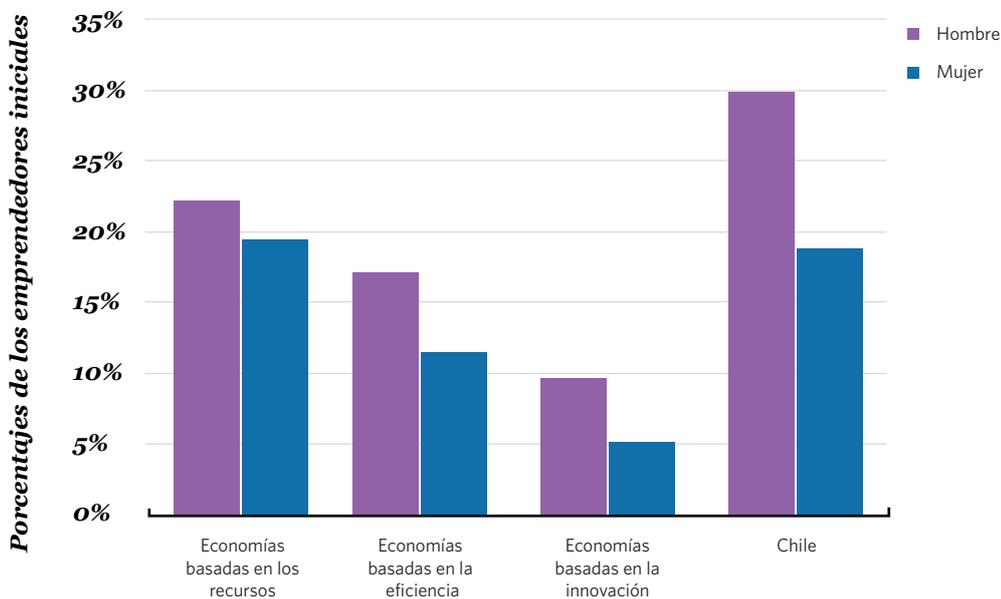
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

En Chile la edad promedio ponderada (entre 18 y 64 años) para emprendedores en etapas iniciales es de 38 años, mientras que en establecidos es de 46 años. En ambos casos se mantienen promedios similares a los observado durante el ciclo anterior.

En relación a la distribución por género, la **Figura 3.9** revela los porcentajes de TEA para hombres y mujeres por tipo de economía y se compara con Chile.

*La proporción de mujeres y jóvenes que se involucran en un emprendimiento ha aumentado en el país*

**Figura 3.9: Tasa de emprendimiento en etapas iniciales (TEA) según fase de desarrollo económico y sexo.**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

En el caso de Chile, si bien sigue prevaleciendo una mayor proporción de emprendedores que son hombres, hay un incremento en la participación femenina sobre todo en lo que se refiere a emprendedoras establecidas. Los hombres involucrados en actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA masculino) en este ciclo es de 30% versus el 19% de mujeres. En el caso de los emprendedores establecidos, el 10,5% son hombres y el 6,5% mujeres<sup>2</sup>.

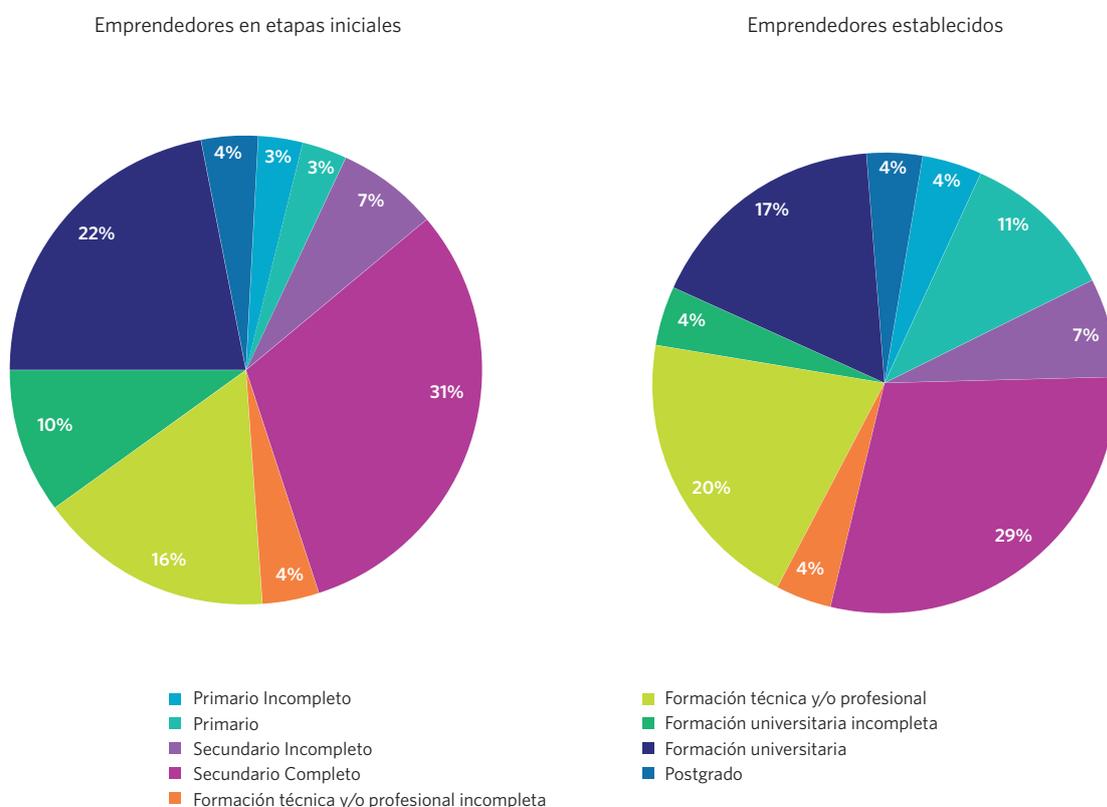
Al igual que en otros años, se realizará un reporte específico sobre mujeres y actividad emprendedora en Chile, donde el enfoque está concentrado principalmente en las diferencias que existen respecto a los hombres y el desglose del perfil que tienen las emprendedoras chilenas.

### 3.4 Nivel Educativo

Usando los datos de los encuestados involucrados en actividades emprendedoras, ya sea en estado inicial o establecido, la **Figura 3.10** muestra la proporción de cada uno de los niveles de educación formal utilizando las denominaciones que comúnmente se usan en el país. A partir de ésta se observa que los emprendedores en etapas iniciales, en su mayoría, poseen estudios secundarios y superiores (incluye todos los estudios post-secundaria). Esta situación se mantiene en los emprendedores establecidos.

<sup>2</sup> Para más información ver los reportes GEM Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile. Disponibles en [www.gemchile.cl](http://www.gemchile.cl)

**Figura 3.10: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora**



40

Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

Para este ciclo del GEM, se observa que se mantiene la tendencia observada en los ciclos anteriores y, en términos generales, prácticamente la mitad de los emprendedores en Chile tiene niveles educativos más allá de la educación secundaria obligatoria. No obstante, la distribución de los niveles educacionales varía conforme se analiza según el tipo de emprendimiento. El emprendimiento por necesidad, en general, se asocia con menores niveles educativos.

**3.5 Nivel de Ingresos**

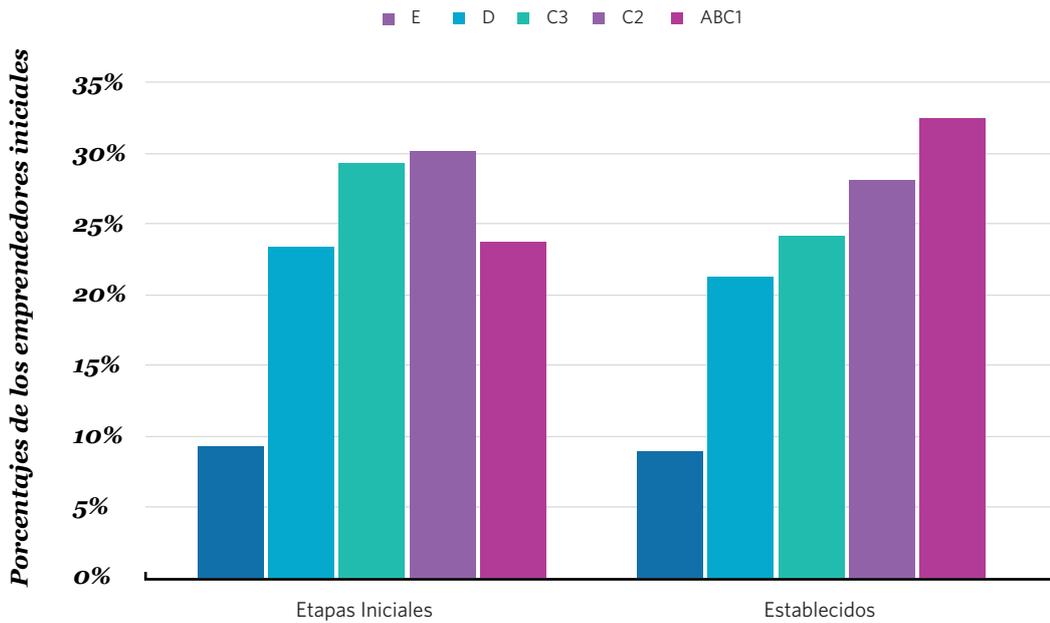
Un indicador relevante para determinar el nivel de vida de los emprendedores y los ingresos que reciben de sus emprendimientos, es situar los en diferentes niveles de renta familiar o nivel de ingresos. Usando los criterios más convencionales y conocidos para los chilenos es que se ha determinado usar las cinco categorías más comunes utilizadas en el país<sup>3</sup> que se muestran en la **Figura 3.12**. De este análisis, podemos inferir que se mantiene la tendencia de que a medida que se consolida la actividad emprendedora, tienden a subir los ingresos.

Como también se observa en la **Figura 3.12**, existe una fuerte tendencia a que los emprendedores pertenezcan a los sectores de clase media. Para el caso de los emprendedores iniciales el mayor porcentaje se encuentra en el sector económico C3 y C2, reduciéndose considerablemente el porcentaje de emprendedores iniciales pertenecientes al grupo E.

En el caso de los emprendedores establecidos se observa una mayor concentración en los sectores D y C3, pero también en el ABC1.

<sup>3</sup> Los niveles corresponden a la siguiente distribución del ingreso: E \$1 - 230.000; D \$230.001 - 400.000; C3 \$400.001 - 680.000; C2 \$680.001 - 1.200.000; ABC1 más de \$ 1.200.001

**Figura 3.11: Actividad emprendedora según ingreso familiar**



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

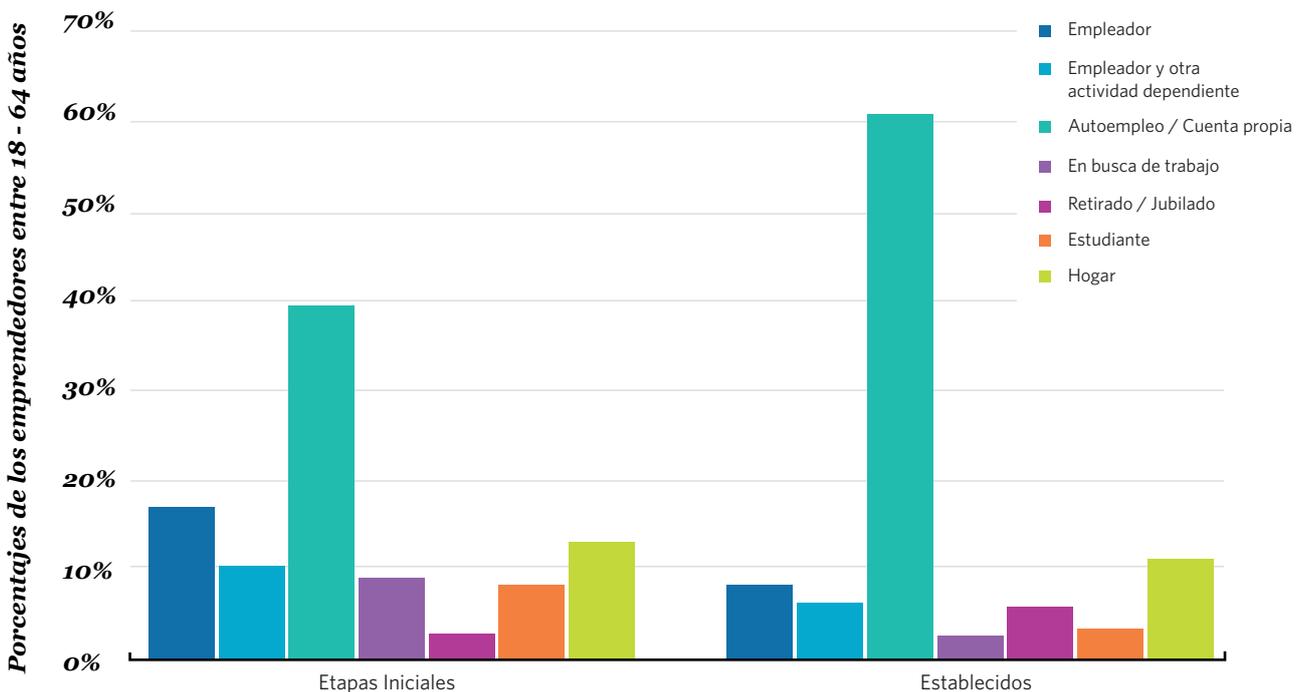
**3.6 Situación Laboral de los Emprendedores**

Un aspecto importante es analizar cuál es el estatus laboral de los emprendedores, dado que históricamente la gran mayoría, sobre todo los establecidos, muestran que son autoempleados o autónomos, es decir no tienen empleados formales. En este sentido, es necesario aclarar que este porcentaje de personas que se declaran autoempleadas muchas veces incluye a emprendedores que trabajan con otras personas, generalmente familiares, que si bien no son considerados empleados formales, porque no reciben remuneración ni cotizan en los sistemas de salud o AFP, sí son una fuerza laboral importante para el negocio pues

desarrollan labores dentro de la empresa. La **Figura 3.12** muestra la distribución porcentual del tipo de empleo, tanto en emprendedores en etapas iniciales como establecidos.

Para el ciclo actual se destaca que el 40% de los emprendedores iniciales se declaró autoempleado, tendencia que disminuyó diez puntos porcentuales respecto al ciclo anterior. De forma similar, los emprendedores establecidos siguen siendo en su mayoría autoempleados (61%), lo que indica que éstos generalmente no tienen empleados contratados formalmente.

**Figura 3.12: Actividad emprendedora según tipo de empleo**



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

### 3.7 Descontinuación de los Negocios

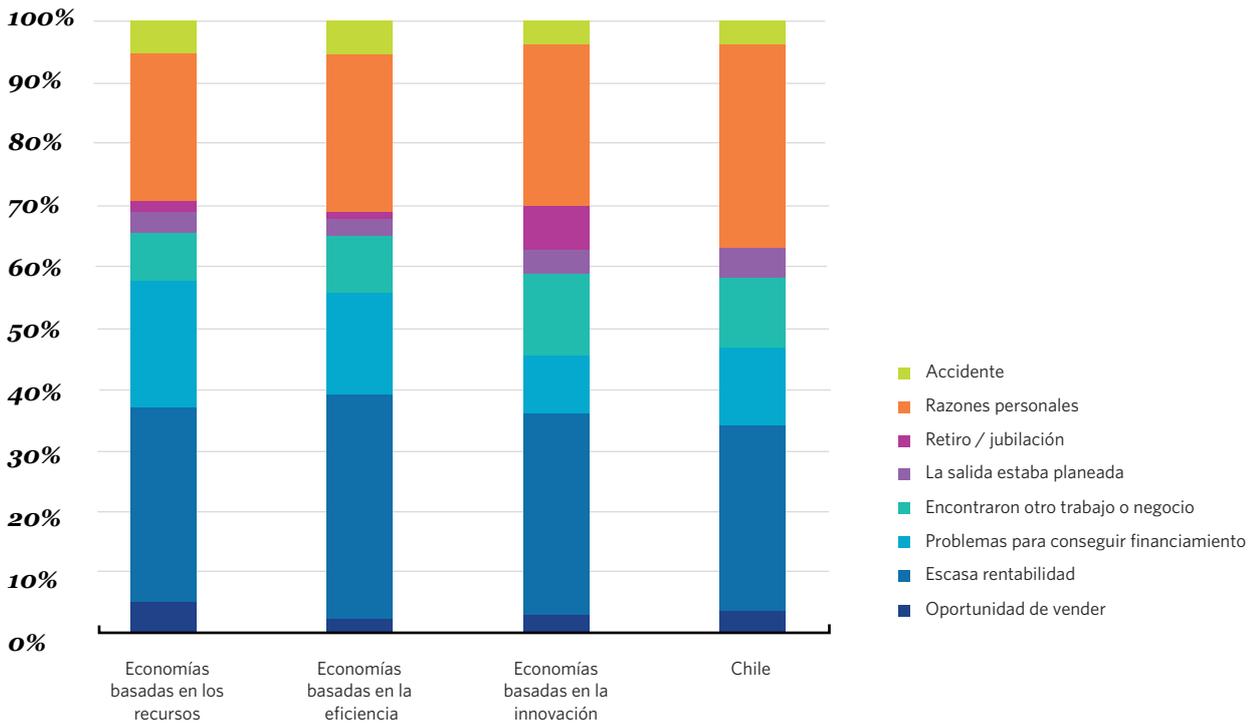
Analizar la dinámica de los emprendimientos que descontinúan permite conocer la razón que motivó el cierre.

La culminación de una actividad emprendedora no debe percibirse como un fracaso, sino como parte del proceso, de hecho, diversos estudios han demostrado que un porcentaje no menor de los negocios que cierra no tenía problemas económicos (Headd, 2003). Incluso muchos de éstos al momento de cerrar, eran exitosos.

Es importante considerar que muchos de estos emprendedores que cerraron su negocio, pueden volver al proceso emprendedor con uno nuevo. Este aspecto forma parte del dinamismo de la actividad emprendedora en una economía. El "reciclamiento de emprendedores" (Mason y Harrison, 2006) se puede manifestar de dos maneras: (1) a través de la reincorporación con un nuevo negocio o (2) invirtiendo en negocios de terceros.

En la **Figura 3.13** están los resultados para cada una de las 3 fases de desarrollo económico y se las compara con Chile. Se destaca en esta figura que el motivo "escasa rentabilidad" -considerado un aspecto negativo- es menor en Chile si se compara con el promedio de los grupos de países, pero en Chile se argumentan muchas "razones personales" lo cual puede ser un indicativo de temor a reconocer un fracaso, aspecto que ya se había comentado.

**Figura 3.13: Razones expresadas tras la descontinuidad de un emprendimiento según tipo de economía**



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.



## 4. ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES



44

En este capítulo se analizan los principales resultados correspondientes a las aspiraciones que tienen los emprendedores. Los principales resultados se enfocan hacia indicadores de generación de empleo, expectativas de crecimiento, innovación y orientación hacia mercados internacionales. Estos indicadores se enfocan a las expectativas que declaran los emprendedores respecto a su competitividad relativa y del deseo de hacer crecer el negocio. Estos aspectos son muy relevantes dado que empresas competitivas y sostenibles en el tiempo han sido asociadas positivamente con el desarrollo económico (Wong y otros, 2005; Wennekers y otros, 2010; Bosma, 2011).

### 4.1 Expectativas de Alto Crecimiento

Las expectativas de crecimiento se consideran un elemento muy importante del potencial impacto de la actividad emprendedora. Uno de los componentes del crecimiento de las empresas tiene una relación directa con uno de los objetivos más importantes de la política económica de casi todos los gobiernos: generación de puestos de trabajo. La metodología empleada por el GEM permite categorizar las expectativas de generación de empleo. Para esto, se pide a los encuestados que son considerados emprendedores en etapas iniciales que indiquen cuántos trabajadores esperan contratar dentro de un plazo de 5 años (sin contar los dueños).

Dado que la medición realizada por el GEM en el ámbito de las aspiraciones de crecimiento está vinculada a las expectativas de generación de puestos de trabajo, hay que reconocer que los emprendedores en etapas iniciales pueden ser optimistas en sus ambiciones de crecimiento y subsecuente generación de empleo. Pese a lo anterior, se ha establecido que el crecimiento rara vez se logra sin tener expectativas de crecimiento (Stam y otros, 2012).

En la **Tabla 4.1** se encuentran las expectativas de generación de empleo para los países participantes del GEM 2013 en función del indicador de emprendimiento en etapas iniciales o TEA. Las cifras fueron agrupadas en tres categorías: (1) expectativas de generar de 0 a 5 empleos, (2) generar de 5 a 19 empleos y (3) 20 o más empleos. Esta distinción puede ser relevante, ya que existen diferencias sustanciales entre las características de estos grupos y las razones subyacentes para la generación de puestos de trabajo.

El primer grupo está formado por los empresarios que trabajan por cuenta propia y no tienen intención de crear muchos empleos. En este grupo se encuentran, por ejemplo, quienes fueron forzados a emprender por necesidad, así también como aquellos que están satisfechos con trabajar como un profesional independiente. En el segundo grupo se encuentran los emprendedores en etapas iniciales que son modestos creadores de empleo y, a menudo contratan a personas de su propia red personal (como miembros de la familia y amigos o bien los emprendedores dispuestos a emplear varias personas, pero que no desean un mayor crecimiento). Finalmente, en el último grupo se encuentran los emprendedores ambiciosos y quienes sobrestiman el número de puestos de trabajo que esperan generar. Los emprendedores de este grupo —algunas veces conocidos como “gacelas”— tienen un impacto sustancial en la creación de empleo (Acs, 2008), por lo que reciben mucha atención de los políticos.

En general son los países menos desarrollados y de regiones menos desarrolladas como África Subsahariana quienes tienen los indicadores más altos de emprendedores en etapas iniciales (como porcentaje de la población adulta) que tiene menos expectativas de empleo. Sin embargo, también

estos países junto con América Latina, tienen relativos altos porcentajes de emprendedores con altas expectativas de crecimiento, siendo sólo superados por Estados Unidos. Para Chile, la lectura es que 3,1% de la población adulta tiene un emprendimiento en etapa temprana con alta expectativa de crecimiento. Este porcentaje si bien es bajo ha venido en

aumento en los últimos dos años. De nuevo hacemos énfasis que éstas son expectativas y no necesariamente predicen el que muchos de estos emprendedores realmente logren crecer en número de empleados.

**Tabla 4.1: Expectativas de generación de empleo en los países participantes en el GEM 2013 por región geográfica: emprendedores en etapas iniciales**

<i><b>País</b></i>	<i><b>Región</b></i>	<i><b>0 - 5 empleos</b></i>	<i><b>6 - 19 empleos</b></i>	<i><b>20 o más empleos</b></i>
<b>AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE</b>				
Argentina		9,6	2,7	1,4
Brasil		12,7	1,3	0,4
<b>Chile</b>		<b>13,2</b>	<b>5,6</b>	<b>3,1</b>
Colombia		8,0	7,1	6,6
Ecuador		25,5	5,3	1,3
Guatemala		4,0	0,4	0,1
Jamaica		4,3	0,6	0,3
México		4,3	3,2	0,1
Panamá		16,2	2,2	0,6
Perú		12,8	4,2	0,7
Surinam		1,9	0,3	0,0
Trinidad y Tobago		<b>10,4</b>	<b>4,2</b>	<b>2,0</b>
Uruguay		6,7	2,3	1,6
<b>Promedio (no ponderado)</b>		<b>10,0</b>	<b>3,0</b>	<b>1,4</b>
<b>MEDIO ESTE Y NORTE DE ÁFRICA</b>				
Argelia		2,4	0,1	0,5
Irán		5,5	2,0	1,4
Israel		4,5	1,6	1,4
Libia		4,1	2,1	1,6
<b>Promedio (no ponderado)</b>		<b>4,1</b>	<b>1,5</b>	<b>1,2</b>
<b>ÁFRICA SUBSAHARIANA</b>				
Angola		5,0	3,3	0,8
Botsuana		10,8	4,2	2,7
Ghana		20,2	2,1	0,7
Malawi		24,7	0,2	0,1
Nigeria		19,0	7,9	2,4
Sudáfrica		6,4	1,8	1,1
Uganda		23,4	1,4	0,4
Zambia		33,5	1,8	0,0
<b>Promedio (no ponderado)</b>		<b>17,9</b>	<b>2,8</b>	<b>1,0</b>
<b>ASIA-PACÍFICO Y SUR DE ASIA</b>				
China		7,0	2,1	1,7
Corea		4,3	1,1	0,8
Filipinas		15,2	0,8	0,3
India		4,4	0,7	0,1
Indonesia		12,6	0,9	0,2

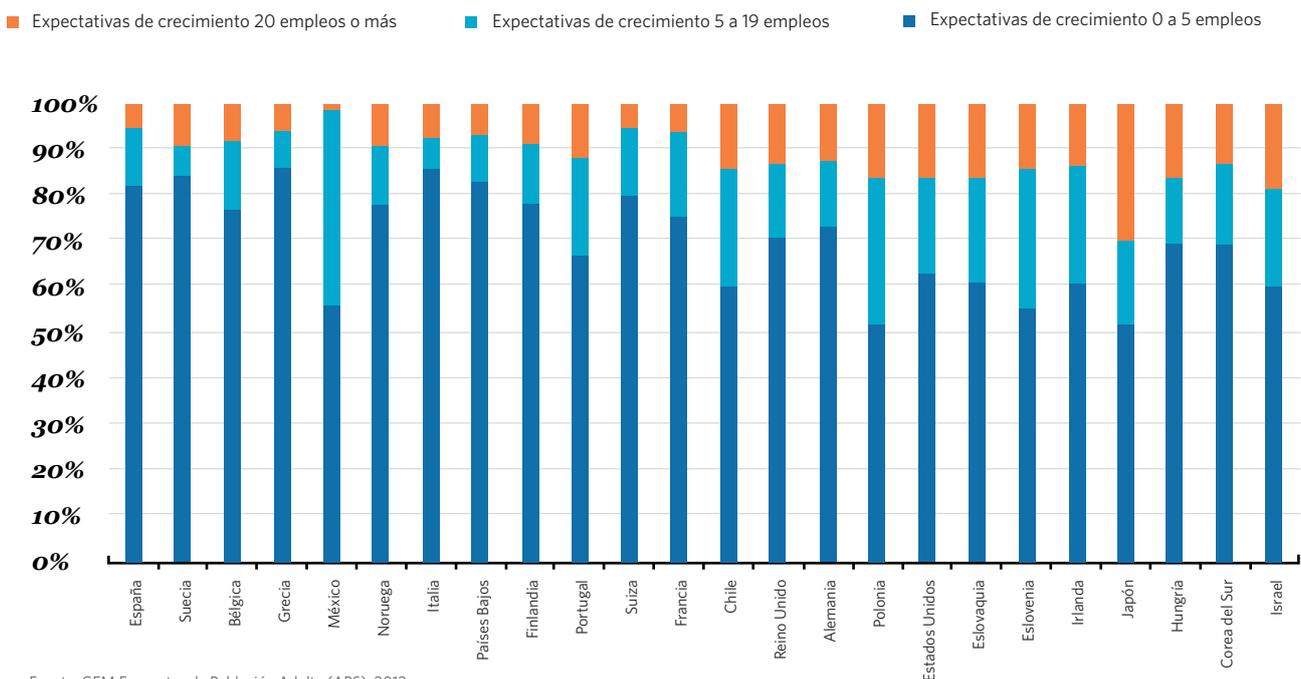
<i>Pais</i>	<i>Región</i>	<i>0 - 5 empleos</i>	<i>6 - 19 empleos</i>	<i>20 o más empleos</i>
Japón		1,7	0,6	1,0
Malasia		5,6	0,9	0,1
Singapur		4,6	2,9	2,5
Taiwán		3,3	1,8	2,5
Tailandia		12,9	2,2	0,7
Vietnam		9,5	2,4	2,0
<b>Promedio (no ponderado)</b>		<b>7,4</b>	<b>1,5</b>	<b>1,1</b>
<b>UNIÓN EUROPEA</b>				
Alemania		3,0	0,6	0,5
Bélgica		3,5	0,7	0,4
Croacia		3,2	1,5	1,0
España		3,6	0,5	0,2
Eslovaquia		4,4	1,6	1,2
Eslovenia		2,8	1,5	0,7
Estonia		6,5	2,7	0,8
Finlandia		3,9	0,7	0,4
Francia		3,0	0,7	0,2
Grecia		2,8	0,2	0,2
Hungría		6,0	1,2	1,4
Irlanda		5,0	2,1	1,1
Italia		2,5	0,2	0,2
Letonia		4,5	2,8	2,8
Lituania		4,5	2,7	1,7
Luxemburgo		4,0	1,2	0,5
Países Bajos		6,9	0,8	0,5
Polonia		3,9	2,4	1,2
Portugal		4,5	1,4	0,8
Reino Unido		4,2	0,9	0,8
República Checa		3,5	1,2	0,9
Rumania		3,4	2,7	1,8
Suecia		6,1	0,5	0,7
<b>Promedio (no ponderado)</b>		<b>4,2</b>	<b>1,3</b>	<b>0,9</b>
<b>PAÍSES EUROPEOS (NO UE)</b>				
Bosnia y Herzegovina		3,8	2,6	1,0
Macedonia		2,9	1,1	0,9
Noruega		4,2	0,7	0,5
Rusia		2,0	1,0	0,5
Suiza		5,2	1,0	0,3
<b>Promedio (no ponderado)</b>		<b>3,6</b>	<b>1,3</b>	<b>0,7</b>
<b>AMÉRICA DEL NORTE</b>				
Canadá		6,4	2,5	1,6
Estados Unidos		6,6	2,2	1,7
Puerto Rico		6,1	1,1	0,0
<b>Promedio (no ponderado)</b>		<b>6,4</b>	<b>1,9</b>	<b>1,1</b>

Un análisis complementario se presenta en la **Figura 4.1** donde se analizan solamente los países de la OECD. Esta figura muestra las tres categorías de generación de empleo como porcentaje del total actividad emprendedora en etapas iniciales, es decir, independientemente de que haya muchos emprendedores como porcentaje de población adulta (como en caso de África), se analiza la proporción de éstos que es de altas expectativas de crecimiento. Los altos niveles de intención de creación de empleo no tienen una relación directa con el desarrollo económico, sino más bien con factores que pueden ser incluso exógenos como por ejemplo una crisis económica. Así, para este ciclo, Japón tiene aproximadamente el 30% de sus emprendedores con intenciones de cerca de 20 o más empleos en un periodo de 5 años. En contraparte, en España este indicador es menor al 5% y en México es el 1%. Para el caso específico de Chile, se observa que un 14% de los emprendedores manifestó sus intenciones de altas expectativas de crecimiento.

La **Figura 4.2** muestra para Chile el desglose del número actual de trabajadores y potencial número de éstos que se pretende contratar. Es posible observar que, independiente de la etapa del emprendimiento, el mayor porcentaje se encuentra entre el rango de 1 a 5 empleados. En comparación con el ciclo anterior, se destaca el aumento que hay en el rango de 6 a 19 empleos y que se mantiene un importante porcentaje de aquellos emprendedores con altas expectativas de crecimiento, es decir un 14% de los emprendedores en etapas iniciales y 8% de los establecidos manifestaron el creer generar 20 o más empleos en 5 años.

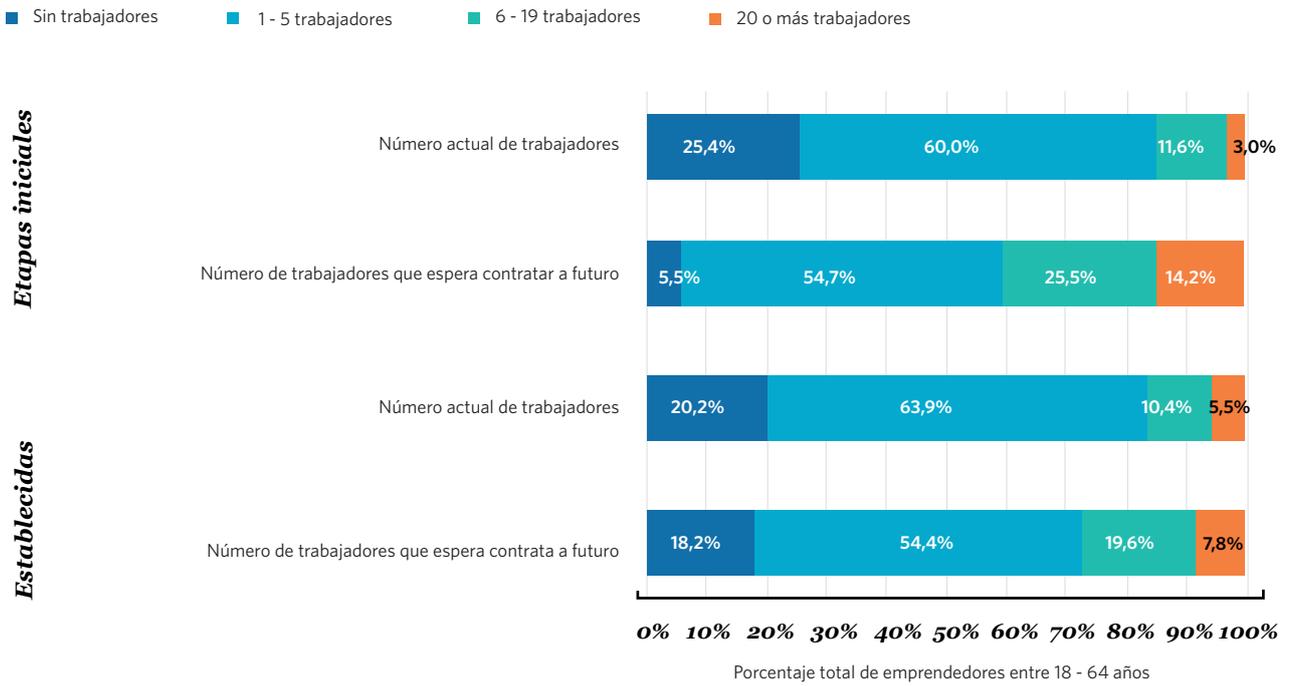
*14% de los emprendedores en etapas iniciales y 8% de los establecidos manifestaron el creer crear 20 o más empleos en 5 años*

**Figura 4.1: Expectativas de generación de empleo como porcentaje del total de actividad emprendedora en etapas iniciales en los países de la OECD para el ciclo 2013**



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

**Figura 4.2: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento**



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

#### 4.2 Competitividad

Mientras que las expectativas de crecimiento, respecto a la creación de empleo, constituyen sin duda el impacto a medio plazo más visible de la actividad emprendedora, la orientación innovadora afecta a la renovación estructural de las industrias en el largo plazo. La innovación y el emprendimiento están íntimamente relacionados desde la perspectiva de Schumpeter (1912 [1934]) quien argumentó que los emprendedores innovadores influyen sobre el equilibrio de mercado mediante la combinación de nuevos productos o servicios y nuevos mercados, los que generan una “destrucción creativa” de los antiguos dejándolos obsoletos, creando así mayor competitividad e impulsando el avance de la frontera de producción. De esta manera el emprendimiento puede producir un efecto de mayor productividad y crecimiento económico.

El GEM analiza diversos factores relacionados con la innovación y la competitividad de la actividad emprendedora. La innovación (indicador relativa) se mide pidiéndoles a los emprendedores en etapas iniciales y a los establecidos que indiquen qué tan nuevos son sus productos o servicios para sus clientes. Para la competitividad, cada emprendedor califica el grado de competencia que enfrenta su empresa, específicamente si perciben que muchos negocios, pocos o ninguna otra empresa ofrece productos o servicios similares a los suyos.

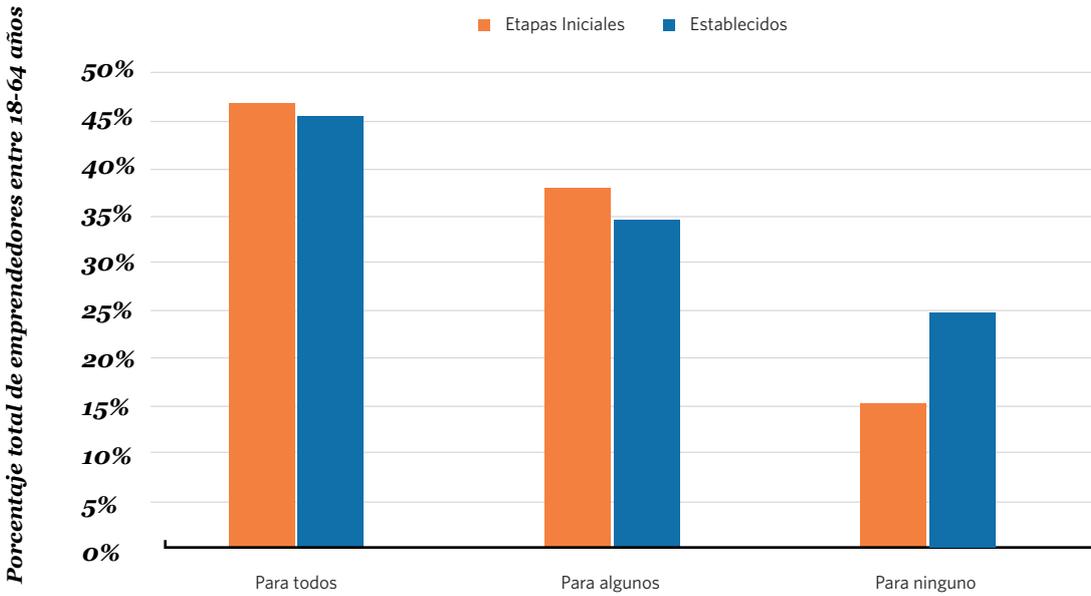
Analizando en detalle el caso específico de Chile, se observa en la **Figura 4.3** la tendencia de que prácticamente la mitad de los emprendedores iniciales considera que sus

productos son nuevos para todos sus clientes. Sólo el 15% de los emprendedores iniciales y el 20% de los establecidos manifestaron que los productos o servicios no son nuevos para sus clientes. Estas cifras resultan ser muy positivas para el contexto emprendedor nacional y si bien son un poco mayores al ciclo anterior, se puede inferir que los emprendedores están tratando de incorporar la innovación en sus negocios y que sus clientes están accediendo a nuevos productos y servicios.

Respecto a la competencia, la **Figura 4.4** muestra que un 10% de los emprendedores en etapas iniciales y un 4% de emprendedores establecidos no perciben competencia directa, lo que se puede interpretar que la actividad emprendedora no se enfoca en nuevos nichos de mercado. Dentro de estos dos grupos de emprendedores, los que están en etapas iniciales manifiestan tener menos competencia directa y, por lo tanto, una mejor posición competitiva en términos comparativos.

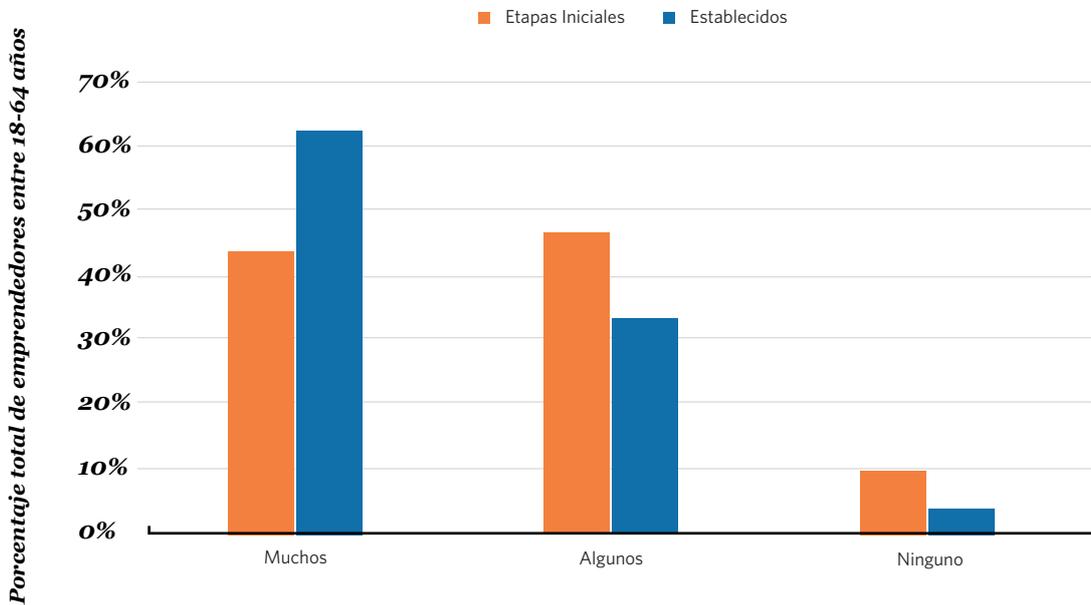
En una lectura en paralelo de los indicadores de novedad y competencia se podría decir que muchos emprendedores, si bien tratan de introducir al mercado productos o servicios novedosos (que no es sinónimo de innovadores, ya que esto también depende del mercado), existen muchos otros competidores que también “detectan” estas oportunidades y rápidamente “copian” al primer entrante. Esto explicaría la mayor competencia relativa.

**Figura 4.3: Novedad de los productos ofrecidos**  
**¿Qué tan nuevo es su producto o servicio para sus clientes?**



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

**Figura 4.4: Intensidad de la competencia esperada**  
**¿Cuántos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios?**



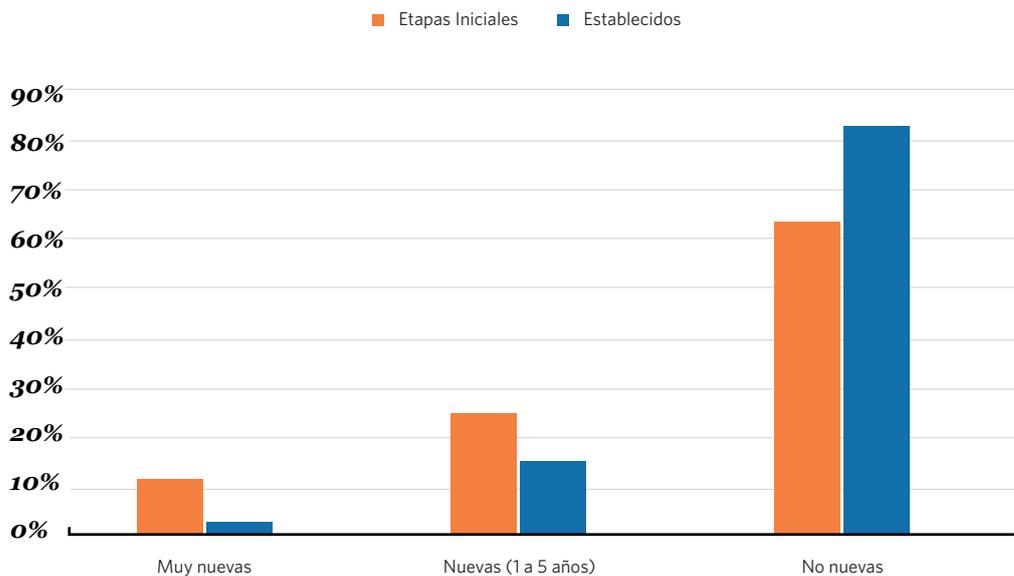
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

La **Figura 4.5** muestra los niveles de incorporación de tecnologías y nuevos procesos a los negocios. Se destaca el alto porcentaje de emprendedores de etapas iniciales (63%) como establecidos (acentuándose en este último grupo con un 81%) que declara no usar nuevas tecnologías ni nuevos procesos en sus negocios. Usando una variable adicional al uso de tecnología, que es las expectativas de expansión de mercado, se puede medir el grado de competitividad

esperada. Ésta se mide en una variable con valores 1 a 4, donde 4 es la mayor expansión proyectada. La **Figura 4.6** muestra que la mayor parte de los emprendedores declara tener una expansión de nivel 2, lo que quiere decir que sus expectativas son moderadas, sin usar nuevas tecnologías. La distribución de los grados de expansión conserva la tendencia observada el año pasado.

**Figura 4.5: Uso de nuevas tecnologías o procesos**  
**¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos que utiliza la empresa?**

Porcentaje total de emprendedores entre 18-64 años

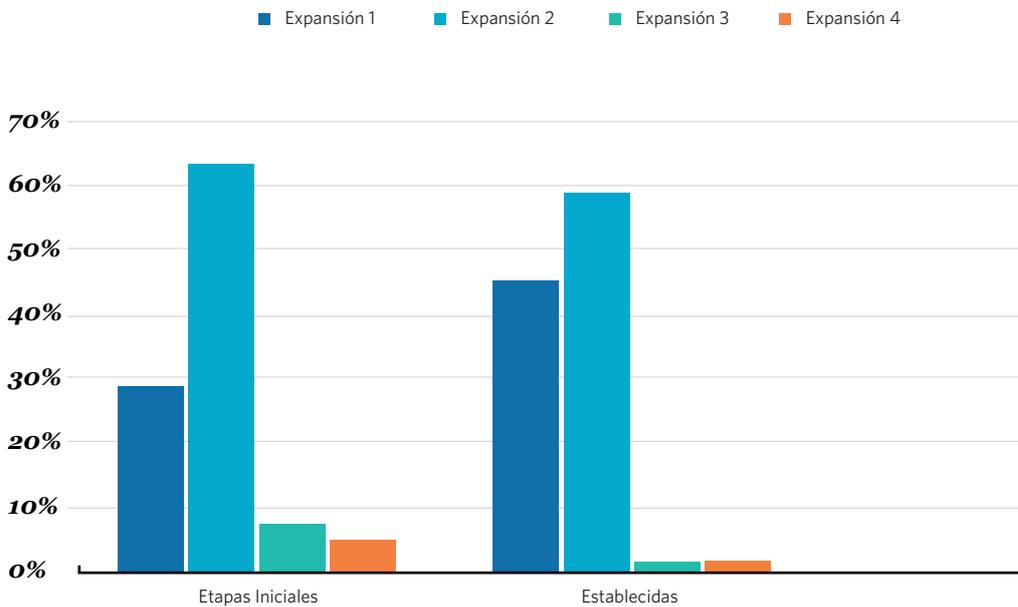


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

**Figura 4.6: Expectativa de expansión de mercado**

50

Porcentaje total de emprendedores entre 18-64 años

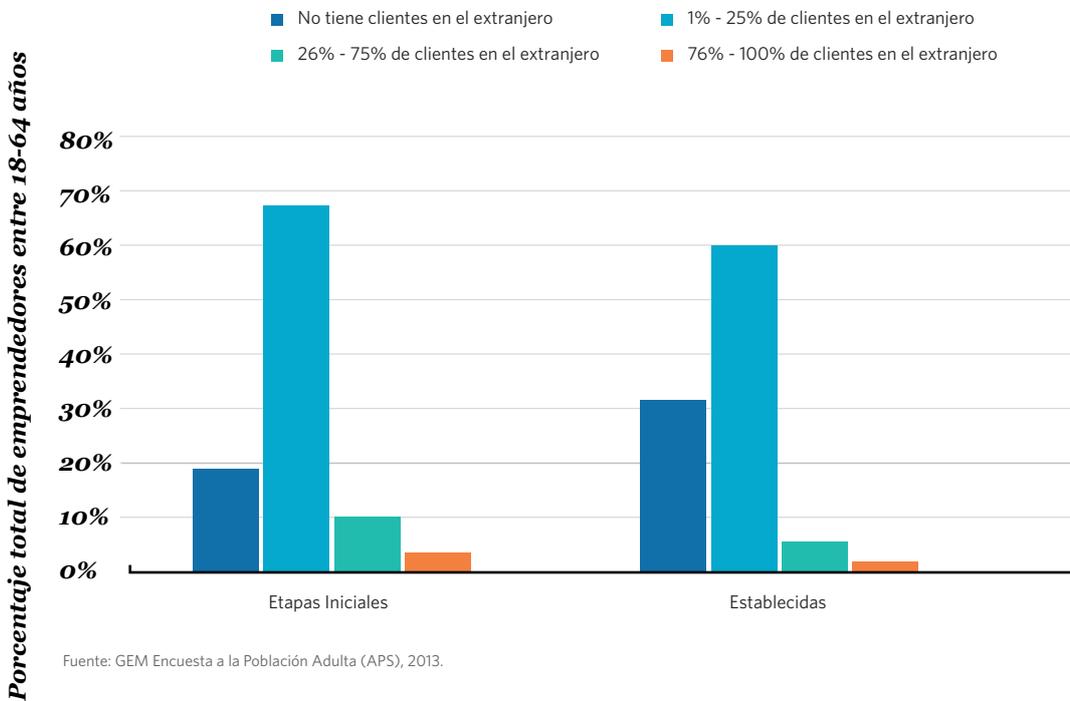


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

Finalmente, otra forma de medir las aspiraciones empresariales se relaciona con la búsqueda de mercados internacionales. La **Figura 4.7** muestra la orientación hacia mercados internacionales en cuatro categorías que van desde no tener ventas, a clientes que viven en el extranjero hasta tener más del 75% de ellos en mercados internacionales. Si bien, un porcentaje importante de los emprendedores no tienen actividades relacionadas con mercados internacionales, se destaca que los indicadores de la segunda categoría (1 a 25% de clientes en extranjero) han seguido con aumentos considerables año a año. Por ejemplo, en el ciclo 2012 el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales en esta categoría era de 58% y ahora es 68%. Igualmente

los establecidos pasaron de 54 a 60%. Éste es un aspecto positivo que indica que cada vez más emprendedores están tomando acciones para ser más competitivos en mercados internacionales y con esto consolidar sus expectativas de crecimiento. Sin duda, la internacionalización temprana de los emprendimientos, es un factor muy relevante para su desarrollo sostenible (Dimitrats y otros, 2014).

**Figura 4.7: Actividad emprendedora y orientación internacional**



*El 68% de los emprendedores en etapas iniciales tiene entre un 1 y 25% de sus clientes en el extranjero*





# 5. FACTORES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER

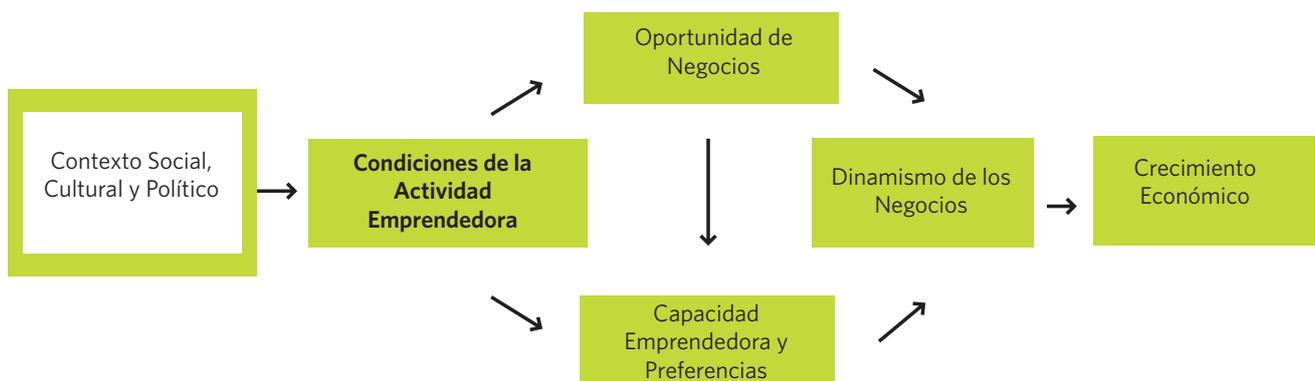


54

La metodología del GEM (Reynolds y otros, 2005) propone que la actividad emprendedora depende de una serie de factores denominados Condiciones de la Actividad Emprendedora (EFCs por sus siglas en inglés) las que entregan las “reglas del juego” en que se desenvuelven las nuevas empresas. A partir de estas condiciones se desarrolla el ecosistema para

el emprendimiento donde concurren los recursos, incentivos, apoyo institucional y características del mercado para el desarrollo y crecimiento de la actividad emprendedora (ver **Figura 5.1**). De esta manera, mientras mejor es el contexto en el que se desarrolla el emprendimiento en una sociedad, más emprendimiento productivo se genera (Baumol, 1990).

**Figura 5.1: Modelo de cómo el proceso emprendedor afecta al crecimiento económico nacional**



Por lo tanto estas condiciones pueden afectar de manera positiva o negativa la dinámica emprendedora de la población, es decir las preferencias y la capacidad de reconocer oportunidades de negocios, las que a su vez determinan el dinamismo de estos. Dado lo anterior, las Condiciones de la Actividad Emprendedora son un componente crítico para el desarrollo de la actividad emprendedora y crecimiento económico de los países.

### 5.1 Metodología de la encuesta a expertos

La ausencia de indicadores sobre el contexto específico para el emprendimiento que sean comparables internacionalmente, fue una de las principales motivaciones metodológicas para que el proyecto GEM incorporara la Encuesta a Expertos (NES, por sus siglas en inglés). Esta encuesta fue diseñada para estudiar las condiciones en donde se realiza el emprendimiento y tener datos armonizados que permita un análisis comparable entre diferentes zonas geográficas<sup>4</sup>. La

encuesta extrae la visión de un grupo de informantes clave respecto a las diferentes dimensiones que componen el entorno de la actividad emprendedora.

Este entorno emprendedor se mide a través de la percepción de un grupo de personas, quienes son elegidos como expertos al ser individuos con una trayectoria destacada en relación al emprendimiento. Adicionalmente, cada uno de los ellos debe tener una vasta experiencia en al menos una de las principales condiciones (ver **Tabla 5.1**) y como mínimo se debe tener 4 expertos por cada una<sup>5</sup>. Cabe señalar que estos expertos pueden provenir del mundo académico, empresarial o políticas públicas. A modo de ejemplo un experto en temas de apoyo financiero para el emprendimiento puede provenir de algún banco, de empresas de capital de riesgo, un inversionista ángel, un destacado emprendedor con experiencia en este ámbito, entre otros. El proceso que se realiza es similar para el resto de las otras condiciones.

**Tabla 5.1: Condiciones de la actividad emprendedora**

<b>Apoyo financiero</b>	Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo subvenciones y subsidios. Esto incluye toda la cadena de financiamiento, desde capital semilla (nuevos emprendimientos) hasta mercados de capitales sofisticados (grandes empresas).
<b>Políticas gubernamentales</b>	Se refiere al grado en que las políticas del gobierno (reflejadas en regulaciones e impuestos) y la aplicación de éstas tienen como objetivo: (i) el apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento y (ii) ser neutras entre el efecto que ocasionan a las nuevas empresas y a las ya establecidas.
<b>Programas de gobierno</b>	Se refieren a la existencia de programas para ayudar de forma directa a las firmas nuevas y en crecimiento, ya sea a nivel municipal, regional o nacional.
<b>Educación para el emprendimiento</b>	Se refiere a la medida en que son incorporadas a los sistemas educacionales y de capacitación el conocimiento, las destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos o en crecimiento.
<b>Transferencia de I+D</b>	Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas, y en crecimiento.
<b>Infraestructura comercial y profesional</b>	Se refiere tanto a la disponibilidad de servicios comerciales, contables, y legales, como a la existencia de instituciones que promueven el surgimiento de negocios nuevos, pequeños o en crecimiento.
<b>Apertura del mercado interno</b>	Se refiere a la medida en que las prácticas comerciales habituales y el marco regulatorio son suficientemente flexibles en su aplicación, de modo de facilitar (o no impedir) que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir y eventualmente reemplazar a los proveedores actuales.
<b>Acceso a la infraestructura física</b>	Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un precio y oportunidad tal, que no representen una discriminación para las firmas nuevas, pequeñas o en crecimiento.
<b>Normas sociales y culturales</b>	Se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan o desalientan acciones individuales que puedan llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

<sup>4</sup>Estos niveles territoriales pueden ser entre países, regiones, ciudades u otras.

<sup>5</sup>La combinación de estos cuatro expertos por cada una de las nueve principales categorías da un total de 36 expertos, que es el número mínimo que se establece en la metodología del GEM para analizar el contexto emprendedor de un país o región.

La primera parte del cuestionario está diseñado para que sea respondido con una escala de Likert de cinco puntos, donde 5 significa que se está completamente de acuerdo con la afirmación y 1 significa que se está completamente en desacuerdo. En esta primera sección se encuentran preguntas sobre las nueve principales condiciones mencionadas en la **Tabla 5.1** además de otras siete categorías complementarias<sup>6</sup>.

En la segunda sección de la encuesta, los expertos indican cuáles son los principales impulsores y obstáculos de la actividad emprendedora. Adicionalmente aportan con recomendaciones para el fomento del emprendimiento.

Finalmente, en la tercera sección, se recopila información personal de los expertos.

## 5.2 Análisis general de las condiciones para emprender

Así como fue mencionado al comienzo de este capítulo, la encuesta a expertos permite tener información armonizada para ser comparable entre países. En la **Tabla 5.2** están los promedios de las principales condiciones para los países de la OECD participantes del GEM durante el 2013. Cabe mencionar que tres de las condiciones (educación para el emprendimiento, políticas públicas pro emprendimiento y mercado interno) se encuentran subdivididas en esta tabla<sup>7</sup>.

**Tabla 5.2: Promedio de cada condición de la actividad emprendedora en los países OECD**

<i>País</i>	<i>Apoyo Financiero</i>	<i>Política Pública General</i>	<i>Política Pública Regulación</i>	<i>Programas de Gobierno</i>	<i>Educación-Primaria y Secundaria</i>	<i>Educación-Post-Secundaria</i>	<i>Transferencia de I+D</i>	<i>Infraestructura Comercial</i>	<i>Mercado Interno -Dinamismo</i>	<i>Mercado Interno -Apertura</i>	<i>Infraestructura Física</i>	<i>Normas Sociales y Culturales</i>
Alemania	2,8	2,6	2,6	3,4	1,9	2,6	2,8	3,3	3,2	2,8	3,7	2,8
Bélgica	2,6	2,6	2,2	3,3	2,0	3,1	2,6	3,3	2,8	2,7	3,8	2,2
Canadá	2,6	2,9	2,4	2,8	2,2	2,7	2,5	3,1	3,0	2,6	3,9	3,2
<b>Chile</b>	<b>2,5</b>	<b>3,4</b>	<b>3,2</b>	<b>3,1</b>	<b>1,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,2</b>	<b>2,7</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>4,2</b>	<b>2,8</b>
Eslovaquia	2,2	1,9	1,9	2,2	1,9	2,8	1,9	2,8	3,0	2,5	3,9	1,9
Eslovenia	2,2	1,9	2,1	2,5	2,1	2,8	2,4	2,8	3,1	2,4	3,9	2,2
España	1,8	2,3	2,0	3,1	1,4	2,3	2,2	2,5	2,1	2,3	3,9	2,1
Estados Unidos	2,6	2,8	2,2	2,6	2,2	3,1	2,4	3,2	3,2	2,9	4,2	3,9
Estonia	2,7	2,5	3,1	3,3	2,3	3,0	2,9	3,0	3,6	2,5	4,3	3,5
Finlandia	2,8	3,3	3,1	2,9	2,7	2,9	3,0	3,5	2,8	2,9	4,3	2,9
Francia	2,9	3,3	3,0	3,2	1,7	2,7	2,5	3,0	3,2	2,4	4,2	2,2
Grecia	2,0	2,1	1,8	2,0	1,7	2,6	2,2	3,2	3,2	2,2	3,6	2,3
Hungría	2,8	2,3	1,9	2,4	1,9	2,8	2,5	3,4	3,1	2,7	3,9	2,6
Irlanda	2,6	2,9	2,8	3,2	2,0	2,8	2,9	3,4	2,7	2,9	3,9	3,0
Israel	2,8	2,0	1,7	2,3	2,0	3,0	2,4	3,3	2,7	2,2	4,1	3,8
Italia	2,5	2,0	1,5	2,1	1,7	2,6	2,5	3,1	3,5	2,5	3,3	2,1
Corea	2,3	3,4	2,7	3,0	2,1	2,5	2,5	2,3	4,1	2,3	4,0	3,1
México	2,4	3,0	2,2	3,1	2,0	3,3	2,6	2,7	2,5	2,4	3,9	3,1
Noruega	2,8	2,4	2,8	3,0	2,6	2,6	2,9	3,6	2,9	2,6	4,1	2,8
Países Bajos	2,8	3,0	3,2	3,0	3,1	3,3	2,8	3,9	2,9	3,3	4,6	3,1
Polonia	2,7	2,6	2,1	2,7	1,8	2,4	2,2	3,0	3,8	2,8	3,6	2,8
Portugal	2,9	2,6	1,8	2,9	2,2	3,0	2,7	3,4	2,4	2,5	4,4	2,6
Reino Unido	2,7	3,0	2,6	2,7	2,2	2,6	2,5	3,1	2,8	2,7	3,9	3,1
Suecia	2,3	2,7	2,5	2,7	2,3	2,4	2,4	3,0	3,4	2,6	4,2	3,2
Suiza	3,0	3,4	3,7	3,5	2,4	3,4	3,5	3,6	2,7	3,3	4,7	3,3
Turquía	2,7	3,0	2,7	2,7	2,3	2,9	2,5	3,1	3,2	2,7	3,8	3,2
<b>Promedio</b>	<b>2,6</b>	<b>2,7</b>	<b>2,5</b>	<b>2,8</b>	<b>2,1</b>	<b>2,8</b>	<b>2,6</b>	<b>3,1</b>	<b>3,0</b>	<b>2,6</b>	<b>4,0</b>	<b>2,8</b>

Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2013.

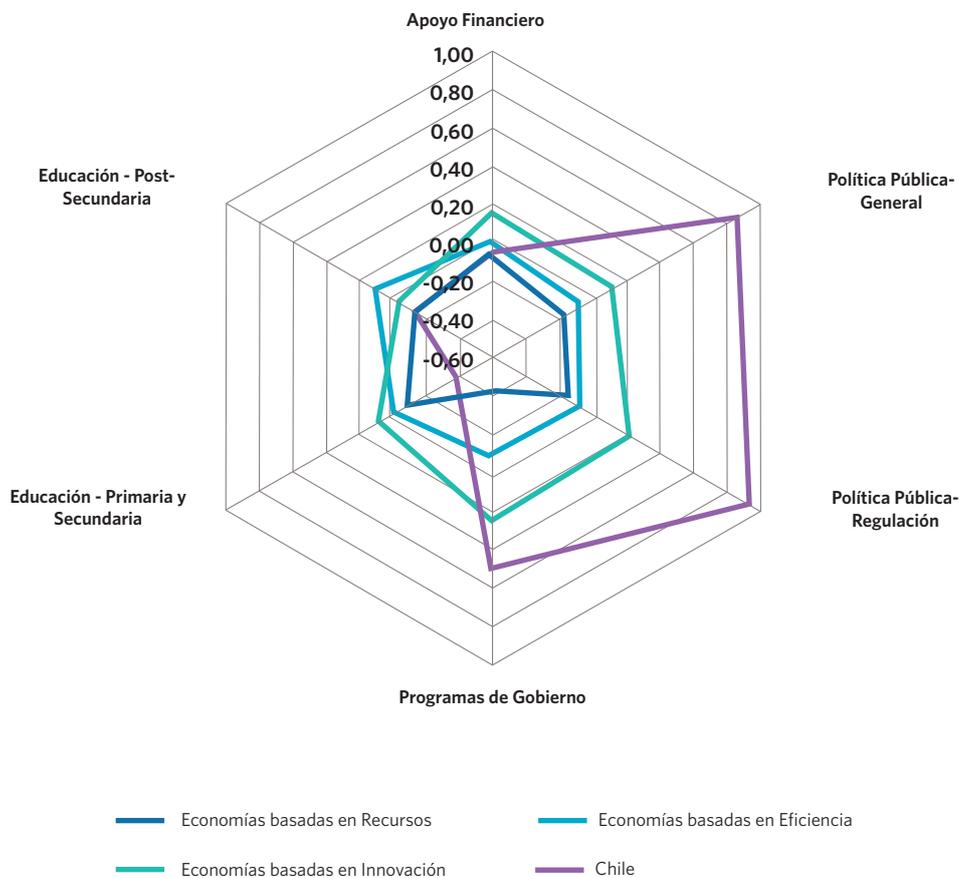
<sup>6</sup> Para mayor detalle ver Poblete y Amorós (2010)

<sup>7</sup> La justificación de la división en estas categorías se encuentra en Bosma y otros (2012).

Chile destaca, en términos comparativos, por el desarrollo a nivel general de políticas públicas pro emprendimiento solo por detrás de Suiza y, Finlandia. También se destaca por la infraestructura física. Sin embargo, se observan deficiencias respecto a financiamiento, la educación para el emprendimiento (básica y secundaria), transferencia de I+D y en el mercado interno, principalmente por el bajo dinamismo que se percibe. En esta categorías, Chile está debajo del promedio OECD. En el resto de las categorías las diferencias entre el promedio Chileno y el promedio OECD no son muy grandes.

La **Figura 5.2** y **Figura 5.3** presentan la información de la evaluación de las condiciones, agrupada por tipos de economía (basadas en la clasificación del Índice de Competitividad del World Economic Forum: en recursos, en eficiencia o innovación) y se comparan con los niveles observados en Chile. La escala de estos indicadores está calculada y normalizada usando el método de componentes principales que es una alternativa más robusta que usar promedios simples.

**Figura 5.2: Indicadores del contexto para el emprendimiento según fase de desarrollo económico y Chile (1/2)**

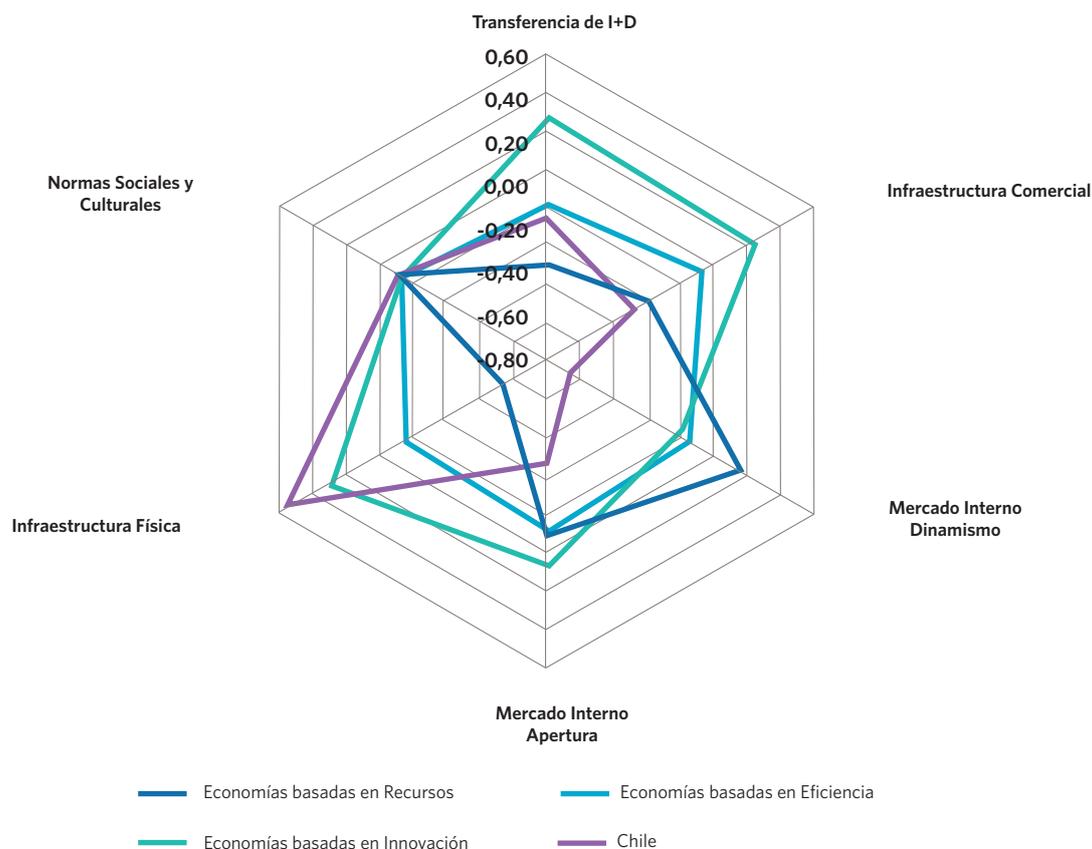


Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

En la **Figura 5.2** se encuentran las políticas de gobierno, la educación para el emprendimiento, los programas de gobierno y el apoyo financiero para el desarrollo de la actividad emprendedora. En general las economías más desarrolladas (economías basadas en la innovación) presentan mejores niveles que las basadas en eficiencia y recursos. Chile, que se encuentra en un proceso de transición de economía basada en eficiencia a una economía basada en innovación, posee una política gubernamental pro-emprendimiento mejor evaluada que el resto de las economías. También se destaca que el país posee una mejor evaluación que el resto de las economías analizadas en los programas de gobierno pro-emprendimiento. Sin embargo, cuando se analiza la educación para el emprendimiento en niveles básicos (primaria y

secundaria) así como financiamiento, Chile una menor evaluación. De la **Figura 5.3** es posible mencionar que Chile se encuentra en los niveles más altos, comparativamente hablando, en las normas sociales y culturales y en el acceso a la infraestructura física. En dinamismo del mercado interno la evaluación está por debajo de todos los tipos de economía, y en transferencia de investigación y desarrollo y apertura de los mercados, Chile está muy por debajo de las economías basadas en la innovación. Respecto a los tipos de economías, nuevamente se observa que las economías basadas en la innovación son las que tienen el mejor nivel en cada categoría, lo cual es consistente con el modelo del GEM (ver **Figura 5.1**).

**Figura 5.3: Indicadores del contexto para el emprendimiento según fase de desarrollo económico y Chile (2/2)**



58

Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

**5.3 Condiciones de la actividad emprendedora en Chile**

Como se había explicado en la Sección 2.1 de este capítulo, la encuesta a expertos se evalúa con preguntas en escala de 1 a 5. Desde el año 2005 en los reportes en Chile hemos decidido realizar una conversión de la escala de Likert a un índice que fluctúa entre -2 a +2. La **Tabla 5.3** especifica cómo se convierten los valores de una escala a la otra.

Con este cambio en la escala, las evaluaciones que en la escala original tenían un 3, es decir, indican no tener preferencia positiva o negativa pasan a tener valor cero. De esta forma, se fuerza a que la varianza de los datos aumente y se puede enfatizar en los cambios anuales.

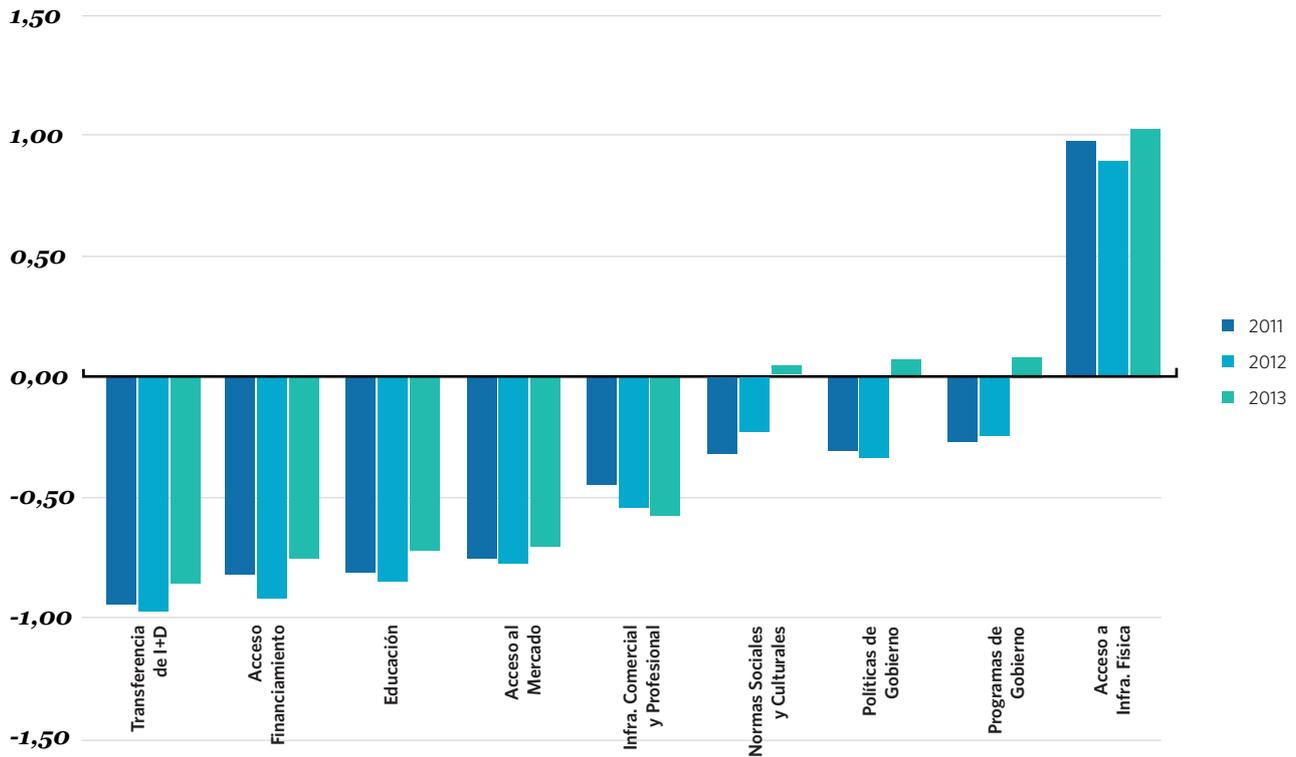
**Tabla 5.3: Conversión de escala de likert de 5 puntos a índice de -2 a +2**

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

La **Figura 5.4** compara con la nueva escala el desarrollo que ha tenido el entorno para el emprendimiento durante los últimos 3 años. La figura está ordenada de la condición que tienen peor evaluación a mejor en el año 2013. Como se puede observar en opinión de los expertos consultados, ocho de las nueve condiciones tienen rangos negativos de evaluación.

Este año por primera vez desde que se hace este análisis (dese el año 2005) cuatro factores tiene una evaluación positiva: infraestructura física, los programas de gobierno, políticas de gobierno y las normas sociales y culturales.

Figura 5.4: Evolución del contexto emprendedor de Chile, 2011-2013



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

Así, en opinión de los más de 400 expertos consultados de 9 regiones del país, el contexto para el emprendimiento en Chile si bien ha mejorado paulatinamente aun presenta áreas de oportunidad lo que puede ser un obstáculo para los emprendedores en el desarrollo de su actividad.

A continuación se presentan en detalle los resultados de la encuesta a expertos en cada una de las condiciones para el emprendimiento para el periodo 2013.

#### Transferencia de Investigación y Desarrollo

Nivel: -0,86

Este indicador si bien es mejor evaluado que el ciclo anterior, persiste la apreciación negativa de los expertos sobre la efectividad de transferencia de I+D hacia el emprendimiento (Figura 5.5). El acceso a nuevas tecnologías es uno de los factores más mal evaluados junto con la escasa vinculación de lo desarrollado en los centros de investigación y universidades con la actividad emprendedora. Aún cuando cada vez más universidades crean centros para el desarrollo de la investigación y transferencia tecnológica, los resultados no serían apreciables según la opinión de los expertos.

Pese a que durante el 2013 hubo un fuerte énfasis en potenciar la vinculación universidad-empresa, tanto por InnovaChile de CORFO como por las propias universidades, entre otros, se mantiene la opinión en relación a la gran diferencia que habría entre el acceso a las nuevas tecnologías

y conocimientos donde las empresas establecidas estarían en una mejor posición que los nuevos negocios para incorporar esta información.

Todos los beneficios que se podría generar de la investigación realizada en las universidades y centros de investigación manifestados en la generación de nuevos productos, mayor empleabilidad, procesos productivos más eficientes, entre otros- estarían estancados no sólo por problemas en la escasa comunicación existente entre las partes, sino también por los costos asociados.

Resulta razonable que los expertos también critiquen la capacidad que tendrían las nuevas empresas de tecnología para lograr una competitividad a nivel mundial. Como se analizó en los capítulos anteriores, el porcentaje que representa las empresas tecnológicas, respecto al total de emprendimientos, es pequeño. Asimismo el crecimiento de las nuevas empresas tampoco está basado en la incorporación de tecnología. En ese sentido, serían los mismos emprendedores quienes en general no conciben dentro de sus negocios ninguna vinculación con procesos tecnológicos o la investigación aplicada.

Finalmente, se percibe un fuerte desacuerdo en relación al apoyo para que ingenieros y científicos emprendan y puedan explotar sus ideas. Este aspecto aborda, entre otras cosas, el costo alternativo que tendrían al emprender.

Dadas las condiciones del mercado laboral actual, con casi pleno empleo y los niveles de renta que perciben siendo trabajadores dependientes en muchos casos limita el deseo de querer iniciar un nuevo negocio de forma independiente.

Sin embargo esto abriría la posibilidad para desarrollo de intraemprendedores, un aspecto poco analizado y difundido entre las empresas en Chile.

**Figura 5.5: Evaluación de la transferencia de I+D**

Las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos son eficazmente transferidos desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.

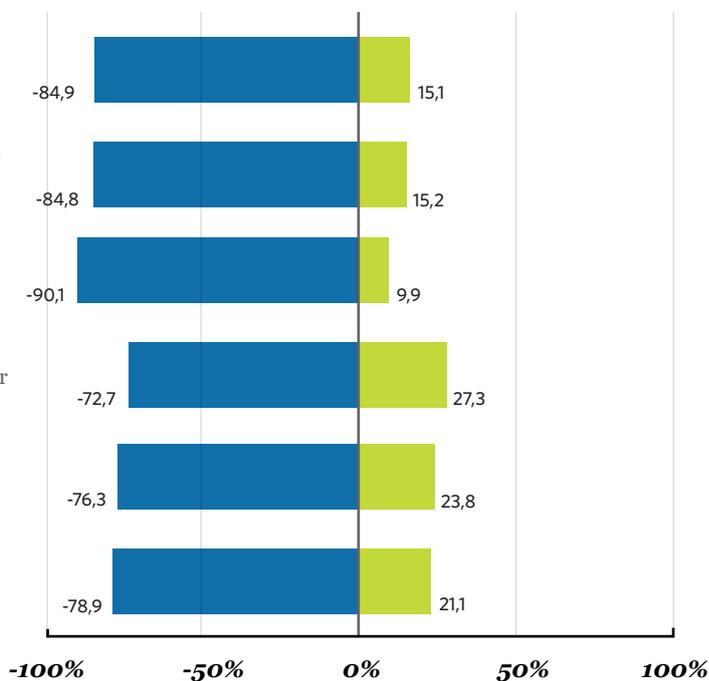
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden financiar la adquisición de las últimas tecnologías disponibles.

Existen suficientes y adecuadas subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías.

La base científico-tecnológica apoya eficazmente, la creación de empresas de tecnología capaces de competir eficazmente a nivel mundial.

Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

**Apoyo Financiero**

**Nivel: -0,75**

La dimensión financiera nuevamente es una de las más negativas dentro de las evaluadas en el contexto para emprender.

En el ciclo anterior se observó un empeoramiento en términos comparativos sobre el resto de las variables y este año se mantiene como la segunda variable peor evaluada, a pesar de que la variable pasó de tener un valor de -0,92 a -0,75 lo cual se traduce en una percepción menos crítica del apoyo financiero que poseen los emprendedores.

La principal diferencia que se observa respecto al periodo anterior tiene relación con el nivel de acuerdo sobre si existen suficientes fuentes de financiamiento externo para las nuevas empresas y las que están en crecimiento. En el ciclo anterior, un 78% estaba en desacuerdo y, como se observa en la **Figura 5.6**, este periodo es un 71%.

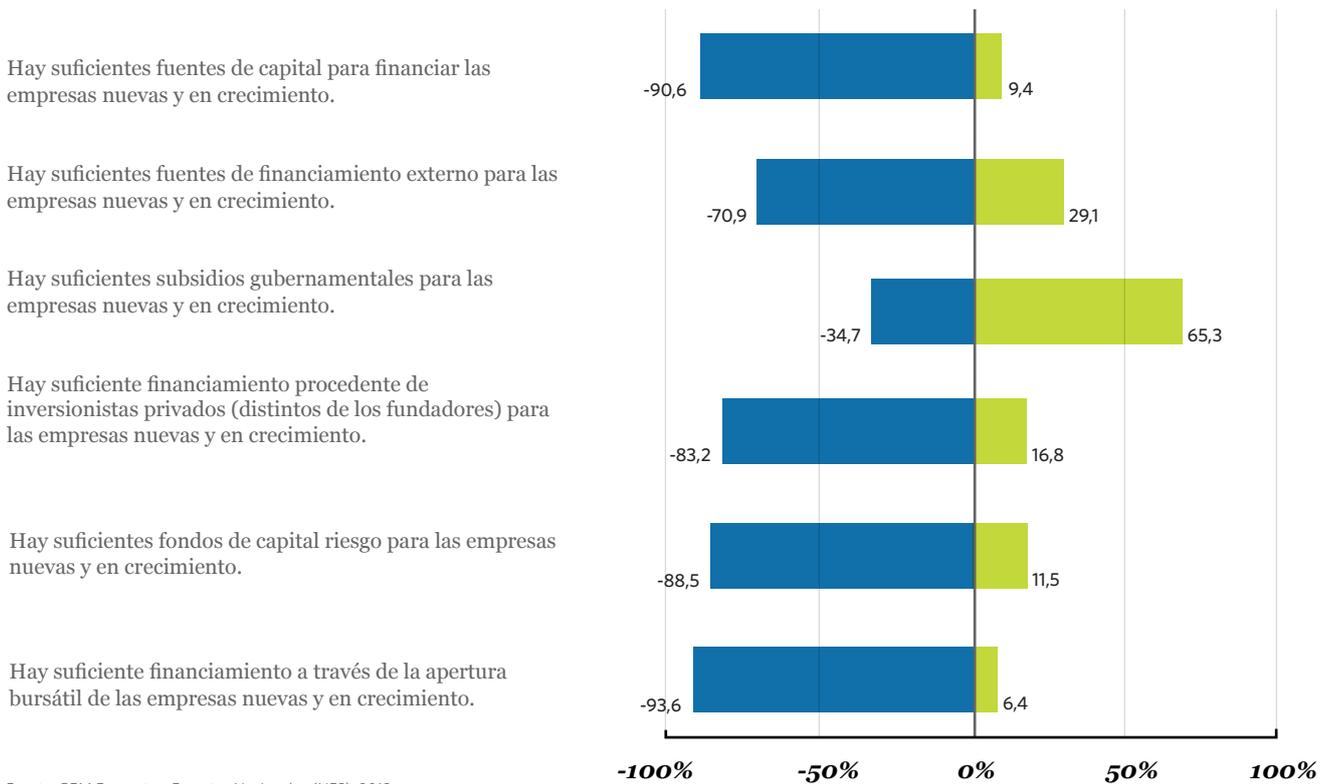
Si bien, en el resto de las variables la percepción es similar a lo observado al ciclo pasado, no significa necesariamente que la situación se mantenga idéntica. Al ser una encuesta de percepción está sujeta a lo que los expertos consideran "suficiente" o no, y en ese sentido la única variable donde hay opiniones divididas, casi en igual proporción, es sobre los subsidios que entrega el gobierno.

Los expertos coinciden en que existen en promedio pocas fuentes de capital para los emprendedores. Para este ciclo el 90% de los expertos lo considera insuficiente. Sin embargo, se destaca la buena evaluación que tienen los subsidios

gubernamentales, los que han venido incrementando tanto en montos asignados, así como a través de programas focalizados que están llegando a un mayor número de emprendedores en el país. Esto tiene relación con una positiva evaluación de la política y programas pro-emprendimiento que se analizaran más adelante.

Respecto a los inversionistas privados, capitales de riesgo y apertura bursátil los porcentajes se mantienen similares al ciclo anterior. Los resultados exponen lo complejo que es para las nuevas empresas y las que están en crecimiento lograr capital proveniente de fuentes privadas. En este sentido, resultaría pertinente aumentar las instancias de encuentro entre inversionistas y emprendedores, y disminuir la complejidad que implica abrirse a la bolsa.

*Por tercer año consecutivo la transferencia de I+D es la condición con peor evaluación por parte de los expertos consultados*

**Figura 5.6: Apoyo financiero para el emprendimiento**

Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

### Educación y Capacitación para el Emprendimiento

**Nivel: -0,72**

También esta dimensión mejora respecto al año pasado aunque continúa evaluada de forma negativa. Hay que reconocer que se han implementado muchos esfuerzos de formación y capacitación para fomentar en la población el espíritu emprendedor.

Sin embargo, prácticamente todos los expertos consultados concuerdan que en los colegios y escuelas, tanto en la etapa primaria como en la secundaria, no se fomenta lo suficiente el desarrollo de habilidades ni conocimientos para emprender.

Para el caso de la educación superior, si bien no se observa una situación tan crítica como en las primeras etapas educativas, un 63% de los expertos también considera que la dedicación que las universidades y centros de enseñanza para fomentar el espíritu empresarial y la creación de empresas no es adecuada ni de calidad. En ese sentido, el énfasis de estas instituciones educacionales estaría concentrada en cubrir principalmente aspectos más técnicos de las respectivas carreras más que en fomentar aspectos transversales que fomentan el emprendimiento.

Cabe mencionar que al hablar de educación emprendedora nos referimos al conjunto de conocimientos y habilidades sobre, o con el propósito de, emprender (Coduras y otros, 2010). Por lo tanto, esta definición incorpora no sólo los aspectos técnicos relacionados con la puesta en marcha de un negocio, sino que también habilidades de liderazgo, confianza, trabajo grupal, entre otros.

Similar a lo observado en periodos anteriores, las escuelas de negocios son las únicas bien valoradas por expertos dado que consideran que la preparación para el emprendimiento en dichas escuelas sí es adecuada. Los centros de formación profesional (educación técnica) y continua es la segunda mejor evaluada.

**Figura 5.7: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento**

En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.

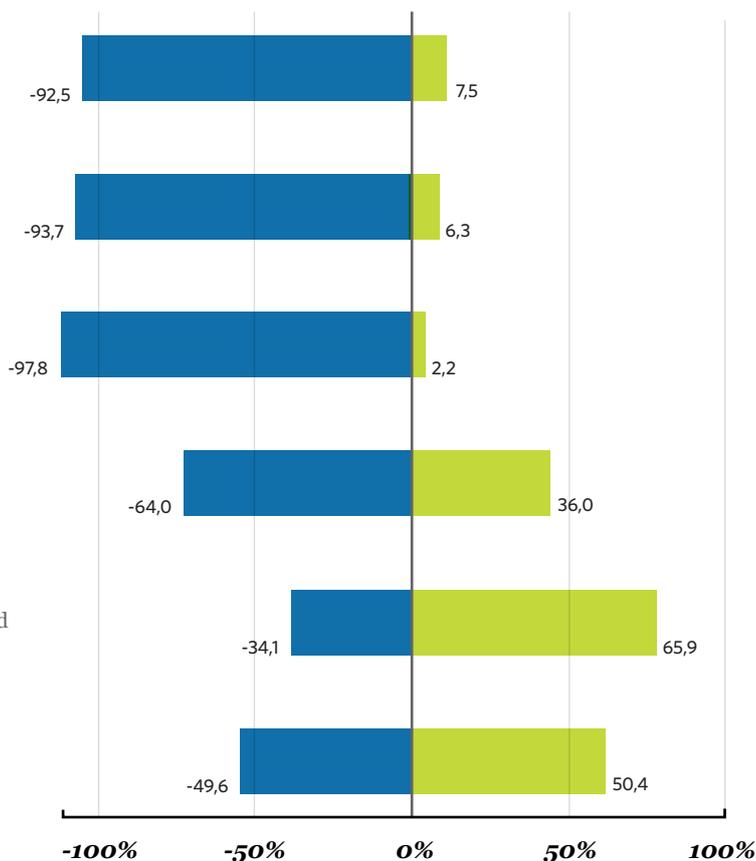
En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan los conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.

En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.

Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las existentes.

La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las existentes.

Los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las existentes.



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

**Acceso al Mercado Interno**

**Nivel: -0,71**

El acceso al mercado interno en la definición del GEM constituye toda barrera que debe superar la nueva empresa para poder introducir su producto al mercado. Estas barreras pueden provenir por las condiciones propias del mercado -que se daría si éste tuviera naturalmente un bajo dinamismo- o en su defecto, porque las propias empresas existentes dificultan la entrada de nuevos actores a sus mercados.

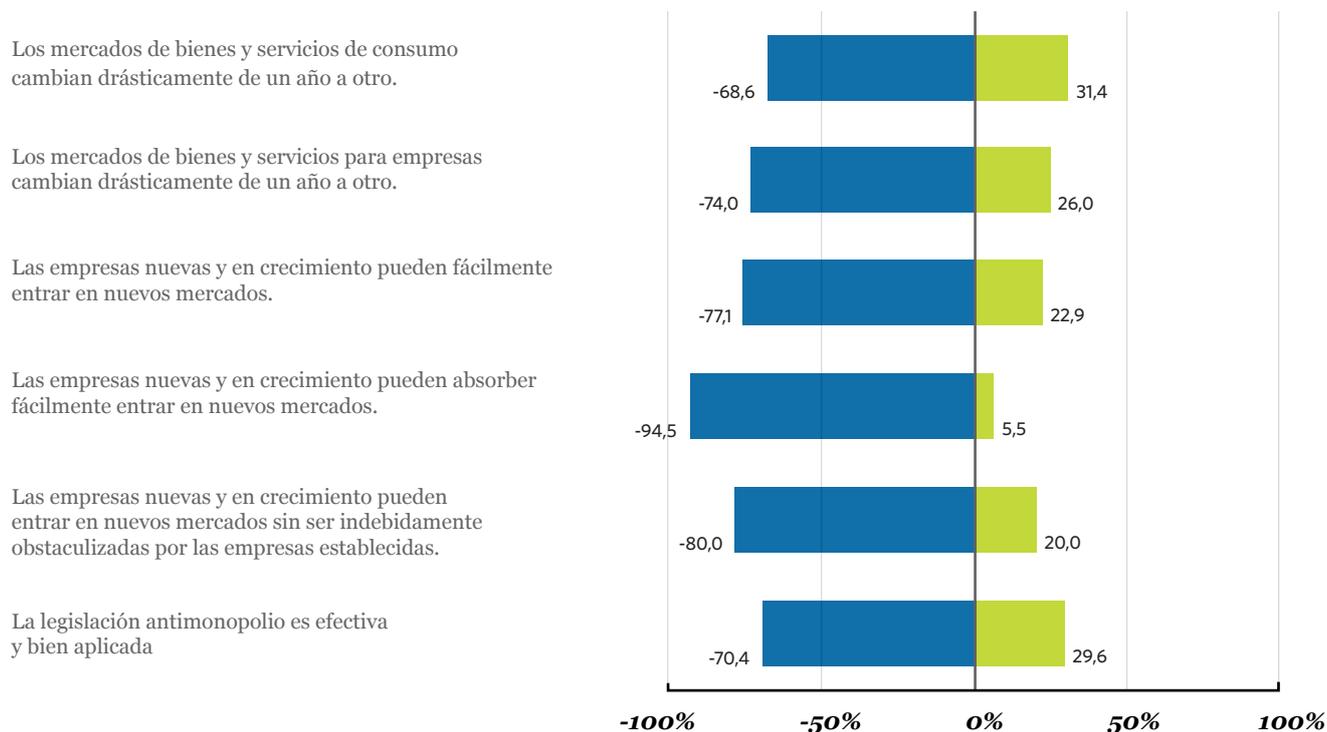
Este es uno de los factores que en comparación con las economías más desarrolladas es muy deficitaria en Chile. Al respecto la mayoría de los expertos señaló que los mercados de bienes y servicios, tanto para las personas como para las empresas, no cambian radicalmente de un año a otro. Esto genera un bajo nivel de dinamismo que repercute en el emprendimiento, dificultando la incorporación de nuevos negocios que acrecienten la competitividad en el mercado y la generación de nuevos productos o servicios para la sociedad.

Por otra parte, analizando la apertura del mercado local, los expertos perciben que entrar a ellos no es un proceso fácil y una de las razones que justificaría esto tiene relación con la capacidad de absorber el costo que implica entrar al mercado. Respecto al tema económico, es donde se observa

el mayor nivel de acuerdo entre los expertos, donde -así como fue mencionado previamente, al observar los resultados respecto al apoyo financiero- existe una escasez percibida de recursos económicos y para las empresas incurrir en costos adicionales con el fin de entrar a competir en el mercado, resulta un proceso especialmente complejo.

Otra característica, detectada por los expertos encuestados, es la gran obstaculización que tendrían las nuevas empresas y las que están en crecimiento. El 80% de los expertos considera que las empresas establecidas generan barreras de entrada que son indebidas y dificultan la incorporación de nuevos agentes al mercado que acrecienten la competitividad.

Este aspecto está muy relacionado con la última pregunta de este constructo, que tiene relación con la aplicación efectiva de la legislación antimonopolio. Los expertos en general tienden a tener una visión crítica respecto a la rigurosidad con que es fiscalizada este tipo de prácticas que afectan la competencia en los mercados.

**Figura 5.8: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes**

Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

### Infraestructura Comercial y Profesional

Nivel: -0,58

Para este ciclo esta evaluación es más negativa que el periodo anterior. En Chile, consistentemente se observan evaluaciones negativas de los expertos, quienes principalmente critican aspectos relacionados con la calidad y el costo de los servicios que se ofrecen más que la cantidad de alternativas disponibles en el mercado. Un apoyo eficaz brindado por la infraestructura comercial y profesional permitiría que muchos emprendedores obtengan recomendaciones para una buena gestión del negocio.

En relación a la existencia de proveedores, consultores y subcontratistas, un 50% de los expertos consultados considera que existen suficientes opciones en el mercado, sin embargo, el costo es alto para las empresas nuevas y las que están en crecimiento. De hecho, el 88% de los expertos consultados considera que es un servicio caro en términos relativos, donde el costo asociado no es fácil de absorber. Adicionalmente con la dificultad que significa para las nuevas empresas destinar recursos económicos para cubrir estos costos, están los problemas de la calidad percibida por el servicio. Al respecto, el 78% de los expertos encuestados considera que el acceso a buenos proveedores, consultores y subcontrataciones es más bien escaso.

La dificultad en la búsqueda de buenos servicios para las empresas también se estaría observando, según los expertos, en el acceso a asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal. Sólo un 37% de quienes respondieron durante el 2013 la encuesta a expertos, señala que acceder a este tipo de asesoramiento no debería ser muy complejo. La mayoría de los expertos opina lo contrario y señala que no es fácil conseguir buenas asesorías.

En relación al acceso de servicios bancarios es posible observar una visión más crítica que en el periodo anterior. Para el 2012, un 23% de los expertos consideraba que la apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito, entre otros servicios, eran relativamente de fácil acceso. Para el 2013 el porcentaje que señala lo anterior, se mantuvo en torno al 24%. En ese sentido, la percepción de los expertos indicaría que el acceso a servicios bancarios es una traba más, que se suma a otros aspectos, que deben enfrentar los emprendedores que se encuentran iniciando sus negocios.

**Figura 5.9: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional**

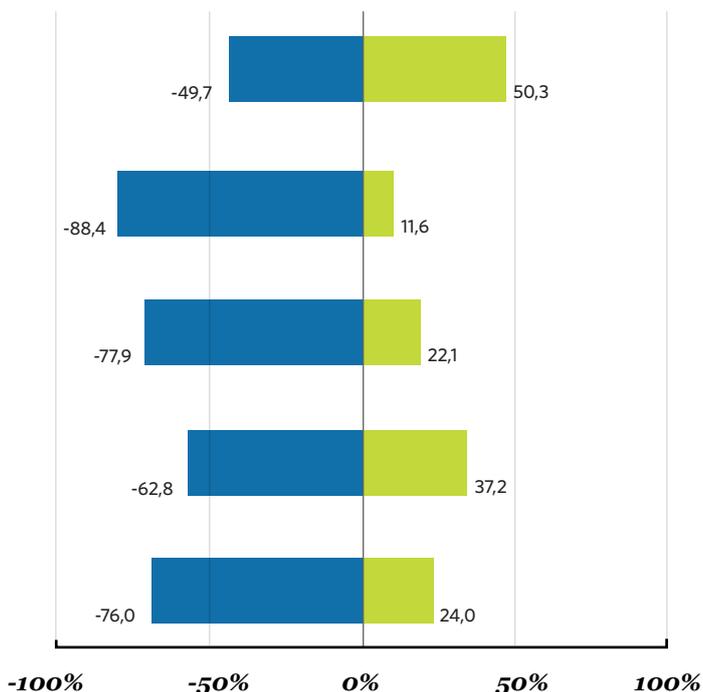
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y a las en crecimiento.

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden absorber el costo de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores.

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden fácilmente acceder a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden fácilmente acceder a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.

Las empresas nuevas y en crecimiento pueden fácilmente acceder a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito, entre otros).



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

**Normas Sociales y Culturales**

**Nivel: 0,04**

Por tercer año consecutivo mejora la percepción del contexto socio-cultural para el emprendimiento en Chile. Esta dimensión incorpora todos los aspectos relacionados a temas sociales, como podría ser la percepción de la gente sobre temas de emprendimiento, la actitud hacia el emprendimiento en jóvenes, mujeres, entre otros. Al respecto, y de acuerdo a lo observado en la **Figura 5.10**, un 64% de los expertos considera que la cultura nacional sí valora a quienes, por medio de esfuerzo personal, logran ser exitosos. No obstante, no existiría un énfasis social por la búsqueda de autonomía ni el estímulo suficiente para desarrollar iniciativas personales. Las opiniones de los expertos tienden a concentrarse en que existe un escaso fomento para la toma de riesgos dado que la cultura empresarial local es más bien conservadora en el sentido de que existe una alta aversión al riesgo. Solo un 34% evaluó como positivo el tomar riesgos. En este sentido, también es sabido la “alta penalización social” al fracaso, es decir aquellos emprendedores que por algún motivo les va mal, son generalmente estigmatizados lo que redundará en la poca propensión a arriesgar.

Existe una relación entre lo anterior, el miedo a lo desconocido y la búsqueda de nuevas soluciones. Aún cuando se observa un aumento respecto a lo observado el año pasado, ya que subió de 35% a 39%, la mayoría de los expertos afirma que no se fomenta la creatividad ni la innovación. Aún cuando en Chile existe una percepción positiva hacia la innovación, aún falta que la cultura nacional acepte de mejor forma las innovaciones que muchas veces se contraponen a los aspectos tradicionales y del statusquo. Tomando en cuenta que la cultura empresarial en algunos sectores es muy “tradicional” y conservadora, la cultura emprendedora más innovadora y radical podría no ser muy aceptada.

Un último aspecto estudiado en este set de preguntas hace mención a si la sociedad enfatiza que los individuos son los responsables de su propia vida o bien es la comunidad en su conjunto la que se hace cargo de las personas. En esta pregunta se observa que no hay un claro consenso entre los expertos, sin embargo, un 62% considera que la cultura nacional enfatiza más al individuo.

**Figura 5.10: Evaluación de las normas sociales y culturales**

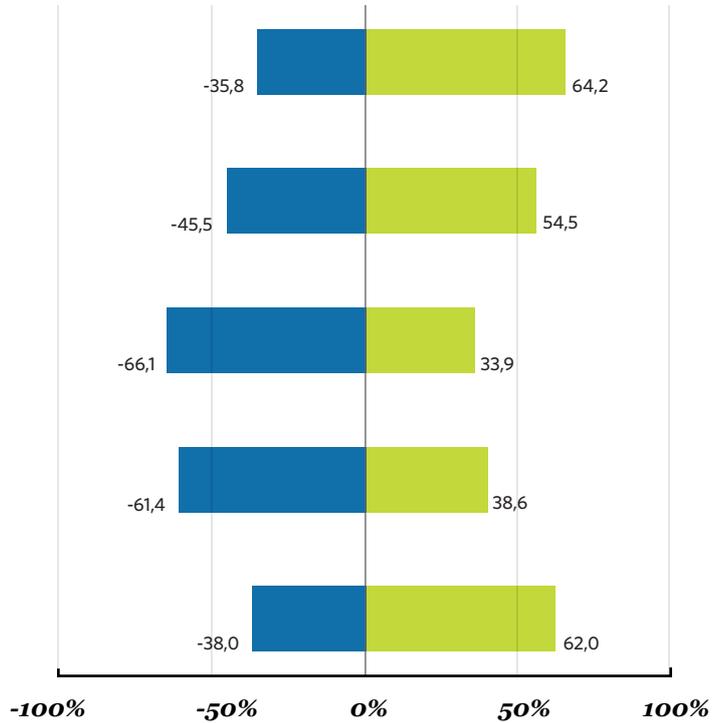
La cultura nacional apoya y valora el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.

La cultura nacional enfatiza en la capacidad, autonomía e iniciativa personal.

La cultura nacional estimula que los emprendedores se atrevan a tomar riesgos.

La cultura nacional fomenta la creatividad e innovación.

La cultura nacional enfatiza que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

65

## Políticas de Gobierno

### Nivel: 0,08

Por primera vez desde que se analiza el contexto para emprender en Chile de forma sistemática bajo la metodología del GEM (ver Amorós y otros, 2006), el factor de políticas de gobierno pro-emprendimiento obtienen una evaluación positiva. Parte importante del aumento observado en el porcentaje de la población que es emprendedora está dado por una serie de incentivos que se han desarrollado durante los últimos años. Los esfuerzos desde el ámbito público son un factor importante que -a través de leyes- puede afectar de forma directa o incluso indirecta al desarrollo del emprendimiento.

Aunque aun persiste una evaluación negativa sobre el énfasis de las políticas del gobierno que favorecen directamente a las nuevas empresas o las que están en crecimiento, muchos componentes de esta evaluación han logrado evaluaciones positivas (Figura 5.11). Se reconocen los esfuerzos gubernamentales para fomentar el emprendimiento. El 77% de los expertos menciona que el apoyo a las empresas nuevas es una prioridad para el gobierno. Esto se daría tanto a nivel central como desde los gobiernos regionales, aún cuando para este último caso, no existe pleno consenso entre los expertos.

Una gran parte de los expertos (57%) aun critica el tiempo que toman los trámites administrativos y legales para la puesta en marcha de un negocio, así también se critica la

dificultad para conseguir licencias legales y llevar a cabo los trámites burocráticos correspondientes. Al respecto, es importante mencionar la puesta en marcha de la plataforma [www.tuempresaenundia.cl](http://www.tuempresaenundia.cl), que permite iniciar una empresa en un día, con un sólo trámite y a costo cero. Esta iniciativa ya está beneficiando a muchos emprendedores. Los efectos de esta iniciativa ya se empiezan a observar y esperamos que los reportes GEM del próximo ciclo den cuenta de este efecto.

Respecto a la forma en que son aplicados los impuestos que afectan a las nuevas empresas y las que están en crecimiento, un 58% de los expertos considera que no son mecanismos que aumenten el nivel de incertidumbre de los emprendedores. Pese a lo anterior, sí existe una crítica que apunta a que la carga impositiva es una barrera para la creación de nuevas empresas.

Finalmente un aspecto que fue muy frecuente en las recomendaciones de los expertos es que, así como se hizo un gran avance para simplificar la iniciación de un negocio, se desarrollen políticas que apunten a facilitar la rápida "salida" de las empresas así como la disminución de los costos de salida y por lo tanto se estimule el reemprendimiento, lo cual está siendo reflejado en la nueva ley de quiebras que sin duda también beneficiará a muchos emprendedores.

**Figura 5.11: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento**

Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas nuevas y en crecimiento (por ejemplo, las licitaciones o compras públicas)

El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno.

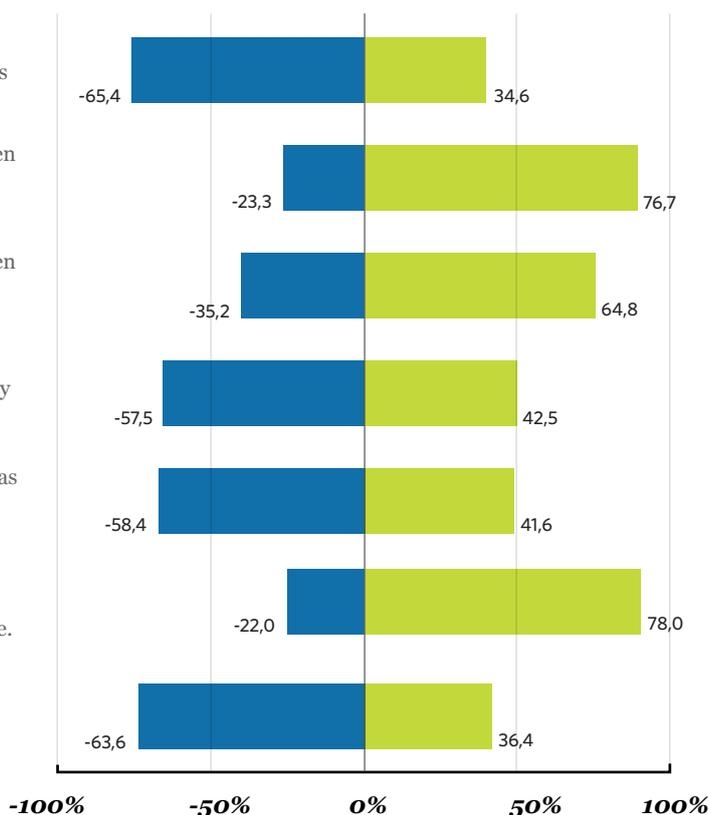
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno local.

Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales relacionados con la puesta en marcha y operación, en aproximadamente una semana.

La carga impositiva NO ES una barrera para las empresas nuevas y en crecimiento.

Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales que afectan la creación de empresas y el crecimiento de las ya existentes son aplicados de una manera predecible y consistente.

Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias legales para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa una especial dificultad.



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

**Programas de Gobierno**

**Nivel: 0,09**

La edición especial que celebró los 10 años del proyecto GEM en Chile (Amorós y Poblete, 2013), da cuenta del avance que se observa principalmente en la evolución positiva de los programas de gobierno pro emprendimiento. Si bien, persisten falencias y aspectos por mejorar, esta dimensión es la que mayores avances muestra durante el tiempo que se han realizado mediciones y en el ciclo 2013 también alcanza una evaluación positiva.

El aspecto más criticado por los expertos, es la ausencia de una ventanilla única que sirva de guía para los emprendedores sobre las ayudas que existen para los emprendedores de instituciones públicas.

En relación al apoyo de las incubadoras de negocios, los expertos se encuentran divididos prácticamente en la misma proporción entre los que consideran que los parques tecnológicos dan un apoyo efectivo y los que lo consideran deficiente. Lo mismo ocurre con el apoyo de los programas y el número de programas que fomentan el emprendimiento, donde es posible observar una clara división en la que cada grupo de expertos posee prácticamente igual proporción.

Un 67% de los expertos considera que la gran gama de programas gubernamentales existentes actualmente cubrirían las distintas necesidades que puedan tener los nuevos emprendedores. Asimismo, el 61% de los expertos está de acuerdo con la cobertura eficiente de las necesidades para las nuevas empresas y un 55% cree que los programas se ajustan a las necesidades de los emprendedores. En este sentido, las evaluaciones negativas se deben a ciertos emprendimientos en zonas periféricas que aún no cuentan con programas de gobierno que pueda ayudarlas a suplir sus necesidades específicas.

Los expertos también hacen hincapié en la profesionalización de estos programas donde es muy relevante la función de las personas a cargo de dichas iniciativas, donde la mayoría (58%) evaluó de forma positiva a los funcionarios respectivos.

**Figura 5.12: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento**

Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales relativas a la creación y crecimiento de nuevas empresas contactando sólo un organismo público (ventanilla única).

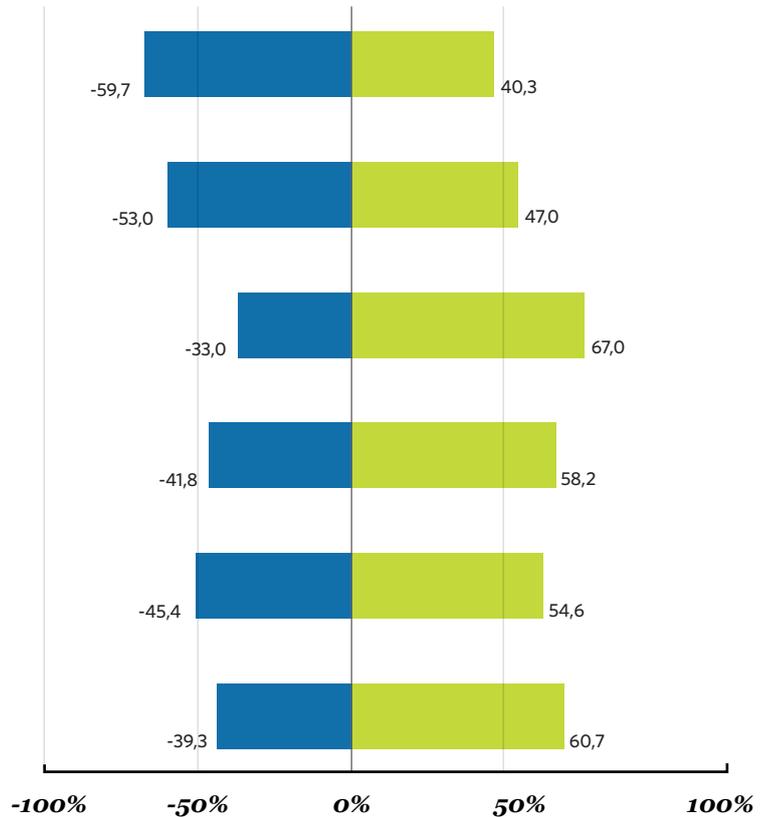
Los parques tecnológicos e incubadoras de negocios aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y en crecimiento.

Existe un número suficiente de programas que fomentan la creación de empresas nuevas y el crecimiento de las existentes.

Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales relacionadas a la creación y crecimiento de empresas son competentes y eficaces.

Casi todo el que necesite ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.

Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

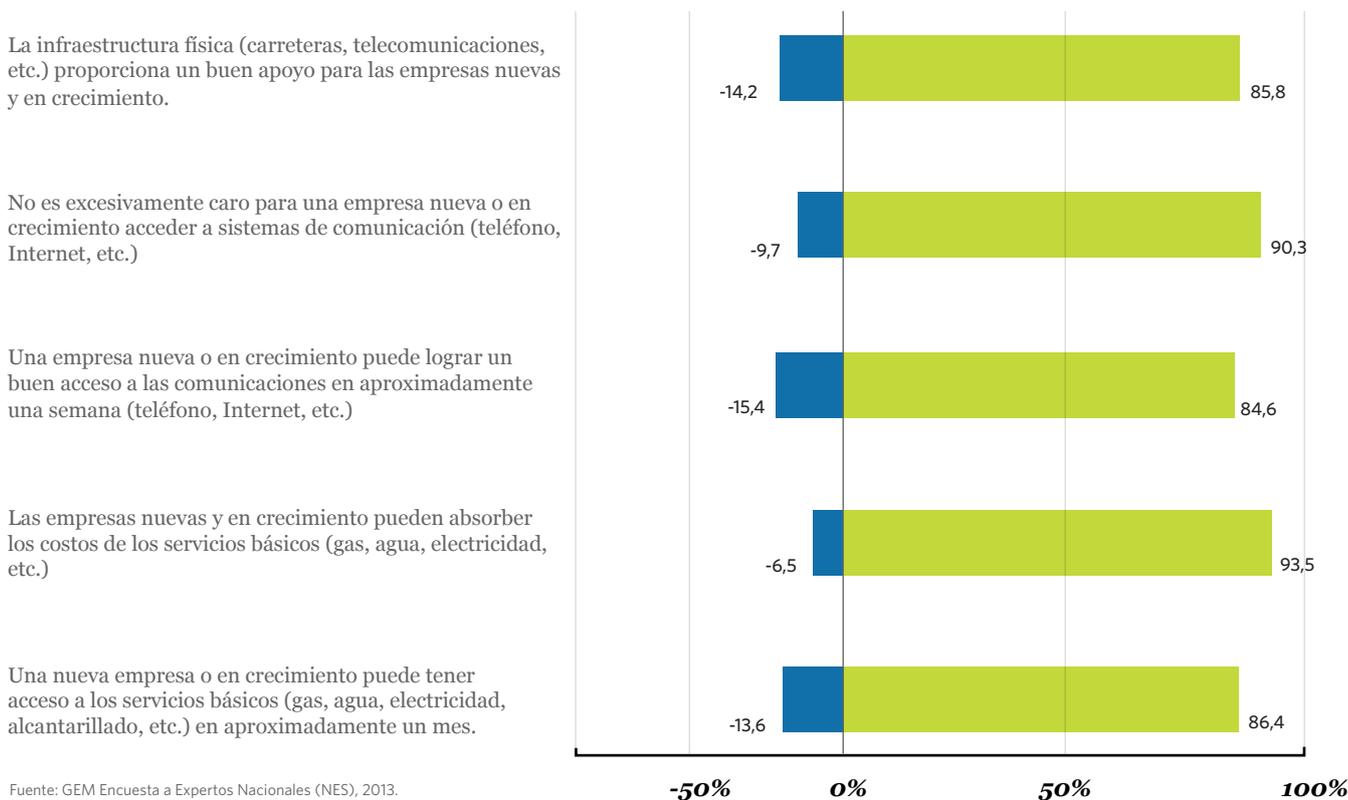
## Infraestructura Física

**Nivel: 1,02**

El acceso a la infraestructura física permite mejorar el ecosistema del emprendedor a través del traslado de mercadería, traspaso de información, y en el grado de comunicación que existe en el país. Esta dimensión, desde que se realiza el estudio del GEM en Chile, es la única variable que siempre ha sido evaluada positivamente (Amorós y Poblete, 2013). También este factor tuvo una mejor evaluación general pasando de 0,89 en 2012 a de 1,02 en el 2013.

La mayoría de los expertos percibe que las carreteras, puertos y aeropuertos proporcionan el apoyo necesario para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan desenvolverse, facilitando el comercio. Adicionalmente, las empresas pueden proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana y a un costo razonable. En relación a los servicios básicos, también es posible encontrar una percepción positiva, tanto en los costos asociados como en el tiempo implicado en disponer de éstos.

**Figura 5.13: Evaluación de acceso a infraestructura física para los negocios.**



*El acceso a buena infraestructura física es un factor que consistentemente es bien evaluado por los expertos*

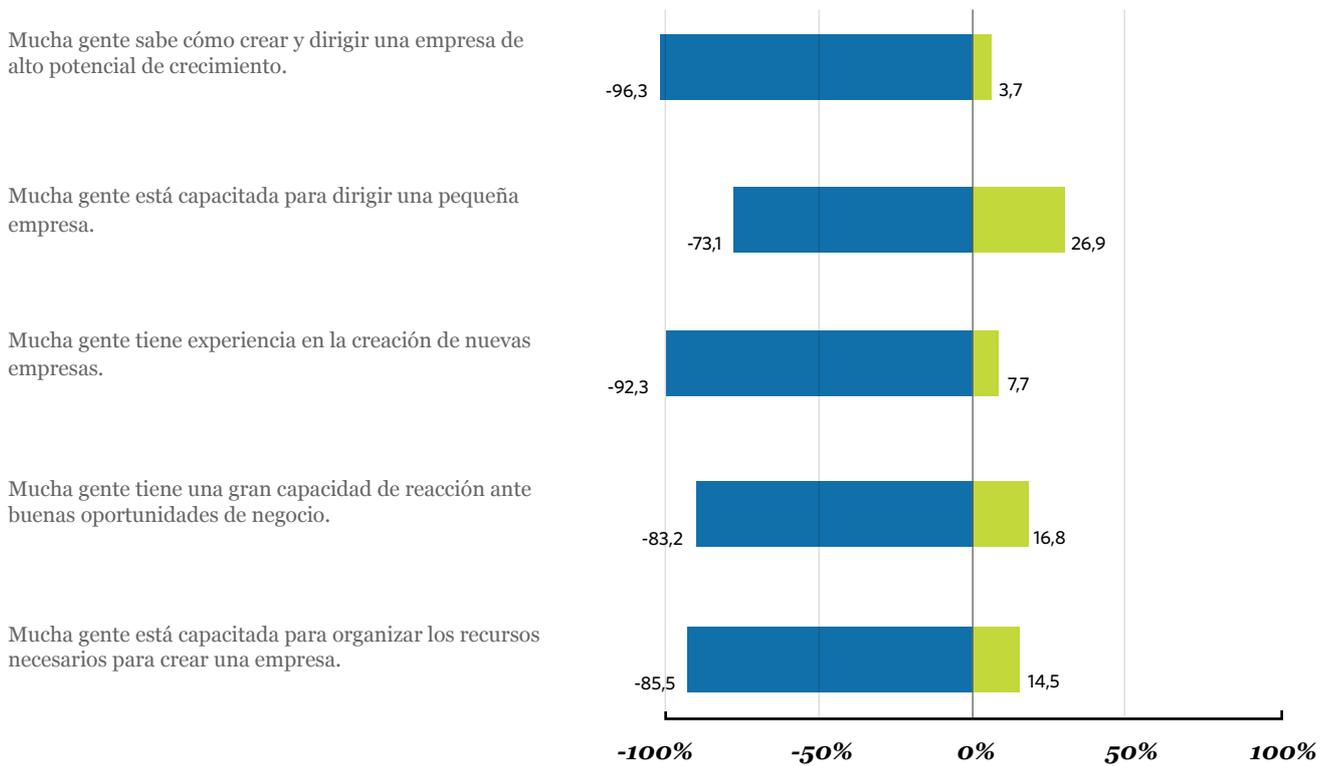
**5.4 Condiciones que complementan el contexto emprendedor**

Así como fue explicado en la sección de la metodología de la encuesta a expertos, adicionalmente a las nueve condiciones, se recaba información sobre otros aspectos que también inciden en el entorno de la actividad emprendedora siendo complementarios. Estas características son: percepción de oportunidades, habilidades para crear nuevos negocios, motivación para emprender, legislación de la propiedad intelectual, apoyo a la innovación y, finalmente, apoyo a la mujer emprendedora.

A continuación presentamos un resumen de los principales resultados obtenidos para estas variables.

**Habilidades para crear nuevas empresas  
Nivel: -0,86**

Los expertos en general, coinciden en que es más bien escasa la gente que sabe cómo crear y dirigir una empresa de alto potencial de crecimiento, lo que también ocurre -aunque en menor proporción con los negocios pequeños. No se reciben visiones positivas en relación a la experiencia, reacción ante buenas oportunidades y capacidad de organización de recursos de la población. En efecto, muchos de los aspectos considerados requieren de una preparación previa o una capacidad de aprendizaje rápida sobre las habilidades administrativas tanto a nivel estratégico como operativo.

**Figura 5.14: Evaluación de las habilidades para crear nuevas empresas.**

Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

### Respeto a la propiedad intelectual

Nivel: -0,20

Aún cuando se observan mejoras en la opinión de los expertos, persiste la visión crítica sobre el resguardo de los derechos a la propiedad intelectual. Las principales críticas apuntan a lo extendido que está la venta de artículos o productos registrados en versiones no originales o copias "piratas". Asimismo, se hace hincapié en que aun cuando el 62% de los expertos considera que la legislación sobre los derechos de propiedad intelectual es completa, ésta no es aplicada rigurosamente. Adicionalmente, los expertos consideran que una empresa no puede estar completamente

segura de que sus patentes, marcas y derechos de autor son rigurosamente respetados. Si bien, se ha avanzado mucho en estos aspectos, sobre todo por los estándares que imponen organismos como la OECD y otros de carácter internacional, el país constantemente, de forma negativa, aparece referenciado en listas sobre uso extensivo "piratería" (especialmente software) sobre todo en estudios llevados a cabo en Estados Unidos. Esto, sin duda afecta transversalmente muchos sectores industriales y también a las pequeñas empresas.

**Figura 5.15: Evaluación de la protección sobre la propiedad intelectual**

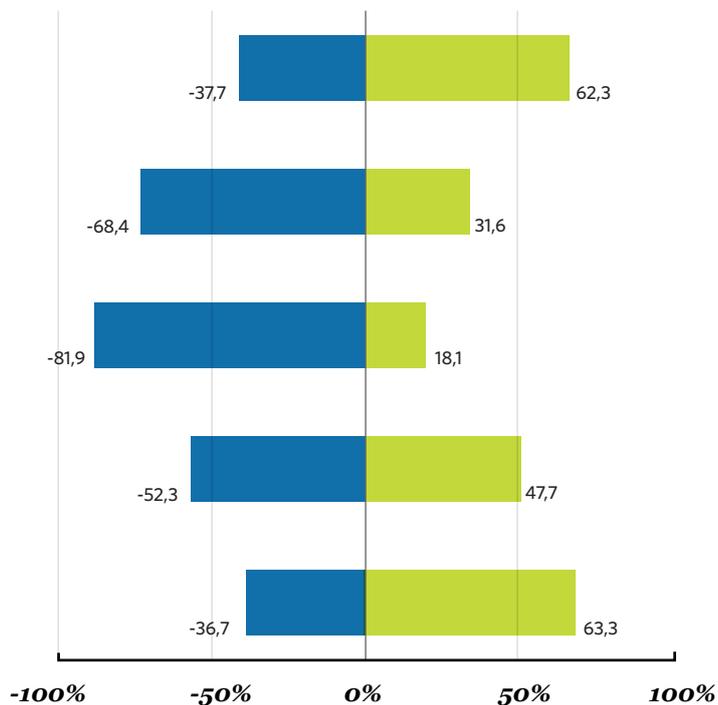
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa (derechos de autor, patentes, marcas registradas, etc).

La legislación sobre derechos de propiedad intelectual es rigurosamente aplicada.

La venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados NO está muy extendida.

Una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.

Es ampliamente aceptado que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

**Apoyo al crecimiento de las empresas**

**Nivel: 0,41**

Este aspecto tiene una evaluación positiva. Los expertos destacan que para distribuir apoyo a emprendimientos, el criterio de selección está en función del potencial de rápido crecimiento de las empresas. De esta manera, un 71% percibe que el apoyo a las empresas de rápido crecimiento es un tema prioritario para la política pública y que son conscientes de la importancia que éstas tienen. Por otra parte, consideran insuficientes el número de iniciativas diseñadas y las habilidades y competencias de quienes trabajan apoyando la creación de estas empresas con alto potencial de crecimiento.

**Figura 5.16: Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento**

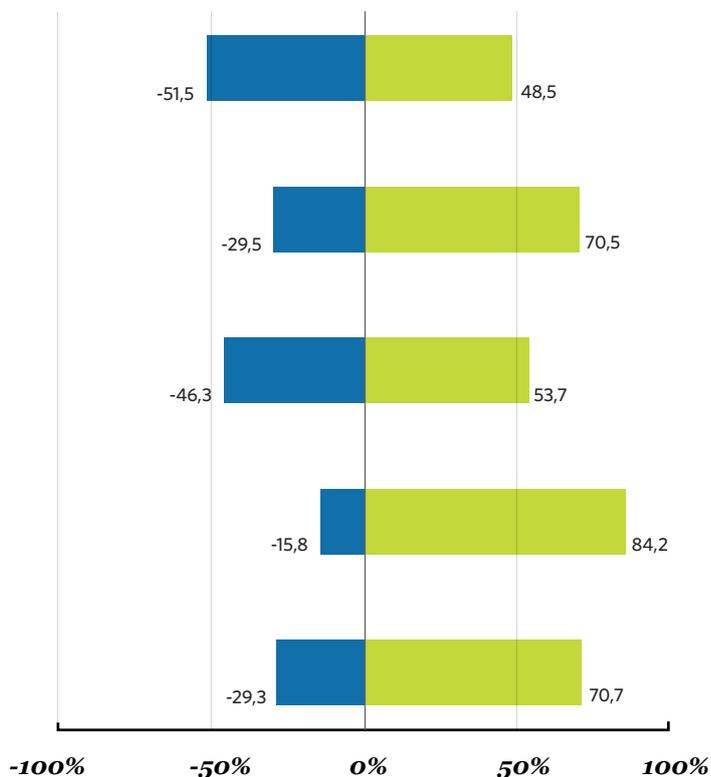
Existen muchas iniciativas especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento.

Los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento.

La gente que trabaja en temas de apoyo a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento.

El potencial de rápido crecimiento de las empresas se usa a menudo como criterio de selección para dar apoyos al emprendimiento.

El apoyo a las empresas de rápido crecimiento es un tema prioritario de la política pública de emprendimiento.



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

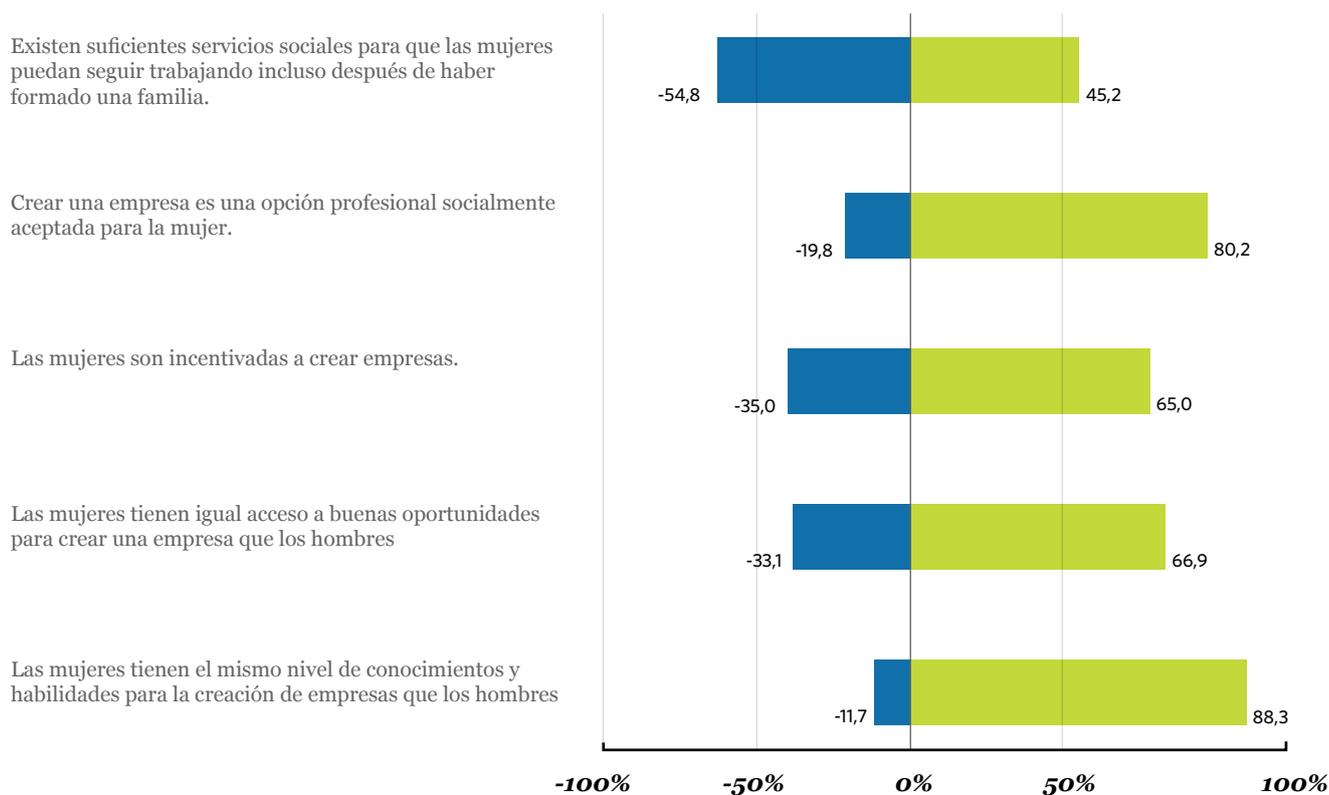
### Apoyo a la Mujer Emprendedora

Nivel: 0,56

La percepción del apoyo a la mujer emprendedora es un aspecto que ha seguido mejorando en el país. El principal aumento se da en el grado de acuerdo sobre si las mujeres son incentivadas a crear empresas. En el ciclo anterior, sólo un 52% de los expertos afirmaba esto y para este ciclo el porcentaje de expertos de acuerdo aumentó al 65%. Emprender es socialmente aceptado como una opción de carrera profesional para la mujer, muestran el mismo nivel de conocimiento y habilidades para emprender que los hombres, y sin embargo, no existen suficientes servicios sociales que permitan que luego de haber formado una familia, una mujer pueda seguir trabajando.

Al igual que otros años, el equipo GEM Chile publica un reporte específico que da cuenta del emprendimiento encabezado por mujeres.

**Figura 5.17: Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora**

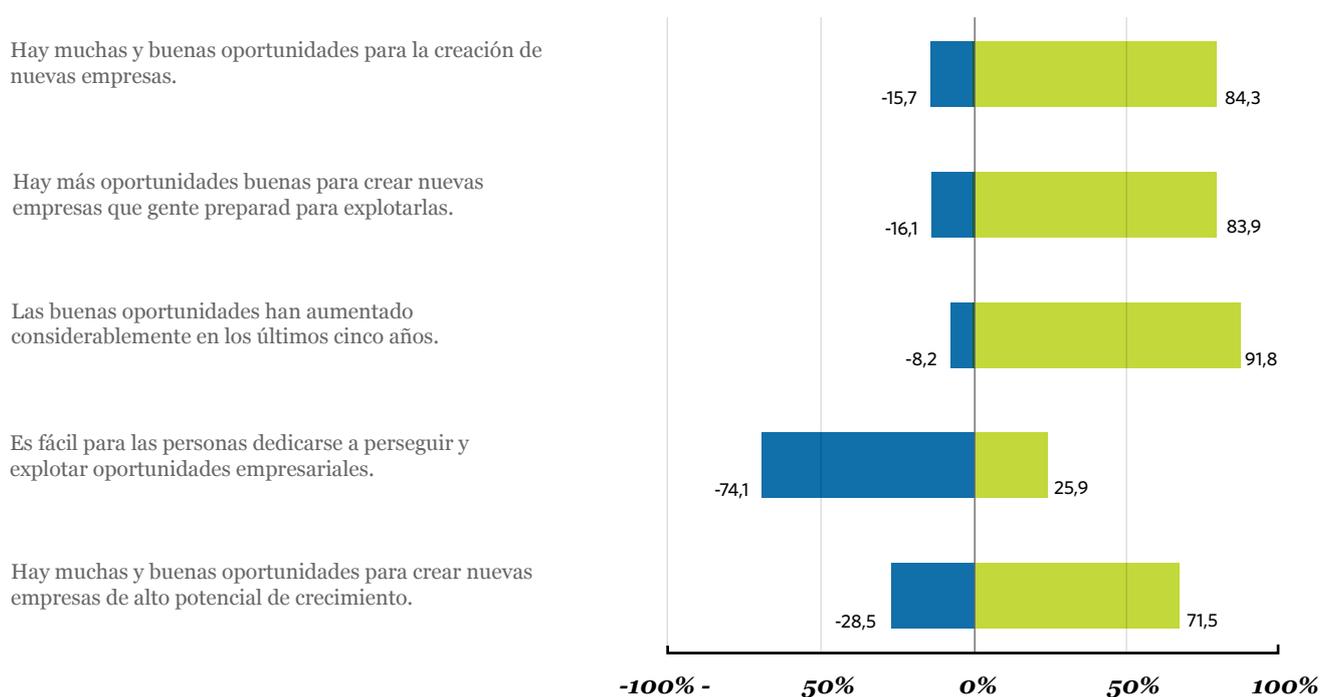


Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

**Aprovechamiento de las oportunidades disponibles**

**Nivel: 0,62**

Se mantienen, la percepción favorable de los expertos sobre las oportunidades para emprender. Incluso, este año se torna aún más positiva la valoración de los expertos, donde el 84% de éstos considera que el número de buenas oportunidades excede al número de gente con la preparación adecuada para poder llevarlas a cabo eficientemente. Este dato es complementario al analizado en el capítulo 2 de este reporte donde se observa que en general la población adulta observa buenas oportunidades para emprender en el país. Los expertos coinciden que han aumentado considerablemente el número de oportunidades durante los últimos cinco años, pero no resultaría fácil para las personas dedicarse a perseguirlas y explotárlas.

**Figura 5.18: Evaluación de la percepción de oportunidades**

Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

73

*La percepción de buenas oportunidades para crear empresas en Chile es un factor muy bien evaluado por los expertos*

### Innovación

Nivel: 0,46

Los expertos consideran que existe una amplia apertura hacia la innovación, siendo ésta valorada tanto por los consumidores como por las empresas. En torno a esta dimensión, comparando los valores con los del ciclo anterior, sólo se perciben cambios que no serían estadísticamente significativos, y aún cuando la mayoría de los aspectos son evaluados positivamente, se mantiene la resistencia de las empresas consolidadas a la incorporación de las firmas de

reciente creación para utilizarlas como proveedoras. Según la opinión de los expertos, las personas son más proclives a aceptar e incorporar la innovación que las empresas. Estos aspectos corroboran el hecho de que muchos de los negocios de reciente creación no incorporan intensivamente el uso de nuevas tecnologías o procesos como se corroboró en los capítulos anteriores (3 y 4) de este reporte.

**Figura 5.19: Evaluación de la valoración de la innovación**

Se nota que hay un interés por experimentar con nuevas tecnologías y probar nuevas formas de hacer las cosas por parte de las empresas.

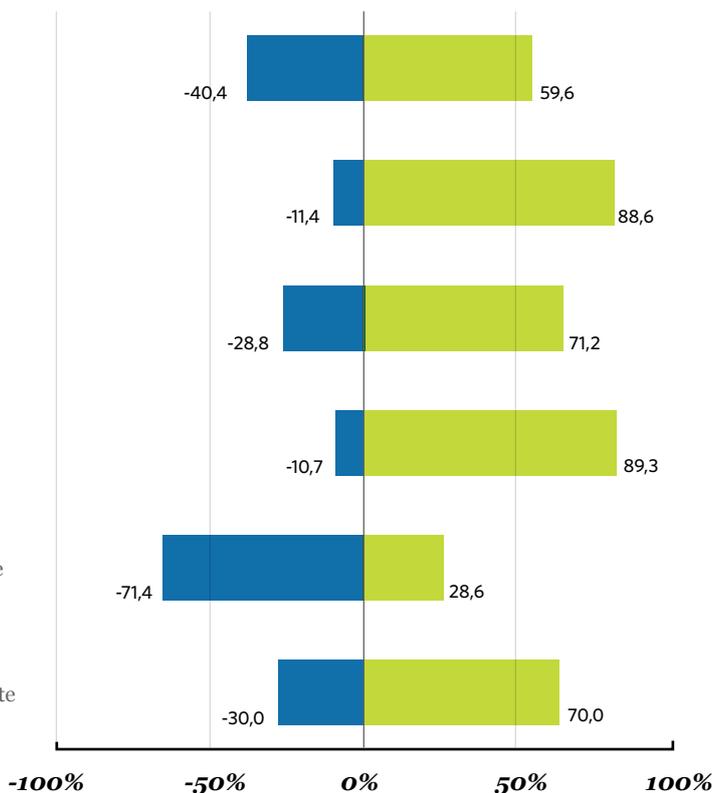
A los consumidores les gusta probar nuevos productos y servicios.

La innovación es altamente valorada por las empresas.

La innovación es altamente valorada por los consumidores.

Las empresas consolidadas están abiertas a la posibilidad de utilizar como proveedoras a firmas emprendedoras de reciente creación.

Los consumidores están abiertos a la compra y uso de los servicios proporcionados por firmas emprendedoras de reciente creación.



**Motivación para emprender (Legitimidad del emprendedor)**

**Nivel: 0,46**

Esta dimensión sigue siendo positiva. A nivel general, si se analizan cada una de las preguntas que forman el constructo, el mejor factor evaluado es el reconocimiento social que tiene los emprendedores donde un 83% de los expertos consultados dan evaluaciones positivas. El aspecto con menores evaluaciones positivas es el relacionado con la valoración de generar riqueza personal a través de la creación de nuevas empresas donde un 56% opina que la sociedad lo considera apropiado. En general, estos efectos no son del todo negativos en el sentido de que el término

emprendimiento se ha ido expandiendo a otros ámbitos como el emprendimiento social que es muy relevante. Por lo tanto, los emprendedores sociales no siempre persiguen fines de lucro.

Una variable también positivamente evaluada es la visión de los expertos sobre la percepción de la mayoría de la gente en relación a las competencias e ingenio de los empresarios con un 81% de evaluaciones positivas.

**Figura 5.20: Valoración social del ser empresario**

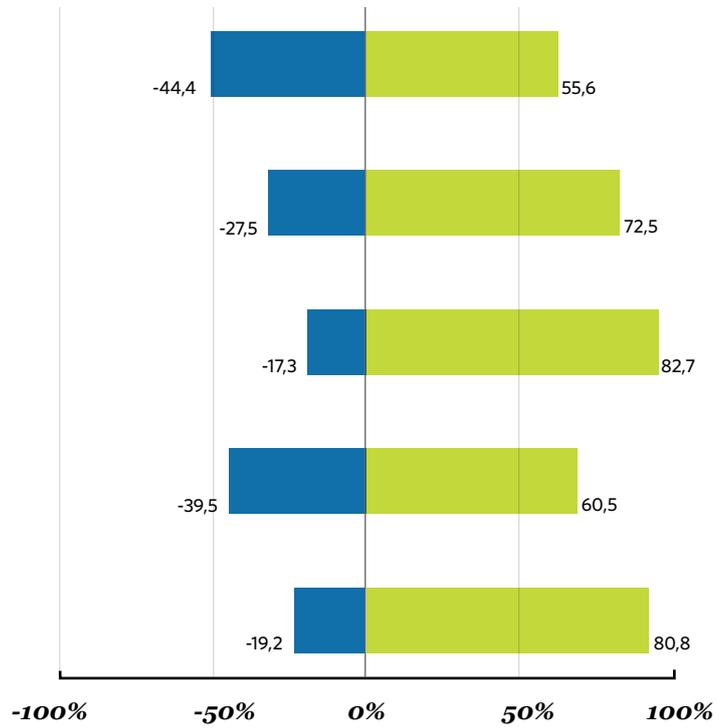
La creación de nuevas empresas está considerada como una manera adecuada para hacerse rico.

La mayoría de la gente considera que convertirse en empresario es una opción profesional deseable.

Los empresarios que tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social.

Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios exitosos.

La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos.



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

## 6. CONCLUSIONES



76

El Global Entrepreneurship Monitor, GEM, es uno de los proyectos de investigación más relevantes dentro del “ecosistema emprendedor” por su capacidad de ofrecer indicadores anuales de las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de la población (Amorós y Bosma, 2014). En nuestro país ya ha sido desarrollado durante más de una década y permite observar los logros y tareas pendientes que existen para transformar al emprendimiento como uno de los principales motores de nuestra economía.

En el ciclo 2013 del GEM Chile se observan cifras ligeramente superiores al año 2011 y 2012, lo cual habla de cierto nivel de consolidación de la actividad emprendedora en el país.

En Chile, la población posee una visión favorable hacia el emprendimiento. Esta evaluación positiva, junto con un mayor dinamismo respecto a políticas públicas pro-emprendimiento y el crecimiento económico, puede explicar los altos niveles de actividad emprendedora que observamos desde el 2011 y mantuvimos este período.

Dentro de los aspectos más destacables sobresale el alto porcentaje de la población que percibe los conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un nuevo negocio. Si bien esto no indica que “todo el mundo está preparado para ser emprendedor”, y pudiese haber un sobre-optimismo, es importante remarcar que cada vez hay más personas mejor preparadas para enfrentar la creación de un nuevo negocio. En este sentido, es necesario aumentar el apoyo y la educación para crear conciencia de lo que significa la creación de un negocio a fin de lograr tener mejores tasas de éxito y emprendimientos más sostenibles.

Por otra parte, la estigmatización social que se produce hacia el emprendedor que fracasa persiste. Si bien, en términos comparativos, Chile posee una tasa de miedo al fracaso relativamente baja cuando se compara con otras economías, este miedo al fracaso sigue estando presente en buena parte de la población a pesar de tener capacidades, conocimientos y percibir buenas oportunidades. Pese a los esfuerzos y cambios en programas y políticas que se han desarrollado en los últimos años, este tema sigue siendo complejo porque obedece a factores socioculturales que son más complejos de cambiar en el corto y mediano plazo. Sin embargo, hay temas prácticos que pudiesen ayudar en pro de cambiar el “miedo al fracaso” a la hora de emprender. Por ejemplo, la obtención de financiamiento se dificulta enormemente para aquellos emprendedores que han fracasado en el pasado. En éste y otros temas se puede seguir avanzando mediante mejores programas que ayuden a reemprender.

Por lo tanto la actitud de la población sigue siendo un pilar fundamental para sustentar el desarrollo de la actividad emprendedora. El fomento de una actitud favorable hacia el emprendimiento es un trabajo en conjunto de diferentes actores, donde no sólo están los desarrolladores de políticas públicas o medios de comunicación, sino la sociedad como un todo. Un esfuerzo en conjunto y alineado contribuye a generar un entorno más favorable para los emprendedores.

Es importante enfatizar que a partir del año 2006 se han presentado mayores niveles de actividad emprendedora, donde las emprendedoras y emprendedores del país han manifestado que inician su actividad principalmente motivados por oportunidades de negocios. En este ciclo 2013 los emprendedores por necesidad siguen siendo un 20% pero muy por debajo de los indicadores del 30-35% que se

observaban 5 años atrás. Esto probablemente tenga relación con las mejores condiciones laborales de la población, cifras que son consecuentes con la baja del desempleo que ha experimentado el país en los últimos años.

Por otra parte, se sigue observando una importante y creciente participación de jóvenes y mujeres en la actividad emprendedora. Este es un factor fundamental dentro de la consolidación de la dinámica emprendedora del país. Por un lado son los jóvenes, tanto hombres como mujeres, quienes generalmente desarrollan proyectos más innovadores con mayor uso de nuevas tecnologías. Por otro lado las mujeres, al iniciar un nuevo negocio, se incorporan a la fuerza laboral, lo cual más allá de los aspectos económicos, tiene importantes implicaciones tanto de movilidad social como reconocimiento al rol de la mujer en una sociedad moderna.

Otro aspecto muy relevante es el nivel de educación de los emprendedores. Hemos observado que hay más hombres y mujeres mejor preparados que se involucran en la creación de un nuevo negocio. Por ejemplo, 52% de los emprendedores en etapas iniciales son profesionales con educación superior (muchos de ellos también con algún postgrado). Esto es importante porque a medida que existan emprendedores con mejor capital social, como es la educación, es muy probable que se desarrollen otros aspectos también de dinámica emprendedora que son positivos como detección de mejores oportunidades de negocios, mejores redes y mayores aspiraciones.

Otro aspecto que puede ser considerado un área de oportunidad está relacionado con una alta prevalencia de emprendedores que se declaran autoempleados o trabajadores por cuenta propia, es decir no generan empleo. En este aspecto se pueden incentivar mejores mecanismos que promuevan la asociación y que permitan dinamizar muchas de estas actividades, que también según nuestros indicadores están en sectores de servicios al consumidor final. Generalmente la combinación de autoempleado y una actividad poco competitiva genera una alta rotación y/o abandono de la actividad emprendedora. Sin embargo, relacionado con este último aspecto de discontinuación de la actividad emprendedora, se observa que en Chile ha disminuido el porcentaje de emprendedores que cierran sus negocios por motivos económicos o de falta de rentabilidad, lo cual también es un aspecto positivo.

Respecto a las aspiraciones de los emprendedores en Chile los principales resultados apuntan a que estos tienen una propensión moderada sobre todo en lo que se refiere a creación de empleo. Cuando se comparan estas cifras en contexto internacional, poniendo énfasis en los países de la OECD, el país está literalmente, a "mitad de tabla". Si bien, sólo un porcentaje menor de los emprendedores posee altas expectativas de crecimiento, es importante destacar que no necesariamente es algo negativo. Una economía que es capaz de generar gran cantidad de empresas con altos niveles de crecimiento (conocidas como gacelas) pudiese ser considerada óptima. Es necesario tener presente que los resultados de largo plazo -entendiéndolo como sustentabilidad del negocio-, no dependen exclusivamente de la temprana generación de empleos sino de una buena gestión integral del negocio. Por otra parte, no cumplir con

"altas expectativas", podría afectar futuros intentos de reemprendimiento.

En relación a los niveles de competitividad de los nuevos negocios en Chile, es posible reconocer ciertas particularidades del emprendimiento local: una primera característica que se destaca es el alto porcentaje de emprendedores que señala ofrecer productos novedosos. Lo anterior es positivo, puesto que apunta a uno de los beneficios del emprendimiento que es proveer de nuevos productos y servicios a la sociedad. Una segunda característica que es posible observar es que la mayoría de los emprendedores manifiestan poseer altos niveles de competencia, pues muchos emprendedores señalan que otras empresas ofrecen sus mismos productos o servicios. Aún cuando ofrecen productos novedosos, rápidamente se encuentran con otros competidores que se brindan los mismos productos o servicios. La tercera característica es la ausencia de tecnologías en los nuevos negocios. La gran mayoría de los emprendedores no incorpora dentro de sus procesos productivos o de prestación de servicios nuevas tecnologías.

Al respecto es importante considerar que la mayoría de los emprendimientos en Chile están enfocados en servicios al consumidor y en este tipo de actividades es complejo mantenerse como oferente único por mucho tiempo. Lo anterior, podría ser una de las razones que justificaría el porqué de las evaluaciones de novedad en productos o servicios, también se perciben altos niveles de competencia. De hecho el indicador puntual sobre expectativas de expansión de mercado también indica que los emprendedores no visualizan mucho crecimiento en el corto plazo.

En nuestro país se observan altos niveles de innovación, sin embargo, ésta es sólo relativa. Esto ocurre debido a que la novedad ocurre sólo a nivel local bajo un fenómeno de "copia" de innovación ya probada en otros mercados internacionales. Esto no es necesariamente malo, pero reduce las expectativas competitivas. Sin embargo, un indicador positivo es la creciente búsqueda de mercados internacionales como respuesta a los altos niveles de competencia local.

Respecto al contexto para emprender se han medido nueve dimensiones que formarían las condiciones de la actividad emprendedora, así como siete dimensiones complementarias. Es muy importante remarcar que en esta última evaluación, muchos de estos factores han mejorado en su evaluación lo que es un indicador relevante para el desarrollo de un mejor ecosistema para el emprendimiento en el país.

Por primera vez desde que se utiliza esta metodología para evaluar las condiciones del contexto para emprender (año 2005) los programas y políticas públicas proemprendimiento alcanzan una evaluación positiva, es decir entre los expertos consultados hay una mayoría que evalúa de forma positiva o muy positiva los esfuerzos gubernamentales que se han hecho en esta materia. En relación a la política proemprendimiento existe consenso de la importancia de apoyar los mecanismos que fomenten el emprendimiento y el crecimiento de las empresas de menor tamaño. Asimismo se destaca que cada vez son más evidentes los esfuerzos de las instituciones públicas por mejorar el ecosistema emprendedor, donde sobre todo la percepción de los programas de gobierno

muestran mejores evaluaciones con el paso del tiempo. Los subsidios gubernamentales son el aporte económico mejor evaluado dentro del apoyo financiero, sin embargo, también se observan deficiencias que se ven reflejadas por ejemplo en las licitaciones donde aun hay poco espacio para las empresas nuevas y en crecimiento.

Otro aspecto que mejoró sus evaluaciones es lo relacionado con las normas sociales y culturales que favorece la creación de nuevas empresas. En este aspecto se destaca que cada vez es más valorado el esfuerzo personal para poder realizar, en este caso, una nueva empresa y que la gente en general apoya a los emprendedores. Sin embargo aun persisten algunos aspectos que tienen relación con la estigmatización del fracaso empresarial y el bajo estímulo a tomar riesgos. Es posible observar ciertas paradojas donde, por ejemplo, aún cuando la cultura local no incentivaría el desarrollo de la innovación, ésta es altamente valorada por los consumidores. Por otra parte, existe una buena actitud hacia el emprendimiento, es decir los emprendedores exitosos gozarían de gran prestigio social y reconocimiento. Así también socialmente cada vez es mejor evaluado el apoyo a la mujer emprendedora.

Algunos aspectos negativos son que, aún cuando la economía Chilena ha demostrado cierta estabilidad, incluso en escenarios complejos a nivel mundial, para las empresas nuevas y en crecimiento, competir contra las firmas grandes y establecidas tiende a ser un proceso bastante árido, principalmente por las características del mercado interno. La economía chilena, presenta bajos niveles de dinamismo y altas barreras de entrada que dificultan la inserción de nuevos agentes. Existe un muy bajo apoyo financiero que permita el crecimiento de las nuevas empresas, tanto por falta de capital propio de los emprendedores, como por la escasez y complejidad de capturar fuentes externas privadas. Adicionalmente, resultaría un proceso especialmente difícil para los emprendedores contar con soporte técnico proveniente de consultores y asesores debido a su alto costo y que la calidad del servicio dado por un gran porcentaje de éstas no sería acorde a las expectativas de los emprendedores. Finalmente, aún cuando existirían muchas buenas oportunidades de negocio, existe un déficit de gente apta para poder capturarlas. La educación para el emprendimiento es deficiente, lo que deriva en que poca gente posea las habilidades necesarias para crear y dirigir correctamente nuevos negocios. Por otra parte, existe una gran distancia entre las universidades y centros de investigación con los emprendedores, lo cual se traduce en una prácticamente nula transferencia de I+D.

En conclusión, el contexto para emprender si bien ha mejorado, aun presenta importantes áreas de oportunidad. Esto, sin duda, engrandece el mérito de los emprendedores quienes persisten con el deseo de llevar a cabo nuevos negocios. Esto nos beneficia a todos como sociedad por la relevancia que tiene el emprendimiento en el desarrollo sostenible del país.

## 7. REFERENCIAS

- Acs, Z. J. & L. Szerb (2011). Gearing Up to Measure Entrepreneurship in a Global Economy, Mimeo, Faculty of Business and Economics, University of Pecs.
- Acs, Z. J., D. B. Audretsch, P. Braunerhjelm, & B. Carlsson (2003). The Missing Link: The Knowledge Filter and Endogenous Growth. Center for Business and Policy Studies. Stockholm, Sweden.
- Acs, Z. J. & J. E., Amorós (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305-322.
- Amorós, J.E. & N. Bosma (2014). Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Univesriti Tun Abdul Razak and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association
- Amorós, J.E. & C. Poblete (2013). Global Entrepreneurship Monitor, 10 años del proyecto GEM en Chile. Santiago Chile: Ediciones Universidad del Desarrollo.
- Amorós, J.E., M. Guerra, O. Pizarro & C. Poblete (2011) Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2010-2011. Santiago, Chile: Ediciones Universidad del Desarrollo.
- Amorós, J.E., P. Cortés, G. Echecopar & T. Flores (2006) Global Entrepreneurship Monitor, Reporte Nacional de Chile 2005. Universidad Adolfo Ibáñez-Universidad del Desarrollo. Santiago. Chile.
- Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98, 893-919.
- Boettke, P. & C. Coyne, (2003). Entrepreneurship and Development: Cause or Consequence? *Advances in Austrian Economics* 6, 67-88.
- Bosma, N.S. & J. Levie (2010). Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.
- Bosma, N.S., K. Jones, E. Autio, & J. Levie (2008). Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en Général (The Nature of Trade in General)*, Paris: Institut National D'études Démographiques.
- Coduras, A., J. Levie, D. Kelley, R. Saemundsson & T. Schott (2010). A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training: A Special Report of the Global Entrepreneurship Monitor. Wellesley, Mass: Global Entrepreneurship Research Association.
- Dimitratos, P., J.E. Amorós, S. Etchebarne & C. Felzensztein (2014) "Micro-multinational or not? International entrepreneurship, networking and learning effects". *Journal of Business Research*, 67(5), 908-915
- Godin, K., J. Clemens & N. Veldhuis (2008). Measuring Entrepreneurship: Conceptual Frameworks and Empirical Indicators. *Studies in Entrepreneurship and Markets*, 7. Fraser Institute.
- Headd, B. (2003). Redefining Business Success: Distinguishing Between Closure and Failure. *Small Business Economics*, 21, 51-61.
- Hessels, J., I. Grilo, R. Thurik & P. van der Zwan (2010). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engaGEMent. *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3): 447-471.
- Mason, C. & R. Harrison (2006). After the Exit: Acquisitions, Entrepreneurial Recycling and Regional Economic Development. *Regional Policy*, 40(1), 55-73.
- Poblete, C. & J.E. Amorós (2010). Condiciones del contexto para el emprendimiento en Chile: un análisis de 5 años. Santiago Chile: Ediciones Universidad del Desarrollo.
- Porter, M.E., J.J. Sachs & J. McArthur (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, edited by M.E. Porter, J.J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16-25. New York, NY: Oxford University Press.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, n., Servais, I., Lopez-Garcia, P. & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Schumpeter, J. A. (1912, reedit. 1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Schwab, K. & X. Sala-i-Martin (2012) Global Competitiveness Report 2011-2012. World Economic Forum. Geneva, Switzerland, Disponible en línea: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GCR\\_Report\\_2011-12.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf)
- Shane, S. & S. Venkataraman (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of ManaGEMent Review*, 25(1): 217-226.

- Stam, E., N. Bosma, A. Van Witteloostuijn, J. De Jong, S. Bogaert, N. Edwards & F. Jaspers (2012). Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy, AWT report, 41. The Hague: AWT.
- Wennekers, S., A. Van Stel, M. Carree & A.R. Thurik (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 6(3): 167-237.
- Wong, P. K.& P. Ho & E. Autio (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM Data. *Small Business Economics*, 24 (3): 335-50.
- Xavier, R.R., D. Kelley, J. Kwe, M.Herrington & A. Vorderwülbecke (2013). *Global Entrepreneurship Monitor, 2012 Global Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Univesriti Tun Abdul Razak and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.

## 8. FICHA METODOLÓGICA

### 8.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA

TIPO DE ESTUDIO	ENCUESTAS ADMINISTRADAS 80% TELEFÓNICAMENTE Y 20% CARA A CARA.
Universo	Población Chilena, adulta y mayor de 18 años.
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2002- INE.
Total Muestral	6703 casos del año.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio 2013.
Encuestador	Questio

### 8.2 ENCUESTA A EXPERTOS

TIPO DE ESTUDIO	ENCUESTA AUTO-ADMINISTRADA
Muestra	422 expertos de 8 regiones del país más la Región Metropolitana de Santiago y la Comuna de Peñalolén.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio 2013.
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile

### 8.3 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS EXPERTOS SEGÚN ESPECIALIDAD

PORCENTAJE	ESPECIALIDAD
10,5%	Apoyo Financiero
9,7%	Políticas Gubernamentales
10,8%	Programas de Gobierno
10,6%	Educación para el Emprendimiento
12,5%	Transferencia de I+D
13,5%	Infraestructura Comercial y Profesional
11,4%	Apertura del Mercado Interno
9,4%	Infraestructura Física
11,6%	Normas Sociales y Culturales

## 8.4 EXPERTOS CONSULTADOS

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

Adriana Kunstmann Valenzuela  
Aileen Castillo Trigo  
Alberto Ergas Rennert  
Aldo Araneda  
Aldo Ilardi  
Alejandro Markovits  
Alejandro Maureira Butcher  
Alfredo Riveros Tello  
Alfredo Schwarze  
Alfredo Vargas Balbontín  
Alicia Manquilef  
Allan Muñoz Kuhn  
Alonso Yerko Guerra Rivera  
Álvaro Fecci Quiroga  
Álvaro Portugal Cifuentes  
Álvaro Vargas Cuneo  
Ana Aguilar  
Ana Paula Aleixo Moura  
Andrea Culaciat Solervisens  
Andrea Salamanca  
Andrea Truffello  
Andrés Alvaay de Oliveira  
Andrés Cabrera  
Andrés Felmer Caucao  
Andrés Fuentes  
Andrés Puiggros  
Andrés Ulloa  
Anette Krohn  
Ángel Eladio Joseate Palma  
Ángel Morales Figueroa  
Anita Acevedo Ukrow  
Ansonia Lillo Tor  
Arturo Flores Franulic  
Ayu San Martín Li  
Bárbara Morales Vásquez  
Bárbara Silva Troncoso  
Bárbara Veloso González  
Benjamín Coderch Soto  
Benjamín Conrado Vogel Mast  
Bernardo Alejandro Campos Díaz  
Bernardo Alonso Veas Pizarro  
Bernardo Ñancupil Carvajal  
Bernardo Soto Toro  
Blanca Villalobos  
Breezy Vallejos  
Bruno Trisotti Martínez  
Camila Alejandra Tapia Morales  
Carlos Millar Etori  
Carla Rodríguez  
Carlos Albornoz  
Carlos Fuenzalida Cereceda  
Carlos Guerrero Mayorga  
Carlos Leyan  
Carlos Maqueira Villanueva  
Carlos Reygada Beltrami  
Carlos Rodríguez Villalobos  
Carlos Tapia Jopia

Carlos Tello Ramos  
Carlos Varas Madrid  
Carlos Varela Acevedo  
Carlos Vignolo  
Carmen Angelica Greco Silva  
Carmen Gloria Gorigoitia Carneyro  
Carola Jamett Vargas  
Carolina Araya Cordes  
Carolina Elizabet Cortés Brown  
Carolina Leitaó Álvarez-Salamanca  
Carolina Rossi  
Cecilia Matte Conteras  
Christian Felzensztein  
Christian Rivera Cabrera  
Claudia Avalos Paredes  
Claudia Paola Ojeda Ramos  
Claudio Dufeu  
Claudio Escobar Escobar  
Claudio Maggi Campos  
Constanza Soledad Anguita Von Mareés  
Cristian Campomanes Gutiérrez  
Cristián López  
Cristian Morales  
Cristian Muñoz  
Cristian Romero Montecinos  
Daniel Cortés Salgado  
Daniel Díaz  
Daniel Winkler Rosa  
Daniela Beltrán  
Dante Carrizo  
David Molina Concha  
Denise Lama Feliú  
Diego Benavente Millán  
Diego San Martín Riffo  
Dora Villagrán  
Dorka Benavides Jara  
Douglas Ives  
Edgar Estupinan Pulido  
Edgardo Alejandro Abarca Muñoz  
Edith Parraguez  
Edmundo Casas  
Eduardo Jaramillo Calderón  
Eduardo Jeria Castro  
Eduardo Santander Obligado  
Eduardo Silva Chávez  
Edwin Briceño Cobb  
Elías Tefarikis Urquieta  
Elizabeth Matta Guzmán  
Elsa Cousiño Uribe  
Emilio José Ulloa Valenzuela  
Emilio Rodríguez Ponce  
Erick Herrera  
Erick Torres  
Ernestina Del Carmen Silva Villegas  
Estela Marina Drake Mendoza  
Eugenio Covarrubias  
Eugenio Doussoulin Escobar

Evelyn San Juan Rubio  
Evelyn Sussy San Juan Rubio  
Federico Iriberry  
Felipe Broitman Rojas  
Felipe Monsalve Cofré  
Felipe Sepúlveda Hernández  
Felipe Vergara Reyes  
Félix Barros Ribalta  
Fernanda Vicente  
Fernando Cabrales Gómez  
Fernando Contreras Jara  
Fernando Lee García  
Francesca Sofía Figari Schenck  
Francisca Ortega  
Francisco Bravo Serrano  
Francisco Matías Sáez Cerda  
Francisco Rodríguez Levin  
Franco Demaria Torres  
Freddy Gutiérrez López  
Georges Bonan  
Gerardo Lagos Wiesenfeld  
German Echecopar Koechlin  
Gino Eccher Torres  
Gloria Castro Castro  
Gloria Leiva Burgos  
Gonzalo Mauricio Fuentes Medel  
Gonzalo Morere  
Gustavo Mallat Garcés  
Hardy Omar Chávez Velásquez  
Héctor Ballesta  
Héctor Jerez Fernandoi  
Hugo Rojas Sánchez  
Hugo Salinas Pérez  
Hugo Villarreal Navarro  
Ian Macpherson Springmüller  
Igor Araya Bustamante  
Ingrid Guzmán Olmos  
Inti Núñez  
Isabel Prieto  
Isabel Rodríguez Escobar  
Isabel Sepúlveda Pantoja  
Iván Valdebenito Isler  
Iván Valenzuela Díaz  
Ivette Urrestarazu Rosas  
Ivonne Etchepare Robert  
Jadille Concha Yamal  
Jadranka Milovic  
Jaime Aramayo Tapia  
Jaime Arnaiz Ardiles  
Jaime Bustos  
Jaime Eduardo Soto Becerra  
Jaime Fernando Villanueva Águila  
Jaime González Masot  
Jaime Lobos Cabero  
Jaime Meruane Zumelzu  
Jairo Jachura Chávez  
Javier Ananías

Javier Hasbun  
Javiera Marchant Córdova  
Joan Manuel Gatica Navarrete  
Joel Poblete Ortiz  
Johan Luis Cortés Bustos  
John Silva Mandiola  
Jonathan Padilla Márquez  
Jorge A. Del Carpio  
Jorge Alache González  
Jorge Alejandro Díaz Monsalves  
Jorge Alzamora  
Jorge Astudillo Ossandón  
Jorge Condeza Neuber  
Jorge Francisco Bernal Peralta  
Jorge Moller  
José Luis Velasco Guzmán  
José Tomás Arenas Cavalli  
Juan Antonio Concha  
Juan Carlos Quitral Navarro  
Juan Graffigna Bordigoni  
Juan Luis Crespo  
Juan Marcelo Castro Riquelme  
Juan Pablo Plaza Roa  
Juan Pablo Zegers  
Juan Yamil Sandoval Nehme  
Juana Pérez  
Julia Salas  
Julio Bravo  
Julio Silva Pérez  
Karen Vargas Santander  
Katherine Cartes Matus  
Kenneth Gent Franch  
Leonardo Mena Coronel  
Lilian Andrea Catalán Lobos  
Liliana Pedraja  
Liliana Quinteros Tagle  
Lorena Moreira Araya  
Loreto Morales Acevedo  
Luiggi González  
Luis Alejandro Berardi Gutiérrez  
Luis Armando Rivera Villegas  
Luis Enrique Valencia Donoso  
Luis Marco Cáceres Álvarez  
Luis Rivera Caneo  
Liliana Hernández Villaseca  
Macarena Adriana Quezada Mora  
Macarena Ciudad  
Macarena Hansen Salazar  
Macarena Urenda Salamanca  
Manuel Andrés Álvarez Cortes  
Manuel Farias Viguera  
Manuel Fuentes Maya  
Manuel Morales C.  
Marcela Arandeda Fierro  
Marcela Jofre  
Marcela Pastenes Asmad  
Marcelo Antonio Rivera Núñez  
Marcelo Cortes Moreno  
Marcelo Guital Prieto  
Marcelo Rodrigo Reuse Uribe  
Marcia Rojas Ponce  
Marco Chandia  
Marcos Vera Montecinos  
Margarita Llorens Corvalán  
Margarita Sepúlveda  
María Carla Arellano Garrido  
María Carolina Baeza Navarrete

María Carolina Troncoso  
María Elena Reyes López  
María Fernanda Prohens Poblete  
María José Cholaky Cabezas  
María Paz Ortega  
María Pía Balanda Miranda  
María Soledad Astorga  
María Soledad Etchebarne  
María Teresa Rojas Otarola  
María Trinidad Moran Herrera  
Mariano Pola  
Mario Consigliere Bozzolo  
Mario Dorochesi Fernandois  
Mario Luis Fajardo Araya  
Marisa González Sáez  
Matías Escudero  
Mauricio Morales Rozas  
Mauricio Morales Rozas  
Mauricio Silva Malig  
Maximiliano Berrios  
Mercedes María Pierre Van Bladel  
Miguel Caniuqueo  
Miguel Fuentes González  
Miguel Rubilar Rubilar  
Milos Miskovic  
Moisés Gálvez Palma  
Neivi Molina  
Nibaldo Guaita Godoy  
Nibaldo Rojas M.  
Nicolás Brown  
Nicolás Campos Vásquez  
Nicolás Dell'Orto  
Nuria Aguilera Ordoñez  
Oliver Marcelo Varela Madariaga  
Orlando Rodolfo Neira Cuevas  
Oscar Muñoz Carvajal  
Osman Cataldo  
Osvaldo Marinao  
Pablo Alberto Moscoso Roure  
Pablo Bernar Vargas  
Pablo González Olavarría  
Pablo Reyes  
Pamela Díaz Rodríguez  
Paola Bordoli Tiska  
Paola Rivera  
Paola Vásquez  
Patricia Cortés Agüero  
Patricia Weber Murasso  
Patricio Ariel Cornejo González  
Patricio Herrera González  
Patricio Muñoz  
Patricio Pizarro Sandoval  
Patricio Rodríguez  
Paula Larraín Cortez  
Paula Vergara  
Paulina Rosel Medina  
Paulina Silva  
Pedro Emilio Salfatte Ponce  
Pedro Iván Arandeda Reyes  
Pedro Jaramillo  
Pedro Vera Castillo  
Pilar Campos Gracia  
Pilar Carolina Mazuela Águila  
Pilar Majmud  
Ramón Gastón Jiménez Acevedo  
Raul Eduardo Calvert Raddatz  
Raul Troncoso Urquiza

Rayko Karmelic Pavlov  
Renán Calderón Barraza  
Renato A. Hauri Gomez  
René Godoy Alday  
Renzo Sanguinetti  
Reynaldo Cabezas  
Reynaldo Cabezas  
Reynaldo Quezada Mundaca  
Ricardo Cox Araya  
Ricardo Flores Fuentes  
Ricardo Francisco Ovalle Cubillos  
Ricardo Franco Mendoza García  
Roberto Galleguillos Hernández  
Roberto Fantuzzi  
Roberto Musso Molina  
Roberto Nicolás Castillo Jara  
Roberto Opazo  
Roberto Pizarro Díaz  
Rodrigo Fernando Díaz Valenzuela  
Rodrigo Garrido Maldonado  
Rodrigo Jarufe Fuentes  
Rodrigo Molina Sáez  
Roxana Ríos Riquelme  
Rubén Felipe Tobar Rojas  
Samuel Vásquez Rojas  
Sandra Díaz Ortega  
Sebastián Gilbert  
Sebastián Saldias  
Sergio Dragucevic  
Sergio Enrique Povea Sáez  
Sergio Paredes  
Sergio Salazar Vargas  
Sofía Ramírez  
Solange Arredondo  
Susan Margaret Díaz Riquelme  
Teresa Collados Baines  
Verónica Fernández Varas  
Verónica Rojas  
Vicente Hernández Hermosilla  
Vicente Rodríguez  
Víctor Fuentes Tassara  
Víctor Hugo Villagrán Moore  
Víctor Manuel Ramos Castillo  
Viviana Arias  
Walter Rosenthal Navarro  
Ximena Cruz  
Yasna Paola Marín Esparza  
Yeribert Galaz Yáñez

## 9. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE

Actualmente, el proyecto GEM Chile es desarrollado por el Global Entrepreneurship Research Center de la Universidad del Desarrollo.

<http://www.GEMChile.cl/>  
 Contacto: Antonio Acha Romo  
 Coordinador GERC  
 aacha@udd.cl  
 Teléfono: (562) 2 32 79 158

### 9.1 EQUIPO GEM Chile

Desde el año 2007 en adelante, el proyecto GEM Chile ha incorporado una perspectiva regional generando alianzas con prestigiosas instituciones. A continuación se presentan

los equipos regionales, y sus respectivos investigadores, que participaron en el ciclo 2013.

REGIÓN	INSTITUCIÓN	
Región de Arica y Parinacota	Universidad de Tarapacá	Vesna Karmelic Dante Choque Ximena Vega Roberto Gamboa
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Mauricio Vega Fernando Rosales Paula González
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romaní Miguel Atienza
Región de Atacama	Corporación para la Competitividad e Innovación de la Región de Atacama	Carolina Blanco
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Karla Soria
Región de Valparaíso	Universidad Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Jorge Cea Juan Tapia Paulina Santander Diego Yáñez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza
	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	Claudina Uribe Paulina Sanhueza Valeska Geldres
Comuna de Peñalolén	Municipalidad de Peñalolén Universidad del Desarrollo	Hanja Yutronic Ordenes

## 10. COLABORADORES

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:

### Universidad del Desarrollo

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

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

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

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

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

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



**Universidad del Desarrollo**  
Universidad de Excelencia

85

---

### Wayra- Grupo Telefónica

Telefónica, empresa privada que tiene en su centro conectar a las personas con sus afectos e intereses por medio de la tecnología, está consciente de la importancia y el diferencial que agrega la innovación y el emprendimiento. Desde el 2009 se ha hecho parte del Ecosistema de Emprendimiento Nacional y del esfuerzo por llevar al país al desarrollo por esta vía. Ese año apuesta por el camino de la Innovación Abierta y crea Movistar Innova, la primera Incubadora Corporativa del país. Luego da un paso más allá, el año 2012 convirtiéndose en Wayra, la aceleradora de negocios global de Telefónica con presencia en 13 países y una cobertura total de alrededor de 108 millones de personas.

A la fecha Wayra Chile realiza tres convocatorias al año en las cuales han resultado 742 proyectos inscritos y se ha apoyado directamente a 19 startups a través de la aceleración de dichos negocios. También cuenta con una academia y el trabajo de 32 mentores que sirven de constante apoyo a los emprendedores.

Más información en: [cl.wayra.org](http://cl.wayra.org)



# 11. PATROCINADORES

## SOFOFA INNOVA

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

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

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

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



86

## CORFO

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

### Visión:

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

### Misión:

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

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



