



Global Entrepreneurship Monitor

Reporte Nacional de Chile 2005

José Ernesto Amorós
Universidad Adolfo Ibáñez

Patricio Cortés
Universidad del Desarrollo

Germán Eche copar
Universidad Adolfo Ibáñez

Tomás Flores
Universidad del Desarrollo

Este proyecto es auspiciado por

Grupo Santander Chile
Universidad del Desarrollo

Los autores agradecen la valiosa ayuda de Marina Schorr y Rocío Espinoza, coordinadora y asistente del Centro de Entrepreneurship de la UAI en el 2005 respectivamente, quienes contribuyeron al desarrollo de esta investigación. Así mismo, agradecen la colaboración de Gonzalo Müller y Esteban Gal de Benchmark en la ejecución del estudio con población adulta.

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.

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio que el año 2005 fue constituido por equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Croacia, Dinamarca, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Islandia, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, México, Noruega, Nueva Zelanda, Reino Unido, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia y Venezuela. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros, están publicados en el *Global Entrepreneurship Monitor 2005 Report*, el que puede ser descargado en línea en www.gemconsortium.org. Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

Prefacio al Reporte 2005

Este es el séptimo año del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a nivel internacional. Después de un año de pausa, retomamos el informe en Chile constituyendo ésta, la tercera participación del país en esta investigación, y la primera de nuestras dos universidades.

El proyecto GEM, que se inició en 1999 con la participación de 10 países, se ha expandido a 35 este año. A lo largo de este periodo, 43 países han contribuido a la realización de este proyecto. Así, el GEM constituye uno de los esfuerzos más importantes en lo que a investigación de creación de empresas se refiere, además del único que a la fecha ha podido contar con la participación de un amplio grupo de países. El proyecto GEM tiene tres grandes objetivos:

- Medir el nivel de actividad emprendedora en cada uno de los países participantes y compararlos entre ellos.
- Analizar los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora.
- Identificar áreas de oportunidad, que permitan la creación de políticas públicas y recomendaciones para mejorar el nivel de actividad emprendedora.

Creemos que la contribución del GEM, puede ser importante para el conocimiento y entendimiento de la actividad emprendedora del país. Por un lado, la escala internacional del proyecto nos permite hacer comparaciones importantes entre países y por otro, nos permite realizar una aproximación nacional de esta actividad. Estamos convencidos de que la creación de empresas es sin lugar a dudas, un factor clave que incide positivamente en la movilidad social, en el combate contra la pobreza y en el crecimiento económico de un país.

La actividad emprendedora es un fenómeno complejo y multifacético. Es por esta razón, que tanto el Consorcio GEM, como el equipo chileno está enfocado en hacer mejoras cuantitativas y cualitativas que permitan una mejor comprensión de la información aquí proporcionada. Con el lanzamiento del Reporte Global 2005 en enero de este año, el GEM entra en una segunda fase que aúna el conocimiento y experiencia de siete años de investigación. Sin duda, toda esta información nos va a permitir usar e interpretar los datos de manera más óptima. Este año hemos querido poner especial énfasis en el contexto del emprendimiento en el Chile. Esto implica analizar la actividad emprendedora en sus etapas iniciales y comparar las características tanto a nivel nacional como internacional.

Desde este punto de vista, la visión del GEM se renueva para poder ofrecer al mundo académico, empresarial y de la administración pública una mejor y más completa información del estado del emprendimiento, considerando una dimensión amplia, que abarca lo local y lo global.

Finalmente, es importante mencionar que el GEM no hubiese sido posible sin el soporte y apoyo de Babson College y el London Business School, ambas instituciones fundadoras y líderes internacionales indiscutidas en el estudio, la práctica y el impulso del emprendimiento. También, es de vital importancia agradecer el compromiso de nuestras Universidades, Adolfo Ibáñez y del Desarrollo, quienes desde el mundo universitario creen y apoyan la actividad emprendedora de Chile.

José Ernesto Amorós, PhD
Coordinador GEM Chile.

CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	
2. PRESENTACIÓN DE LA COORDINACION GEM Y CARTA DE LOS PATROCINADORES	
3. ¿QUIÉN ES EL EMPRENDEDOR CHILENO?.....	
4. EL MODELO GEM	
5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
6. EL CONTEXTO EMPRENDEDOR EN CHILE.....	
6.1. EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN (PARA EL EMPRENDIMIENTO).....	
6.2. TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	
6.3. PROGRAMAS DE GOBIERNO	
6.4. APERTURA DEL MERCADO INTERNO	
6.5. NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	
6.6. POLÍTICAS DE GOBIERNO.....	
6.7. APOYO FINANCIERO	
6.8. INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL.....	
6.9. ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA	
7. OPORTUNIDADES DEL EMPRENDEDOR Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA.....	
8. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN ADULTA PARA CHILE 2005	
8.1. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TOTAL EN EL ENTORNO DEL GEM Y DE CHILE	
8.2. TIPO DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA: NEGOCIOS NACIENTES Y NUEVOS NEGOCIOS	
8.3. MOTIVACIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA: OPORTUNIDAD V/S NECESIDAD.....	
8.4. DEMOGRAFÍA Y PERFIL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA.....	
9. REFLEXIONES: ¿HACIA DÓNDE VA EL EMPRENDIMIENTO EN CHILE?	
10. LISTADO DE EXPERTOS ENTREVISTADOS.....	
11. FUENTES	
12. ÍNDICE DE FIGURAS.....	
13. ÍNDICE DE TABLAS.....	
14. EQUIPOS GEM EN EL MUNDO.....	

1. RESUMEN EJECUTIVO

- (1) Un 11% de la población adulta entre 18 y 64 años de edad está involucrado en actividades emprendedoras. Esto significa una reducción de un 34% con respecto a la medición anterior efectuada en el año 2003.
- (2) De éste, el 8% son emprendedores por oportunidad y un 3% lo son por necesidad.
- (3) La caída en 2005, se explica fundamentalmente por la disminución de emprendimientos por necesidad (de un 7% en 2003 a un 3% en 2005). Los emprendimientos por oportunidad en cambio, se mantuvieron prácticamente iguales en ambos periodos (9% en 2003 v/s 8% en 2005).
- (4) El nivel de actividad emprendedora en Chile es similar a la de otros países con un PIB per cápita parecido.
- (5) Las mediciones indican que en Chile hay un gran número de oportunidades disponibles, y que hay suficientes fuentes (estatales y privadas) para financiarlas.
- (6) Pese a lo anterior, se observan pocas iniciativas de emprendimientos de alto potencial de creación de riqueza. Esto está vinculado a carencias de los emprendedores en dos áreas: (a) conocimientos sobre cómo iniciar y gestionar una nueva empresa y la operatoria del capital de riesgo profesional, y (b) las habilidades de los emprendedores para identificar, evaluar y tomar una nueva oportunidad.
- (7) Lo anterior parece ser producto del contexto chileno, ya que la educación, el bajo nivel de I+D (aún cuando esto puede no ser necesariamente una limitante en el corto plazo debido al gran número de oportunidades disponibles), los programas y políticas de gobierno y las normas sociales y culturales se presentan como limitantes en el caso chileno.
- (8) Pese a que Chile tiene buena capacidad de gestión y buenas escuelas de negocios (lo que está directamente relacionado con la capacidad de gestión), resulta sorprendente el hecho de que se enseñe poco o nada, de temas tan prácticos como la creación de nuevos negocios.
- (9) La infraestructura física (telecomunicaciones, puertos, carreteras, etc.) junto con la infraestructura comercial (asesores legales, contables, etc.) es lo mejor evaluado, lo que habla tanto del éxito de las reformas estructurales (regulación) como de las mejoras en la calidad de la educación superior en ámbitos relacionados a los negocios durante los últimos 20 años.
- (10) Los emprendedores son fundamentalmente personas independientes que se hacen cargo de sí mismas. El incentivar su desarrollo debiera ser una meta de todas las políticas públicas, ya que esto es lo que garantiza la movilidad social y la verdadera igualdad de oportunidades.

2. PRESENTACIÓN DE LA COORDINACIÓN GEM

El proyecto GEM Chile 2005 ha sido desarrollado en conjunto por los centros de emprendimiento de la Universidad Adolfo Ibáñez y la Universidad del Desarrollo.



Centro de Entrepreneurship Grupo Santander de la Universidad Adolfo Ibáñez

El Centro de Entrepreneurship de la Universidad Adolfo Ibáñez se creó con el objetivo de potenciar el desarrollo de la capacidad emprendedora en el país. Esta iniciativa es auspiciada por el Grupo Santander que contribuye generosamente a financiar las actividades del Centro.

La filosofía de acción del Centro parte de la convicción de que en un mundo cada vez más abierto y complejo, y en donde la innovación se convierte en el centro de la competencia, el desarrollo económico dependerá cada vez más de la capacidad emprendedora de las personas y organizaciones para implementar innovaciones.

Los emprendedores identifican e implementan las oportunidades para crear bienestar, y de esta forma contribuyen en forma constante a la prosperidad de comunidades, de las naciones y de la humanidad.

El Centro de Entrepreneurship fomenta el emprendimiento mediante la implementación de programas de formación de emprendedores, iniciativas de apoyo a la creación de empresas, investigación aplicada en temas de emprendimiento, y difusión del conocimiento generado a través de todas sus actividades.

El Centro de Entrepreneurship aporta a estas actividades la experiencia de una institución que desde 1953 se dedica a la formación de emprendedores.



Centro para el Emprendimiento y la Innovación (CEI) de la Universidad del Desarrollo

El Centro para el Emprendimiento y la Innovación (CEI) de la Universidad del Desarrollo fue fundado en 2002 con el objetivo de fomentar las actividades que despierten y potencien el desarrollo del espíritu emprendedor en el país. Para ello, cuenta con la asesoría de Babson College, universidad número uno en el mundo en la enseñanza del emprendimiento.

Desde su creación, el CEI agrupa los esfuerzos de la Universidad del Desarrollo entorno al emprendimiento, con cuatro áreas de acción.

- El perfeccionamiento del currículum y la metodología de enseñanza del emprendimiento en las carreras de pregrado y postgrado de la Universidad del Desarrollo.
- La investigación y difusión del conocimiento del emprendimiento en el país.
- El trabajo con jóvenes por medio de talleres en colegios, a través del Proyecto Pioneros.
- La creación de nuevas empresas tanto dentro de otras empresas (emprendimiento corporativo) como emprendimientos personales (empresas independientes).

PRESENTACION DE LOS PATROCINADORES



El Banco Santander Santiago es el mayor banco de Chile. Cuenta con 1.8 millones de clientes, 7.500 empleados a través de una red de 341 oficinas y 1.027 cajeros automáticos. Tiene una posición de liderazgo en el país con US\$ 18.637 millones en activos y US\$ 12.796 millones en colocaciones.

El banco desarrolla asimismo un Programa de Responsabilidad Social con foco en Educación, Cultura y Solidaridad Social



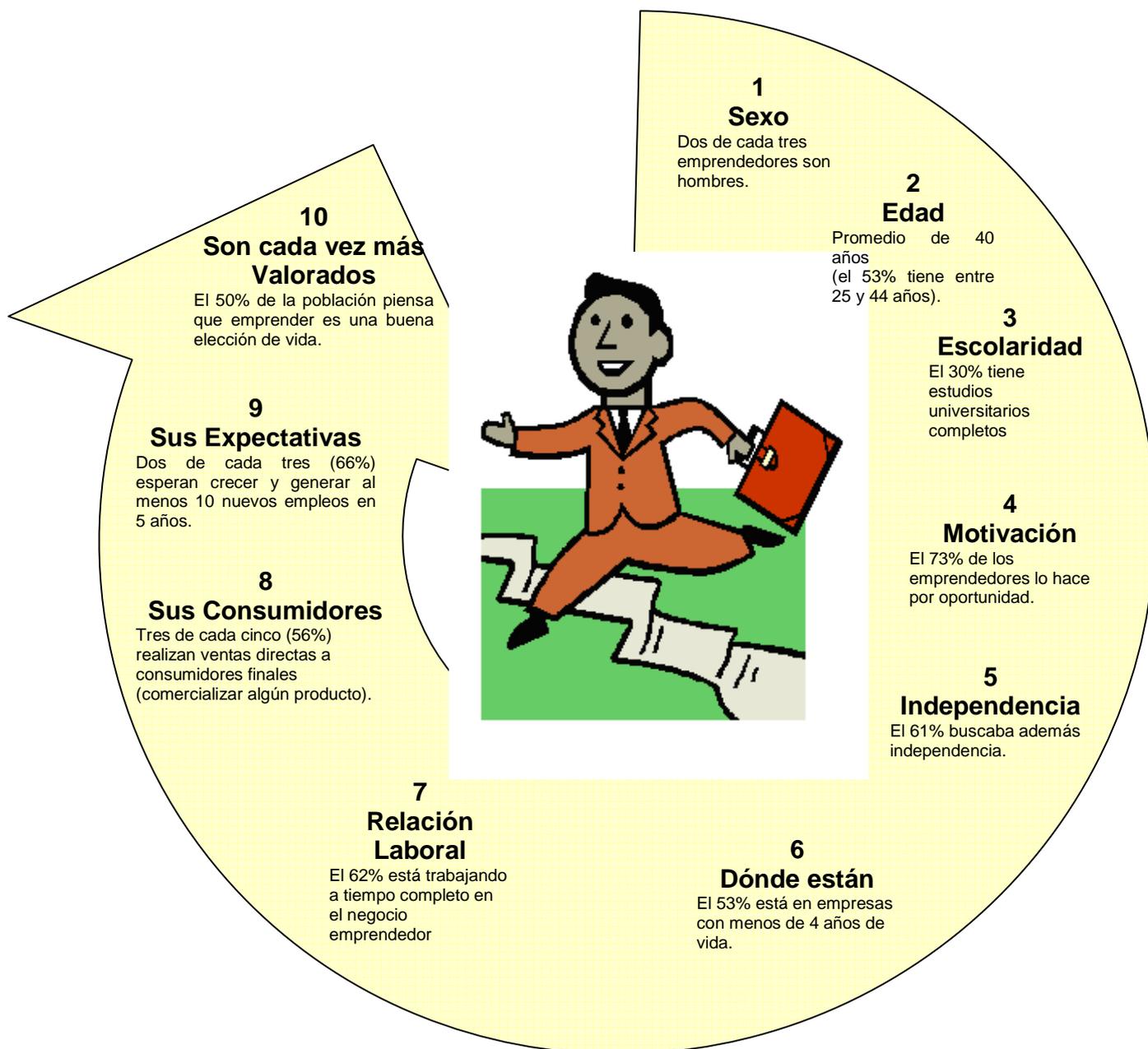
La Universidad del Desarrollo (UDD) se fundó en 1990, y desde sus inicios su objetivo fue contribuir al desarrollo económico, social y cultural de nuestro país a través del cultivo, perfeccionamiento y enseñanza de las ciencias y las artes.

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

Hoy la UDD es la universidad chilena que cuenta con el mayor número de profesores que han sido certificados para la enseñanza de emprendimiento por Babson College.

3. ¿QUIÉN ES EL EMPRENDEDOR CHILENO?

Figura 1: Las 10 características del Emprendedor en Chile



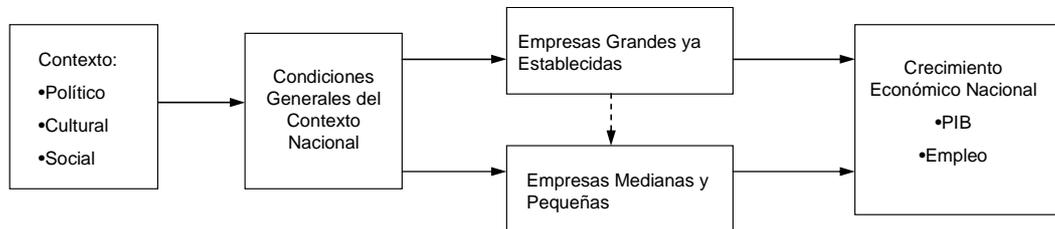
4. EL MODELO GEM

La comprensión del crecimiento económico -cómo medirlo, cómo opera el proceso de crecimiento y qué factores lo determinan- es la principal preocupación de la economía. Para estudiar este fenómeno, los economistas han desarrollado una diversidad de enfoques. Estos varían entre modelos descriptivos, algunos de los cuales se focalizan en las etapas de crecimiento o desarrollo que atraviesa una economía, y modelos formales, que enfatizan factores externos al sistema económico (tecnología) o internos (nivel de ahorro).

Estos diferentes enfoques tienen ciertas características comunes. Primero, se centran en las empresas grandes y establecidas, más que en las pequeñas. Segundo, asumen que las firmas grandes constituyen el motor verdadero del crecimiento económico. Tercero, les preocupa la relación entre las condiciones nacionales (instituciones) y el impacto que éstas tienen en el resultado de las empresas. El corolario a nivel de política económica es focalizarse en crear las condiciones económicas nacionales que permitan que los negocios crezcan y se desarrollen.

En algunos casos, las políticas se establecen deliberadamente para fomentar el desarrollo de industrias clave o "campeones nacionales" capaces de competir a nivel mundial. Esta visión convencional del proceso de crecimiento económico y los importantes factores que incluye se detallan en la **Figura 2**. En el corto y mediano plazo, las firmas grandes, frecuentemente compitiendo a una escala global, claramente hacen una mayor contribución al crecimiento económico y la prosperidad. Su éxito está determinado en parte, por el contexto nacional en el que operan, que está representado en el modelo convencional por las Condiciones Generales del Contexto Nacional (Ver **Figura 2**). Un gran número de proyectos de investigación internacional se focaliza en el rol de las grandes firmas en el desarrollo económico.

Figura 2: Modelo Convencional de Crecimiento Económico Nacional

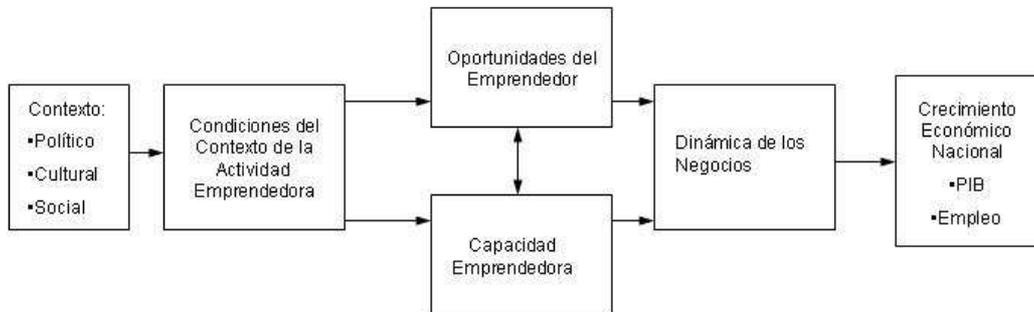


El modelo GEM complementa este enfoque. El argumento central del modelo es que el crecimiento económico nacional es una función de dos grupos paralelos de actividades interrelacionadas: (a) aquellas asociadas con las firmas más grandes y ya establecidas, y (b) aquellas relacionadas directamente con el proceso emprendedor.

Cabe aquí mencionar, la definición amplia de "entrepreneurship" que toma el modelo GEM: "Cualquier intento de nuevos negocios o creación de nuevas empresas, la reorganización de un negocio o la expansión de uno existente, por un individuo grupo de individuos o firmas ya establecidas".

Pruebas empíricas han demostrado que las transacciones entre grandes firmas explican sólo una parte de la variación en el crecimiento económico, por lo que el proceso emprendedor también parece explicar una porción significativa de las diferencias en la prosperidad económica de los países. Este proceso se muestra en la **Figura 3**.

Figura 3: Modelo del Proceso Emprendedor que Afecta el Crecimiento Económico Nacional

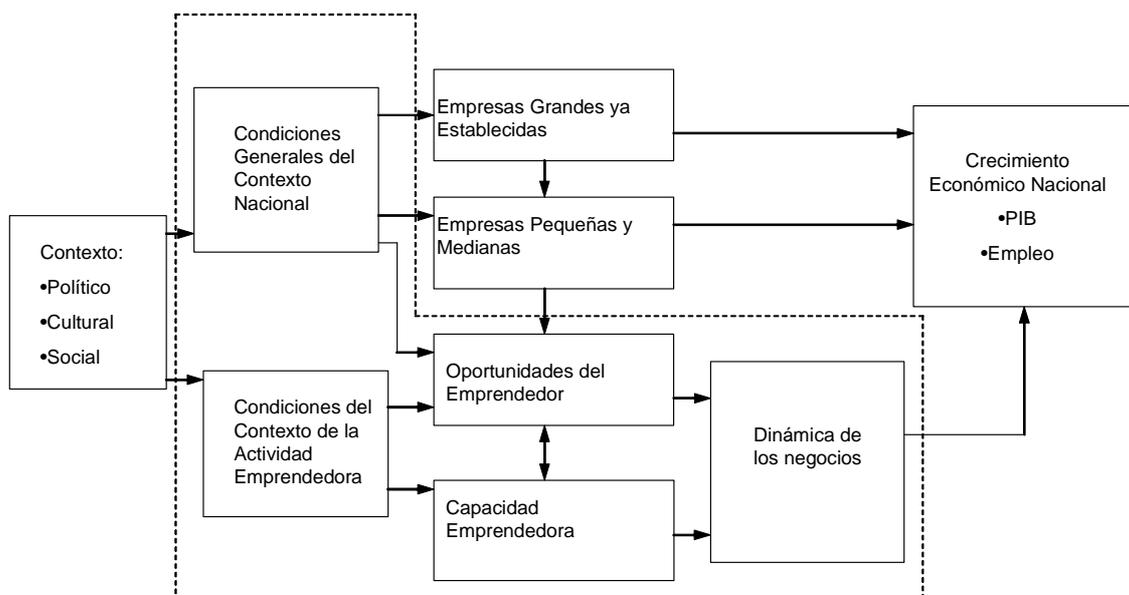


Se tienen, entonces, dos perspectivas. La primera se focaliza en las empresas grandes y el rol secundario asociado de las empresas más pequeñas. La otra se focaliza en el sector emprendedor en sí mismo, las condiciones que lo forman, y sus consecuencias económicas directas. Ambas perspectivas son complementarias y necesarias para entender en forma apropiada el crecimiento económico.

Un objetivo fundamental del GEM es comprender cómo opera el proceso emprendedor y cómo su contribución en el crecimiento económico varía entre los países.

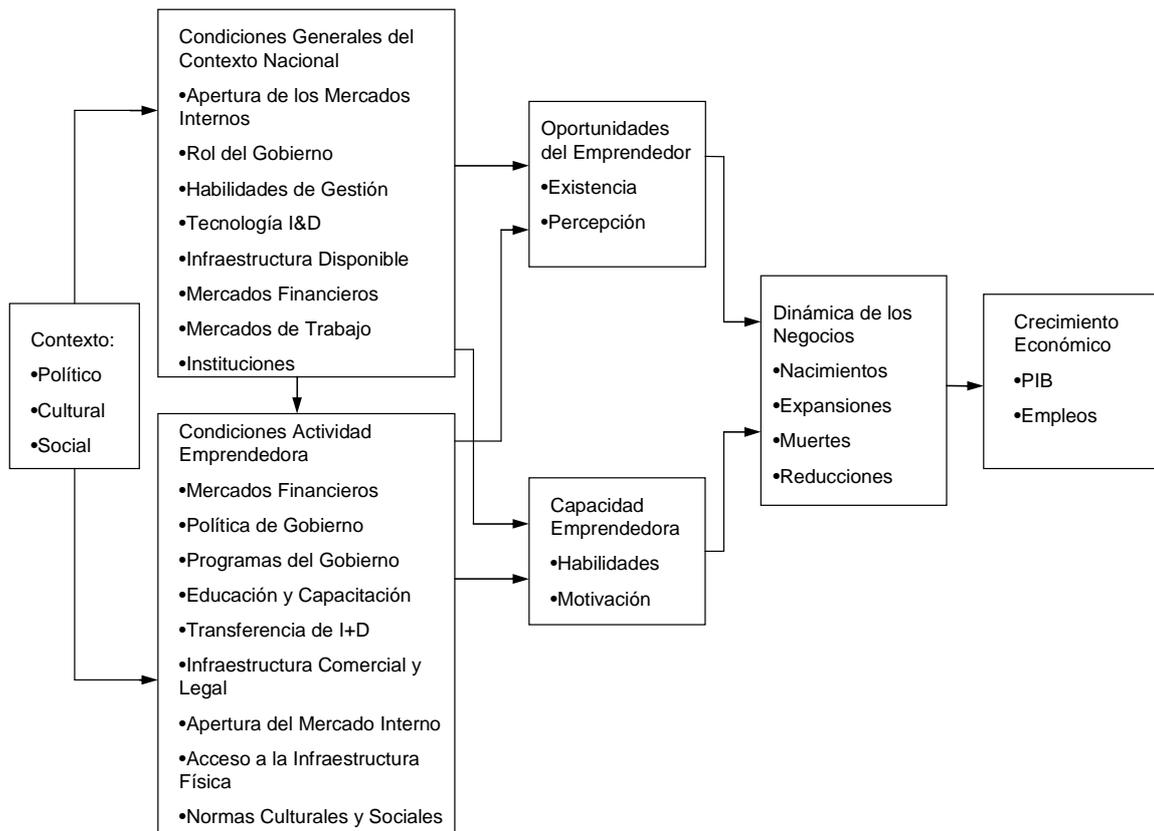
Tanto el accionar de las grandes empresas como la actividad de los emprendedores contribuye al crecimiento económico en su totalidad (Ver **Figura 4**), aunque la mezcla o contribución relativa de cada una puede ser distinta entre los países.

Figura 4: Modelo Consolidado del Proceso Emprendedor que Afecta el Crecimiento Económico



Combinar ambas perspectivas tiene muchas ventajas. Primero, refleja las contribuciones de las grandes empresas, tanto como las de las nuevas. Segundo, deja en claro que las firmas existentes pueden ser una fuente significativa de los nuevos emprendimientos. Y tercero, presenta el contexto en el que el sector emprendedor opera. La comprensión de las relaciones causales dentro del modelo es un elemento esencial del proyecto GEM. Estas relaciones causales se presentan en la **Figura 5**.

**Figura 5: Global Entrepreneurship Monitor (GEM)
Modelo Detallado del Proceso Emprendedor y el Desarrollo Económico**



Como ya se mencionó, un objetivo central del GEM es explicar la relación entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico. El modelo GEM resalta algunos elementos clave de esta relación y cómo interactúan. Moviéndose de izquierda a derecha, a través del modelo de la **Figura 5**, las variables clave se ubican en cinco grandes grupos:

1. **Contexto social, cultural y político:** este grupo incluye diferentes factores que juegan un importante rol en la determinación del contexto nacional general y en las condiciones de la actividad emprendedora, hechos que son determinantes de la identidad de cada país. El analizar todos ellos, va mucho más allá del objetivo del GEM, sin embargo, algunos puntos específicos como la estructura demográfica, la inversión en educación, las normas sociales, las actitudes asociadas con la independencia y la imagen de los emprendedores han sido consideradas.

2. **Condiciones generales del contexto nacional y condiciones de la actividad emprendedora:** este grupo incluye factores del contexto nacional tales como, el rol del gobierno y las instituciones financieras, los niveles de investigación y desarrollo, la calidad de la infraestructura física, la eficiencia del mercado laboral y la fortaleza de las instituciones legales y sociales. También se incluyen variables del contexto emprendedor como la disponibilidad de recursos financieros para las empresas nuevas, las políticas y programas del gobierno diseñados para apoyar los emprendimientos, la educación y capacitación en entrepreneurship, la efectividad en los mecanismos de transferencia de tecnología y el acceso a servicios profesionales.
3. **Oportunidades del emprendedor y capacidad emprendedora:** cuando se considera la naturaleza de la relación entre entrepreneurship y crecimiento económico, es útil distinguir entre oportunidades del emprendedor y capacidades emprendedoras. La actividad emprendedora está impulsada por la percepción de oportunidades combinadas con las habilidades y las motivaciones para explotarla. La oportunidad se refiere tanto a la existencia, como a la percepción de oportunidades de mercado disponibles. La capacidad se refiere a la motivación de los individuos para empezar nuevas empresas, y al grado de habilidades que poseen para la iniciativa emprendedora.
4. **Dinamismo de los negocios:** cuando las oportunidades se combinan con habilidades y motivaciones, el resultado es la creación de nuevas empresas y, eventualmente, la destrucción de las ya existentes. Las nuevas firmas frecuentemente desplazan a las ineficientes u obsoletas. Este proceso de "destrucción creativa" está incorporado en el modelo, con el nombre de "dinámica de los negocios". A pesar de su connotación negativa, la destrucción creativa tiene un impacto positivo en el crecimiento económico, ya que los negocios que desaparecen es porque han cumplido su ciclo, los nuevos por el contrario, se infiltran competitivamente en el mercado, generando innovación.
5. **Crecimiento económico nacional:** el crecimiento económico se mide en este caso a través del crecimiento del PIB y el nivel de empleo.

Desde su origen en 1999, el GEM le otorgó gran validación al modelo conceptual desarrollado al comienzo del proyecto. El modelo inicial se ha mantenido, sin embargo, la cantidad de datos y el análisis asociado se han hecho más complejos. La incorporación de una mayor cantidad de países, con estructuras económicas muy diferentes, y la variedad de datos e indicadores significativos han enriquecido la investigación, y han permitido reafirmar la validez del modelo GEM.

5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para comprobar la validez del modelo, una gran cantidad y variedad de datos fueron reunidos por los equipos de investigación GEM de cada país.

1. A través de una Encuesta General de Población (APS, *Adult Population Survey*) se seleccionó una muestra representativa de al menos 2000 adultos, entre 18 y 64 años, que fue entrevistada en cada país usando un cuestionario estandarizado, traducido al idioma correspondiente. Se hicieron preguntas precisas a los encuestados acerca de su participación en –y su actitud hacia- el emprendimiento.
2. Una amplia selección de datos nacionales estandarizados fue recogida de diferentes fuentes (Banco Mundial, Naciones Unidas, FMI y asociaciones de capitales de riesgo, entre otras.).
3. Cada equipo nacional realizó una entrevista personal con, al menos, 30 expertos de su país, los que fueron seleccionados por representar las condiciones del marco emprendedor referidas anteriormente.
4. A cada experto se le pidió que completara un breve cuestionario que incluye evaluaciones estandarizadas sobre los aspectos importantes del contexto emprendedor del país.
5. Se le pidió a los expertos que indicaran las tres medidas que han ayudado, que han dificultado y que se deberían realizar para potenciar la actividad emprendedora en el país.

Toda esta información fue analizada en conjunto para todos los países, estandarizada, homogenizada y posteriormente presentada en el informe global (*GEM Global Report*) y en el informe de cada país (*Country Report*).

6. EL CONTEXTO EMPRENDEDOR EN CHILE

El modelo GEM considera que el impulso emprendedor es potenciado o limitado por el contexto específico en que se desarrolla la actividad emprendedora. Esto, a su vez, corresponde a un conjunto de nueve variables que afectan directamente el desempeño del emprendedor, tanto en la cantidad y calidad de las oportunidades disponibles, como en la capacidad de los emprendedores de identificarlas, evaluarlas y tomarlas.

Así, cada una de las siguientes variables afecta de distinta forma y en distinto grado a la actividad emprendedora.

1. **Educación y Capacitación:** se refiere a la medida en que el conocimiento, destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos, o en crecimiento, son incorporadas dentro de los sistemas educacionales y de capacitación en todos los niveles.
2. **Transferencia de I+D:** se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conduce a generar nuevas oportunidades comerciales, y a si éstas están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas, y las en crecimiento.
3. **Programas de Gobierno:** se refiere a la existencia de programas directos para ayudar a las firmas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de gobierno (nacional, regional, y municipal).
4. **Normas Sociales y Culturales:** 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.
5. **Políticas de Gobierno:** Se refiere al grado en que las políticas del gobierno (reflejadas en regulaciones e impuestos) y la aplicación de éstas tienen como objetivo (a) el apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento y (b) ser neutras entre las nuevas empresas y las ya establecidas.
6. **Apertura del Mercado Interno:** se refiere a la medida en que las prácticas comerciales habituales y el marco regulatorio son suficientemente flexibles y bien aplicadas de forma que faciliten (o no impidan) que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir y eventualmente reemplazar a los proveedores actuales.
7. **Mercados Financieros:** 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).
8. **Infraestructura Comercial y Legal:** 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.
9. **Acceso a Infraestructura Física:** 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.

6.1 Metodología:

La medición de estas variables se hizo a través de una encuesta estandarizada realizada a 33 expertos nacionales. La encuesta contiene 82 preguntas en escala de Likert de cinco puntos¹ que permite formar una opinión de cada una de las variables.

Para el análisis global y la comparación entre variables, se convierte la escala de Likert a un índice único que fluctúa entre -2,0 (completo desacuerdo) y +2,0 (completo acuerdo)². Esta metodología, tiene la ventaja de que permite ordenar las variables comparándolas entre ellas. Así, las variables se clasifican en función del rango donde se encuentren:

-2,0 a -1,0: Muy bajo (crítico)
-1,0 a -0,5: Bajo
-0,5 a +0,5: Medio
+0,5 a +1,0: Alto
+1,0 a +2,0: Muy alto

Sin embargo, no permite hacer el análisis al interior de cada variable, para ello se utiliza una segunda metodología, donde se mantiene la escala de Likert original, y se analiza el rango de las respuestas, aquí se busca identificar hacia dónde desplaza el grueso de las respuestas. Para ello, se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican acuerdo (completo + parcial). Así mismo, se descartan las respuestas que no muestran preferencia (es decir, las respuestas "ni acuerdo ni desacuerdo"), recalculándose los porcentajes sobre aquellos que si marcaron preferencia. Esta metodología tiene el mérito de destacar la varianza de las respuestas.

6.2 Análisis de Resultados:

6.2.1 Análisis Global

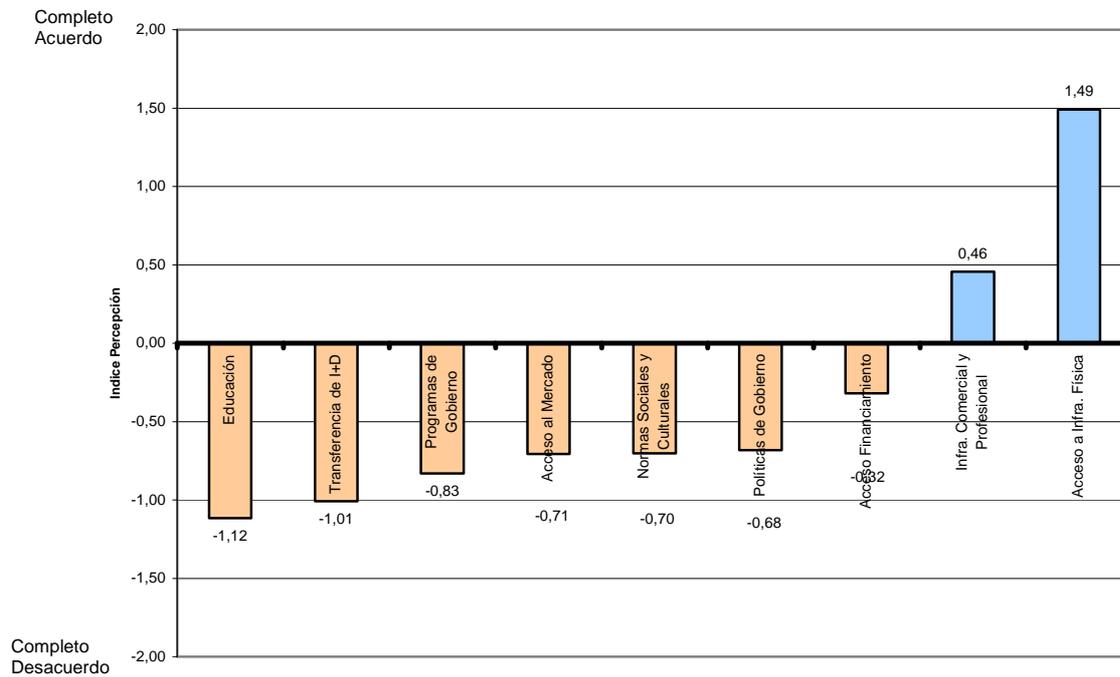
Los resultados indican que la Educación y la Transferencia de I+D son las variables más críticas en cuanto al desarrollo del emprendimiento en Chile (ver **Figura 6**). Sin embargo, se debe destacar que casi todas (seis de nueve) están en nivel bajo o muy bajo, dos en nivel medio (acceso a financiamiento e infraestructura comercial y profesional) y sólo una (acceso a infraestructura física) en un nivel muy alto.

Figura 6: Evaluación del Contexto Emprendedor en Chile

¹ Completo desacuerdo, desacuerdo parcial, ni acuerdo ni desacuerdo, acuerdo parcial y completo acuerdo.

² Se ponderan los porcentajes de cada respuesta por -2, 1, 0, +1, y +2.

Resultado de Encuestas a Expertos



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

6.2.2: Análisis por variable:

6.2.2.1: Educación y Capacitación (Educación para el Emprendimiento)

Nivel: -1,12

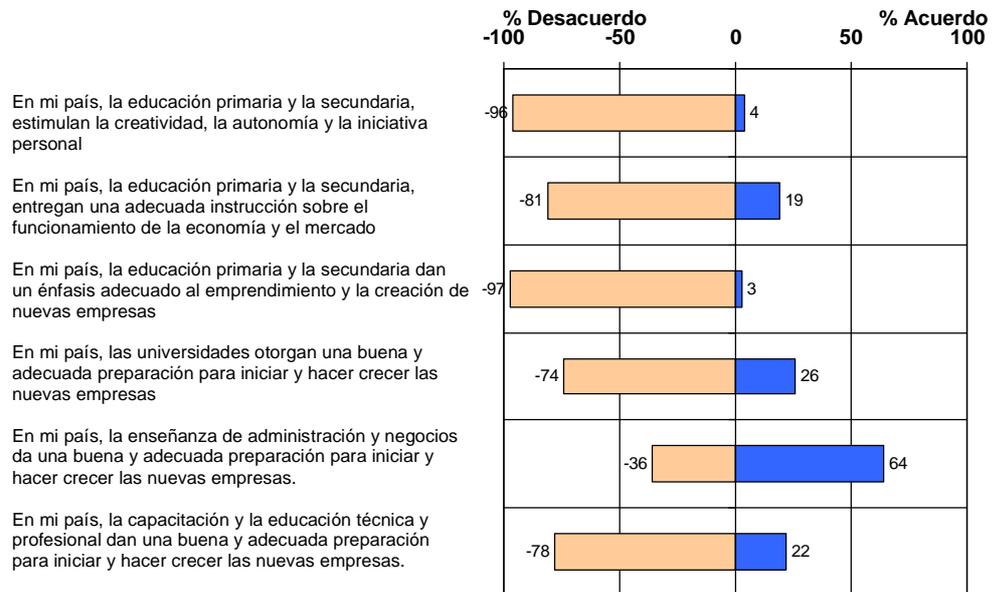
Motivo: Los encuestados indican que los programas de educación, en todos los niveles, no estimulan (ni tienen como objetivo estimular), la creatividad, la autonomía y la iniciativa personal, limitando seriamente la posibilidad de desarrollo de emprendedores.

La educación y la capacitación se evaluaron en cuatro niveles:

- (1) La educación primaria y secundaria
- (2) La educación técnico profesional y los programas de capacitación
- (3) La educación universitaria
- (4) La educación universitaria en las escuelas de negocios

En este punto, casi todos los informantes coincidieron en que hace falta una acción pública y privada muy profunda para transformar el sistema educativo y lograr, a través de él, las capacidades y motivaciones que necesitan los emprendedores.

Figura 7: Evaluación de Educación y Capacitación para el Emprendimiento



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

6.2.2.2 Transferencia de investigación y desarrollo

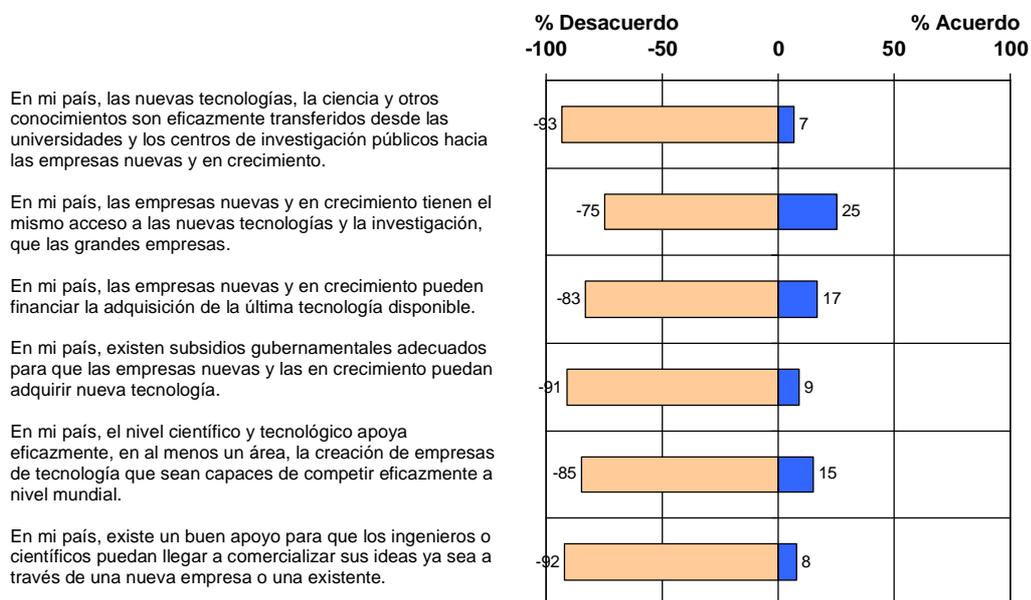
Nivel: -1,01

Motivo: Dado el bajo nivel de I+D, no hay ventajas competitivas en cuanto a desarrollar nuevos productos o servicios (esto afecta tanto a las empresas nuevas como a las establecidas).

Los informantes coincidieron que este es un factor importante en el futuro del país, sin embargo indican que debido a la gran cantidad de oportunidades disponibles que no requieren tecnología ni conocimiento de punta, no constituiría una verdadera limitante en el corto plazo.

Otro aspecto importante señalado por los entrevistados, es la importancia de fortalecer el vínculo entre ciencia y empresa, destacándose la necesidad de incentivar la relación entre los centros académicos y de investigación, con el mundo empresarial, de emprendedores y del gobierno.

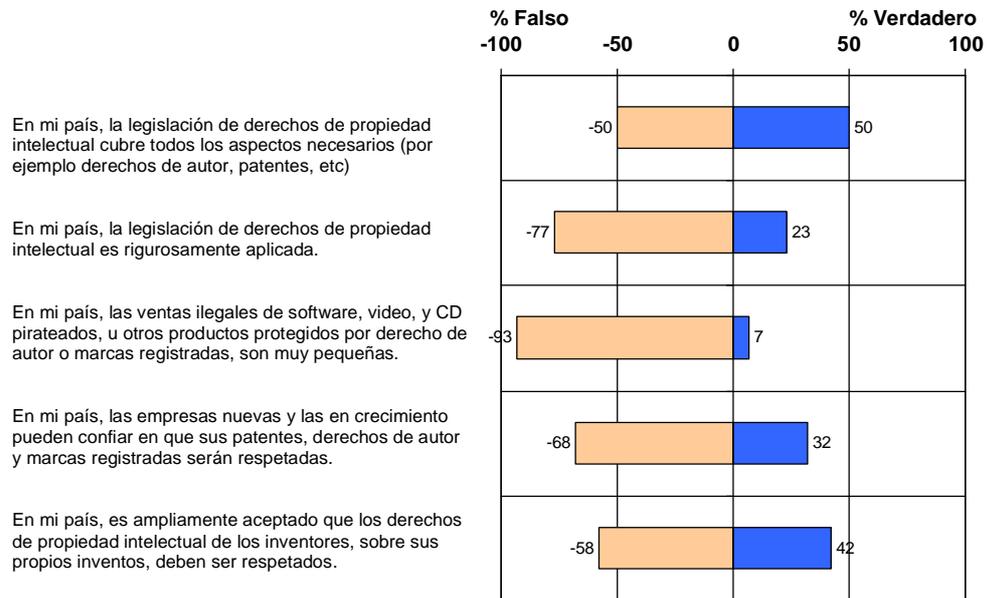
Figura 8: Evaluación de la Transferencia de I+D



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

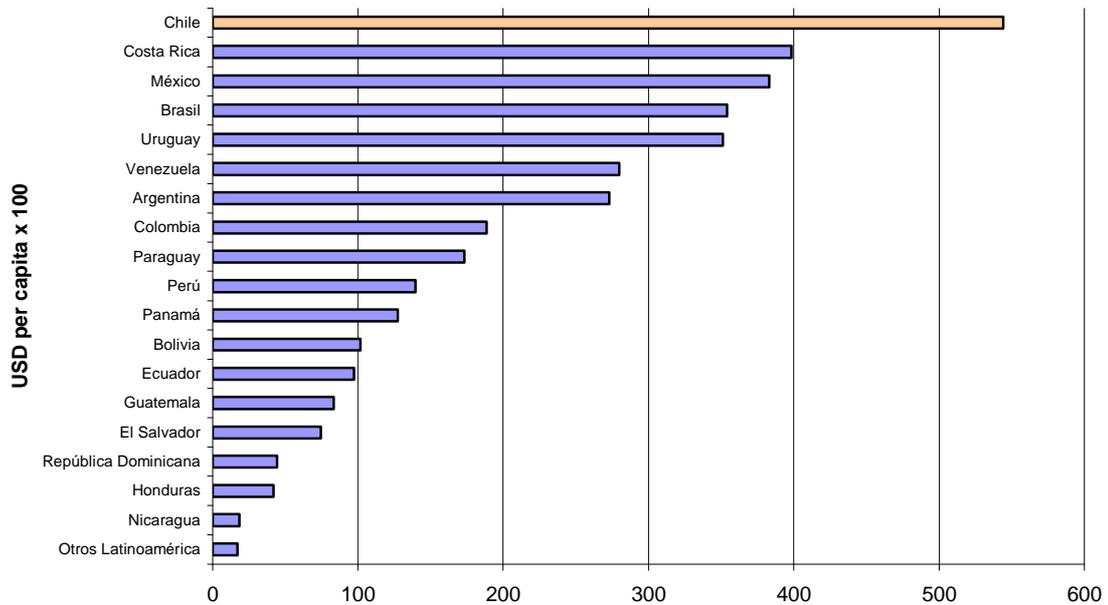
Si bien en Chile la inversión en I+D como porcentaje del PIB es baja en relación a otros países, se debe considerar el bajo respeto hacia la propiedad intelectual. De hecho, no sólo los expertos lo indican como un punto relevante (ver **Figura 9**), sino que las cifras per cápita de piratería de software son de las más altas de Latinoamérica (ver **Figura 10**).

Figura 9: Protección de la Propiedad Intelectual



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

Figura 10: Piratería de Software en Latinoamérica (USD per cápita x 100)



Fuente: Segundo Estudio Anual Mundial de Piratería de Software, Mayo 2005, Business Software Alliance (BSA) e International Data Corporation (IDC).

6.2.2.3 Programas de Gobierno

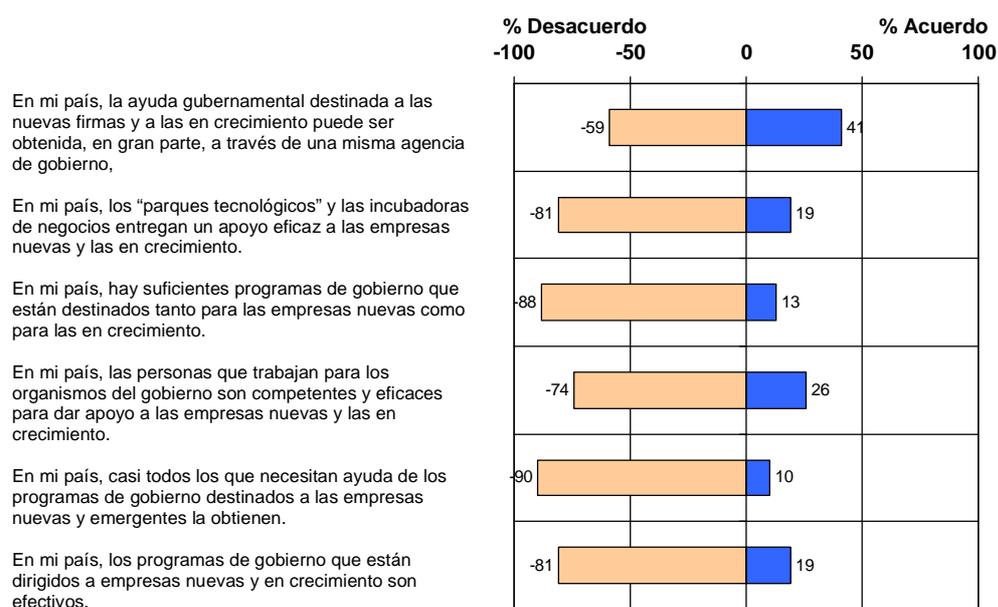
Nivel: -0,83

Motivo: Los programas del gobierno son considerados escasos o inexistentes. Incluso gente muy vinculada a temas de emprendimiento desconoce la existencia de estos programas.

Las opiniones coincidieron en este punto, en que los programas de apoyo a los nuevos empresarios son pocos o inexistentes y desperdigados en varias oficinas de gobierno (CORFO, INDAP, etc). Un segundo aspecto, es que los programas existentes de apoyo a la PYMES (pequeñas y medianas empresas), son poco conocidos (ver **Figura 11**).

Cabe destacar que en los últimos 3 años el gobierno, especialmente a través de CORFO, ha sido más activo en la creación de instrumentos para promover la innovación y el emprendimiento. Por ejemplo, a través de los programas de creación y fortalecimiento de incubadoras, las líneas de capital semilla, las líneas de co-financiamiento de fondos de inversión y la recientemente creada línea de apoyo a redes de inversionistas ángeles. Pero, estos instrumentos todavía son poco utilizados y, como demuestra esta encuesta, son poco conocidos aún por la gente que trabaja en el área.

Figura 11: Evaluación de los Programas de Gobierno para el Emprendimiento

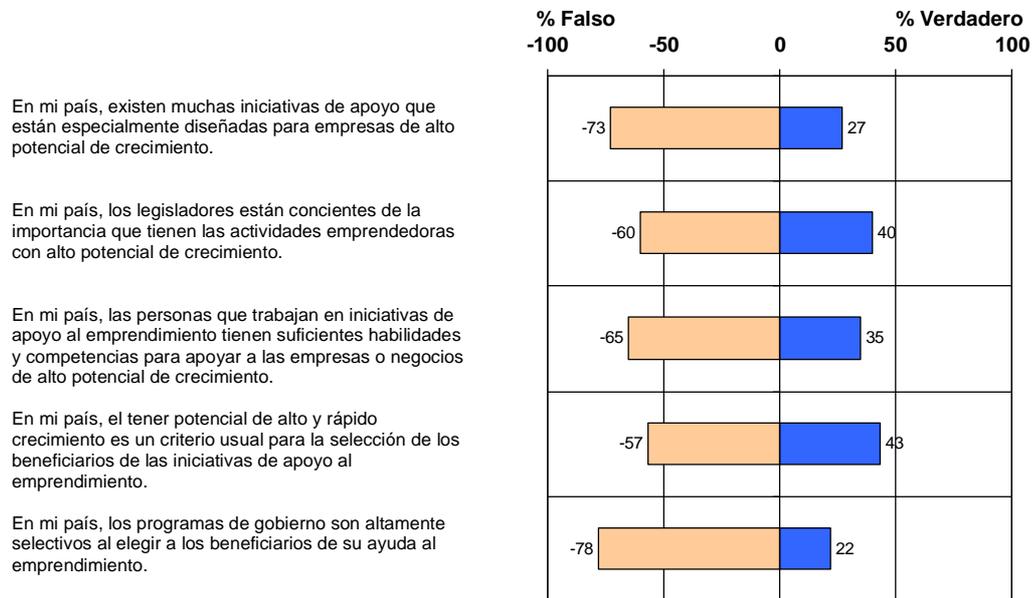


Fuente: Encuesta a Expertos 2005

Los inversionistas profesionales buscan empresas de "alto potencial de crecimiento", que son las que permiten compensar los proyectos fallidos con los exitosos. Por ello, se mide qué tan importante es para el gobierno el seleccionar estas empresas para sus programas de ayuda. Es decir, ayudar a las empresas/proyectos que tiene como objetivo financiarse con capital de riesgo. La mayoría de los encuestados indican que ésta no es una alta prioridad del gobierno y que

existen amplias posibilidades de mejora en la aplicación de los instrumentos existentes (ver **Figura 12**).

Figura 12: Evaluación de la Preocupación del Gobierno por el Desarrollo de Empresas de Alto Potencial de Crecimiento



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

6.2.2.4 Apertura del Mercado Interno

Nivel: -0,71

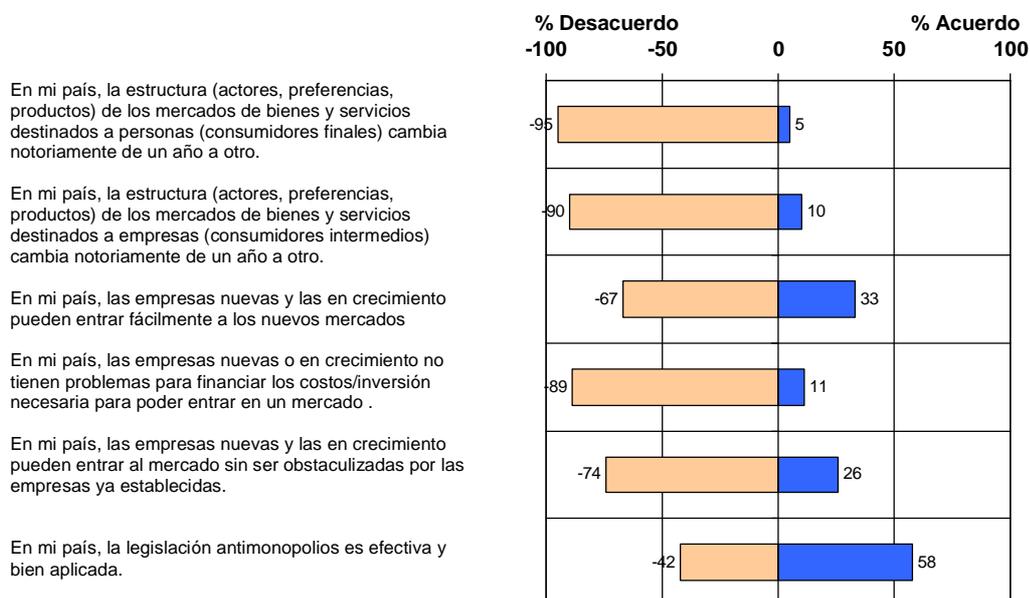
Motivo: Se considera que las empresas establecidas privilegian los proveedores actuales, siendo muy reacias a considerar nuevos proveedores.

Este punto se considera importante, ya que en la medida que los mercados sean muy estables, es difícil que un cliente perciba como beneficiosa una propuesta de valor novedosa y creativa, por lo que ésta sería una situación más difícil para las nuevas empresas.

En general se observa dificultad de las empresas nuevas para lograr penetrar nuevos mercados, esto parece tener base en dos situaciones (ver **Figura 13**). La estabilidad de los mercados, en cuanto a sus segmentos y las características de ellos, que permite a las empresas establecidas mantener sus clientes. Y la crisis económica de los últimos años que ha puesto el incentivo en la reducción de costos. Todo ello se traduce en que las empresas contratantes y los clientes finales tienen bajos incentivos para cambiar de proveedores, más allá de un eventual mejor precio.

Estas dos tendencias se han traducido en aumento de importaciones desde el sudeste asiático (instalación de plantas de fabricación, oficinas de compras, etc.) y la externalización de servicios no estratégicos –a lo que se suma la reorganización y consolidación de sectores relevantes como el retail y el financiero- no es sorprendente que las nuevas empresas no logren desplazar a las ya establecidas.

Figura 13: Evaluación de la Facilidad para Acceder a Nuevos Mercado y Clientes



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

6.2.2.5 Normas Sociales y Culturales

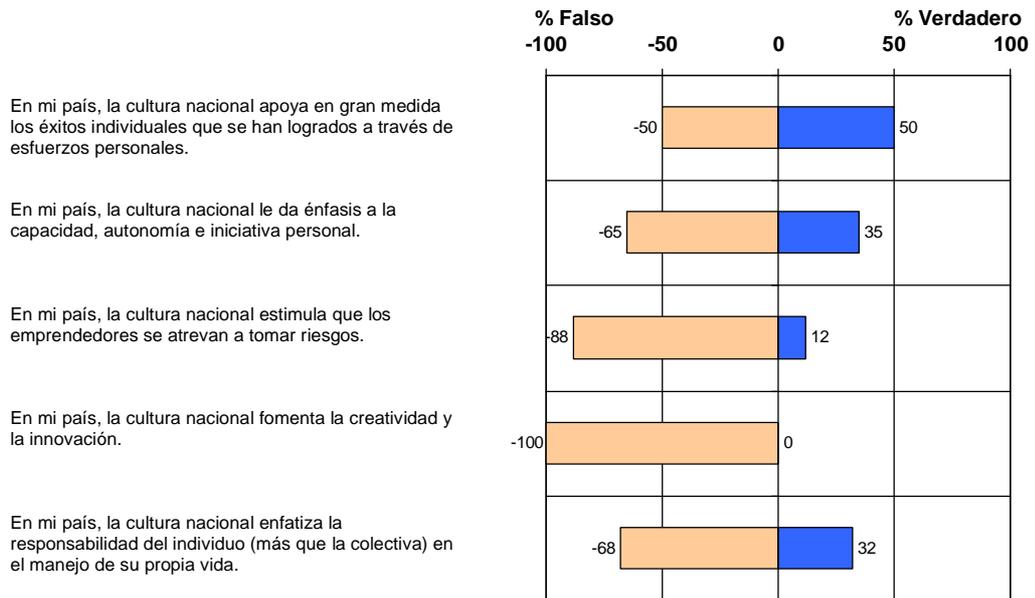
Nivel: -0,70

Motivo: La cultura nacional, como un todo, promueve la uniformidad, lo que hace difícil que se desee explorar nuevas alternativas fuera de los procedimientos o productos ya establecidos y probados.

La cultura nacional es contraria a incentivar la iniciativa y los esfuerzos individuales que se alejan del comportamiento promedio, lo que incluye autonomía, toma de riesgos y expresiones de divergencia como creatividad e innovación (ver **Figura 14**). Esto no sólo dificulta el crear nuevas empresas, sino que también disminuye la disposición a generar iniciativas dentro de las compañías existentes (tanto para proponerlas por parte de los empleados, como para incentivarlas por parte de los ejecutivos y controlantes).

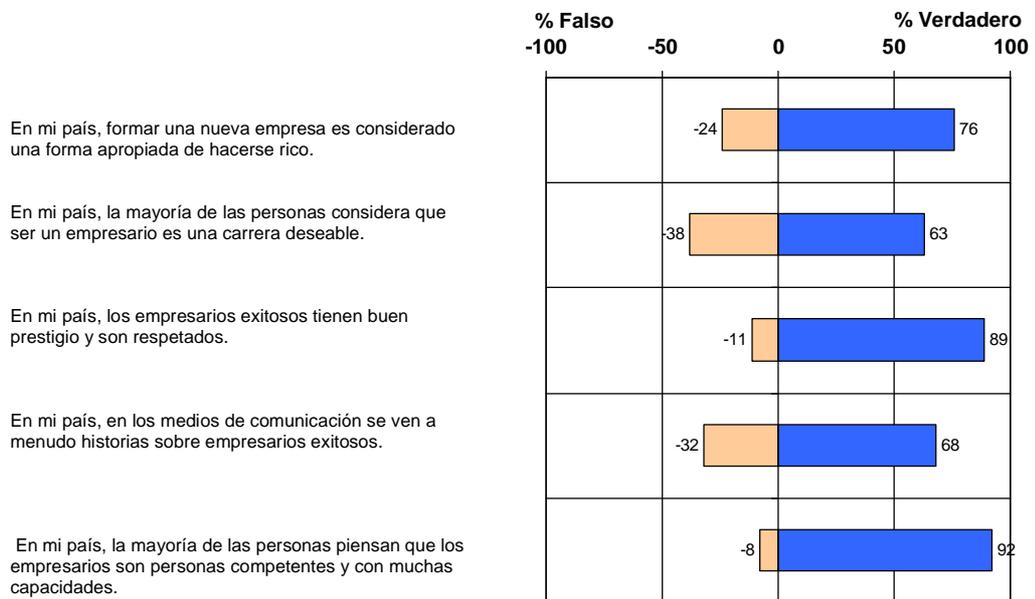
Por otra parte, posiblemente debido a estas mismas dificultades, se observa que el ser empresario es bien valorado socialmente, lo que hace pensar que el éxito por lo difícil de lograrlo, es considerado como algo digno de prestigio y reconocimiento (ver **Figura 15**).

Figura 14: Evaluación de las Normas Sociales y Culturales Proclives al Emprendimiento



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

Figura 15: Valoración Social del Ser Empresario



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

6.2.2.6 Políticas de Gobierno

Calificación: -0,68

Motivo: No están diseñadas para favorecer la creación de nuevas empresas.

Las políticas de gobierno pueden ser de tres tipos, favorecer las nuevas empresas, favorecer las ya existentes o ser neutras entre ellas. Si bien desde el punto de vista económico la neutralidad de las políticas (es decir la no discriminación entre actores) es considerada una metas deseable para la autoridad económica, también se debe considerar que las nuevas empresas cuentan con recursos limitados (capital, clientes, tiempo), por lo que el cumplimiento de normas o reglamentaciones, neutras en apariencia, puede resultar mas onerosas para estas empresas que para las de mayor tamaño, al medirlas como porcentaje de los recursos totales que deben destinar a cumplirlas.

Todos los entrevistados coinciden que el apoyo a las nuevas empresas, es decir discriminación a favor de ellas, no parece ser una meta del gobierno. Esto es tanto en el sentido de favorecer la inserción de las nuevas empresas como de facilitar la creación de nuevas. Esto último es crítico en su supervivencia y se refiere a que las políticas de gobierno no reconocen este fenómeno, lo que se traduce en que las normas no son simples ni favorecen la formalización de nuevas empresas (ver **Figura 16**).

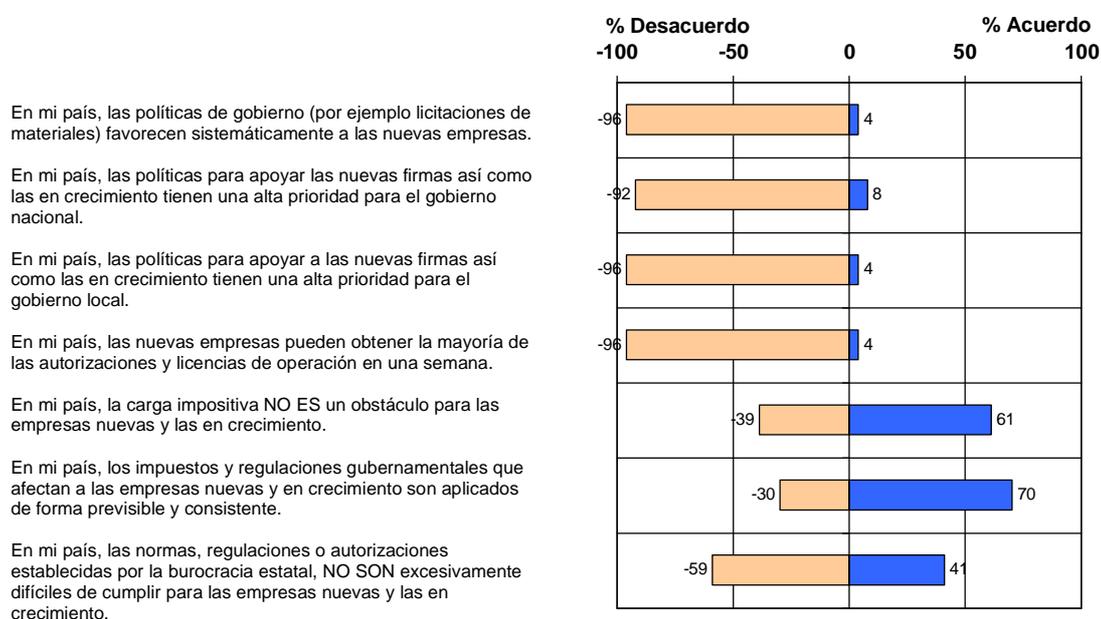
Un segundo aspecto es la neutralidad frente a empresas establecidas y nuevas, fundamentalmente en cuanto a impuestos y reglamentaciones. En esto, el 61% de los encuestados considera que los impuestos afectan poco o nada en la formación de nuevas empresas y que son aplicados con previsibilidad y consistencia y de la misma forma a ambos tipos de empresas (ver **Figura 16**). Lo mismo ocurre con las normas y reglamentaciones, en que si bien el 59% de los encuestados consideran que son difíciles de cumplir, también se considera que el nivel de exigencias no llega a impedir la operación de las empresas más pequeñas. Sin embargo se debe considerar que el cumplimiento de algunas de ellas requiere el tener experiencia previa o pueden ser demasiado onerosas para las empresas nuevas.

Lo anterior se muestra resumido en la **Tabla 1**.

Tabla 1: Análisis de las Políticas de Gobierno Relacionadas con el Emprendimiento

Componentes	Variables	Evaluación
(1) Apoyo a Nuevas Empresas	a) Favorecer la inserción de las nuevas empresas: dado que los primeros años son críticos para la consolidación de las nuevas empresas, se busca identificar si las políticas de gobierno reconocen esta situación y apoyan la inserción.	Muy Bajo El 100% de los encuestados indican que esto no parece ser una prioridad para el gobierno.
	b) Facilitar la creación de nuevas empresas: dado que en los primeros meses el concentrar los esfuerzos en generar ventas y clientes es clave para la supervivencia de la empresa, se evalúa si las políticas de gobierno reconocen este fenómeno y simplifica y favorece la formalización de nuevas empresas	Muy Bajo El 100% de los encuestados indica que no es rápido ni fácil iniciar una nueva empresa
(2) Neutralidad Empresas Grandes v/s Pequeñas	a) Impuestos: Se evalúa tanto si el nivel de los impuestos son una carga tal que impida iniciar un nuevo negocio como la previsibilidad y consistencia en la aplicación.	Bien El 61% de los encuestados considera que afecta poco o nada en la formación de nuevas empresas y que son aplicados de la misma forma a ambos tipos de empresas
	b) Normas: Se evalúa si el cumplimiento de las normas requiere el tener experiencia previa o son demasiado onerosas para las empresas nuevas	Medio Si bien el 59% de los encuestados consideran que son difíciles de cumplir, también se considera que el nivel de exigencias NO llega a impedir la operación de las empresas más pequeñas

Figura 16: Evaluación de las Políticas de Gobierno para el Emprendimiento



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

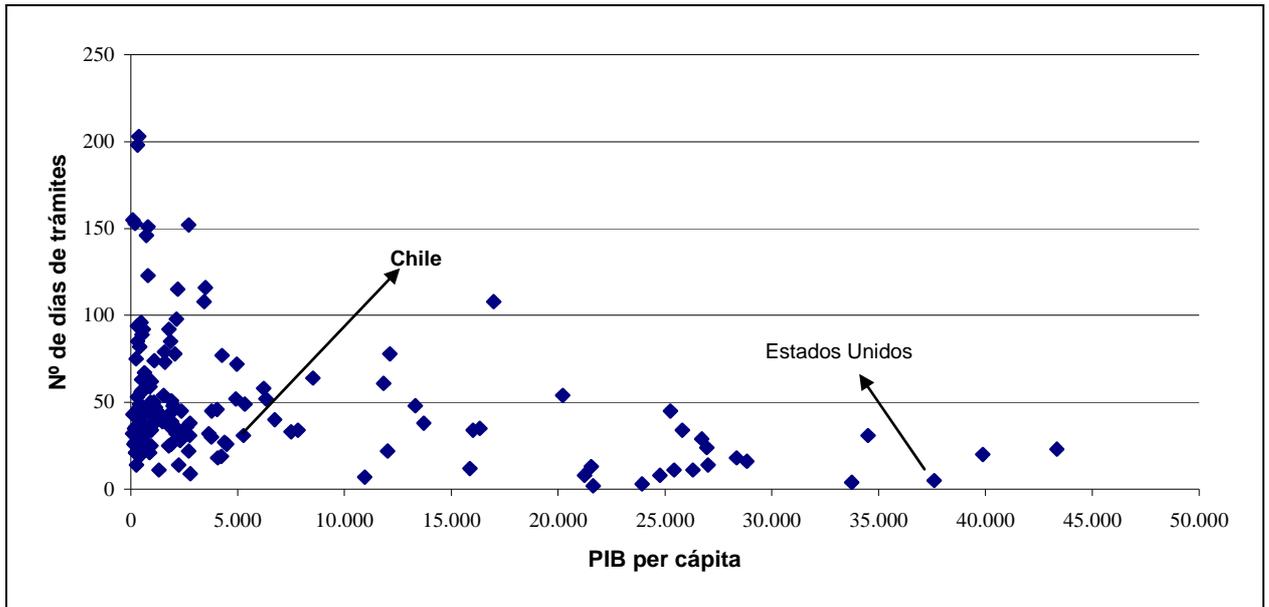
En el 2004, el Banco Mundial comenzó a publicar un informe sobre la facilidad que existe en distintos países para iniciar y desarrollar una nueva actividad económica. Este informe, denominado Doing Business³, otorga información de aproximadamente 145 países en relación a distintas variables tales como, los días y trámites requeridos para iniciar un negocio, cobrar una deuda, contratar y despedir una persona, entre otros. Usando un promedio simple de las variables consideradas, el Banco Mundial elabora un índice de facilidad de emprender que tiene a Canadá, Australia, Estados Unidos, Nueva Zelanda y Francia, entre los cinco primeros.

Chile no se ubica en un lugar muy destacado en dicho ranking, faltando aún bastante por avanzar en áreas como el número de trámites que hay que hacer para iniciar una nueva actividad económica, los días requeridos y el costo en su equivalencia con el PIB per capita.

En el caso de Chile, se requieren 9 trámites, 27 días y un costo aproximado de US\$ 500 para iniciar un negocio, de los cuales cerca de la mitad corresponde a cobros notariales. En relación a la primera variable, hay 51 países que exigen menos trámites que Chile, mientras que con respecto a la segunda variable, hay 37 países que exigen menos días para iniciar un negocio. Esta situación de gran burocracia presentada para Chile no es inusual y de hecho, se presenta con gran frecuencia en países pobres, tal como se puede apreciar en la **Figura 17** que muestra los días requeridos para abrir un negocio y el ingreso per capita. El cuadro muestra que en países con ingreso per capita inferior a US\$ 10 mil se requiere de una gran cantidad de días, mientras que en países más ricos la cantidad de días es menor.

Figura 17: Días Requeridos para Abrir un Nuevo Negocio versus Ingreso Per Cápita

³ www.doingbusiness.org



Fuente: Banco Mundial 2005

En esta materia el desafío es claro. Los países asiáticos y de Europa del Este han tratado de reducir las barreras burocráticas para incentivar nuevos emprendimientos, Chile debería seguir el mismo camino. Esto no es sólo un esfuerzo del sector público central, ya que una gran parte de los días requeridos se dedican a la obtención de la patente municipal. De esta manera, la reducción de las barreras a la entrada debe involucrar tanto la eliminación o simplificación de los trámites, así como la reducción del monto de dinero involucrado.

Asimismo, la facilidad o dificultad para hacer cumplir un contrato comercial se mide a través de tres indicadores: el número de procedimientos que van desde el inicio de las acciones legales hasta el cobro de la deuda, el tiempo asociado a esta gestión y el costo de la misma expresado como porcentaje del monto de dinero a cobrar. Pues bien, en Chile hay que realizar 28 trámites, los que demoran 305 días y el costo de la operación implica el equivalente al 10,4% de lo cobrado.

En relación al primer indicador, hay 60 países que exigen menos trámites que Chile para el cobro de una deuda, 63 países en donde se demora menos y hay más de 20 países en donde el cobro es más barato.

Así, la comparación no es muy favorable para nuestro país y muestra la brecha aún existente en este indicador que evidentemente afecta con mayor fuerza a las empresas más pequeñas, ya que no pueden realizar todos los trámites o esperar todo el tiempo para cobrar una deuda.

Como se puede observar en las variables analizadas en detalle, Chile está lejos de ser un país en el cual sea muy fácil emprender, teniendo en consideración que los resultados corresponden al promedio obtenido, por lo cual hay actividades que deben enfrentar barreras más grandes aún.

Sin duda, que en varios de estos indicadores nuestro país se encuentra mejor ubicado que otros países latinos, pero nuestros vecinos, en general, no se destacan por su gran competitividad y preocupación por la eficiencia productiva, por lo cual debemos compararnos con los más competitivos del planeta y aprender de ellos.

6.2.2.7 Apoyo Financiero

Nivel: -0,32

Motivo: Aunque el sistema financiero posee suficientes recursos y variedad de instrumentos, no hay un nivel adecuado de fuentes de fondos específicos para nuevas firmas.

La mayoría de los expertos considera que en el país hay suficientes recursos para financiar nuevas empresas. Sin embargo, al analizar cada tipo de fuente de financiamiento la percepción es que éstas no resuelven las necesidades de las nuevas firmas. Para hacer un adecuado análisis de la adecuación de las fuentes de financiamientos para el emprendimiento hay que entender cómo se financian las nuevas empresas. En cada fase de su vida las nuevas empresas tienen necesidad de recursos financieros de distinto tipo, inicialmente recursos que compartan el riesgo del negocio (y por ello algo más caros), y en etapas maduras recursos más baratos. Por otro lado, especialmente en las etapas tempranas, además de recursos financieros, los emprendedores requieren otros tipos de apoyos como capacidades de gestión, redes de contactos, y apoyo en el diseño de estrategias.

Una nueva empresa normalmente recurre primero a fondos de los propios emprendedores, familia y amigos. Pero, usualmente estos fondos no son suficientes para partir. Las nuevas empresas, especialmente las dinámicas que tienen alto potencial de crecimiento, requieren recursos adicionales para validar sus productos y el mercado. En muchos países el gobierno proporciona subsidios de “capital semilla” para financiar esta etapa de la vida de nuevas empresas. En Chile, los subsidios gubernamentales para estas empresas, especialmente a través de CORFO, han aumentado en los últimos años. Pero estos fondos, hasta ahora, han sido muy limitados. En la línea de capital semilla de CORFO se han financiado apenas 132 proyectos en los últimos 5 años. Este bajo impacto se ve reflejado en la percepción de que no hay suficientes subsidios para nuevas firmas y firmas en crecimiento. En todo caso, este ha sido un periodo de aprendizaje para la institucionalidad del gobierno y cabe esperar un comportamiento más agresivo en los próximos años, especialmente con el apoyo de los recursos proporcionados por el royalty a la minería. Pero este tipo de capital semilla sólo apoya en la validación de productos y estrategias de entrada, las nuevas empresas aún tienen que iniciar actividades y lograr llegar hasta su punto de equilibrio de ingresos y egresos, etapa conocida como “el valle de la muerte” por la cantidad de empresas que fracasan en esta etapa.

Para superar el “valle de la muerte” ha sido muy útil en otros países el apoyo de personas naturales, o inversionistas ángeles. Este tipo de inversión es especialmente importante para el éxito de nuevas empresas con alto potencial de crecimiento. Estos emprendimientos entran en mercados complejos donde para tener éxito se necesitan buenos productos, buenas estrategias, buena ejecución y buenas redes de contactos. Los inversionistas ángeles con experiencia, pueden aportar varios de estos ingredientes, además del capital. Por ello, este capital es llamado también “Smart Money” o “capital inteligente”.

En la encuesta realizada, también se observa una baja percepción de recursos disponibles de personas naturales o inversionistas ángeles. Aunque es difícil tener una percepción adecuada sobre este tipo de inversión, porque ocurre en forma privada, la evidencia obtenida a través de iniciativas más formales, como las redes de ángeles vinculadas a incubadoras y fondos de inversión, dan cuenta de una actividad aún muy incipiente que justifica la evaluación obtenida en esta encuesta de baja cantidad de recursos por este medio. En Chile, estas iniciativas son aún completamente privadas, la más antigua con dos años en operación, pero están entrando en una etapa de madurez que permite esperar resultados más visibles en los próximos años. Además, el gobierno ha empezado a valorar esta actividad y CORFO está generando instrumentos para apoyar la creación de estas redes, lo que permite esperar una más rápida maduración de este segmento financiero.

Cuando la empresa logra llegar al punto de equilibrio, ha validado su producto y el mercado. Algunas de estas empresas logran mostrar también un gran potencial de crecimiento aún cuando todavía enfrentan riesgos importantes y pocas garantías que les permitan acceder a financiamiento bancario. En esta etapa debe recurrir a capital de riesgo. La encuesta muestra también baja adecuación de capital de riesgo respecto de las necesidades de las nuevas empresas en Chile (ver **Figura 18**). Las cifras oficiales de fondos de inversión muestran que durante los últimos 5 años en Chile ha habido una cifra estable de alrededor de US\$ 200 millones invertidos en desarrollo de empresas a través de fondos de inversión públicos. Estas inversiones han sido consideradas capital de riesgo dentro de la industria. La estabilidad de esta cifra implica que casi no ha habido nueva inversión en capital de riesgo y sólo mantenimiento de las inversiones realizadas, esperando su maduración. Además, entrando en más detalle, se observa que estas inversiones han sido orientadas a empresas consolidadas, en etapas muy maduras, donde invierten sumas superiores a los US\$ 10 millones (private equity). Podemos confirmar entonces, que ha habido poca actividad de capital de riesgo en etapas maduras y prácticamente nada en etapas tempranas durante los últimos 5 años.

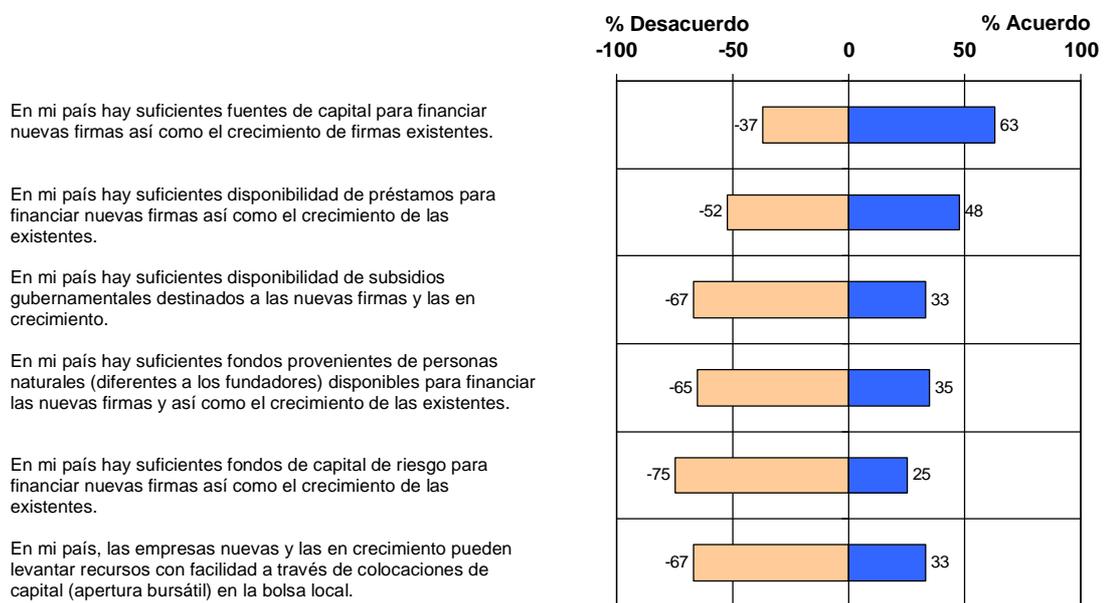
Esta situación ha empezado a cambiar en el 2005 con la introducción por CORFO de la Línea F2 de Co-financiamiento de Fondos de Inversión Privados orientados a PYMES de menos de US\$ 3 millones de patrimonio. A través de este mecanismo, y en sólo un año, se han comprometido cerca de US\$ 120 millones para invertir en PYMES con potencial de crecimiento. Sin embargo, las inversiones realizadas aún son pocas y muy orientadas a re-estructuración de empresas más que al financiamiento de nuevas empresas. Además, estos fondos están buscando inversiones de mediano tamaño, superiores a US\$ 1 millón por lo que aún existe una clara brecha entre el inversionista ángel y los fondos de capital de riesgo existentes. CORFO está por introducir un nuevo instrumento, la Línea F3 que estaría mejor enfocada al financiamiento de nuevas empresas con alto potencial de impacto. El efecto de estas nuevas iniciativas se hará más claro en los próximos 2 años, pero este efecto no depende sólo de los fondos. Actualmente los inversionistas y administradores de fondos se quejan tanto de la falta de proyectos, como de emprendedores de calidad. Consideran que los proyectos son ingenuos y con bajo nivel de escalabilidad; mientras que los emprendedores muestran carencia de habilidades para presentar sus proyectos, inexperiencia en negociaciones con inversionistas profesionales, y baja disposición a compartir la propiedad de sus empresas. Hay una tarea pendiente de mejorar los proyectos y formar mejor a los emprendedores que recaerá en las incubadoras e instituciones de educación.

Las empresas ya consolidadas a través de los mecanismos anteriores pueden recurrir a financiamiento del sistema tradicional, bancario y mercado de capitales (apertura bursátil). El sector bancario chileno es muy sólido y profundo. En parte esta solidez se ha logrado disminuyendo los riesgos de la cartera con suficientes garantías tangibles. Este mismo enfoque de disminuir el riesgo, hace que el sistema bancario no sea el más adecuado para financiar firmas en etapas tempranas, ya que los emprendedores usualmente no cuentan con suficientes garantías tangibles para el monto de las inversiones que requieren. Por otro lado, para una nueva empresa también es muy mala estrategia financiarse con deuda. La inseguridad en los flujos de nuevas empresas hace que en las etapas iniciales la probabilidad de fallar en los pagos comprometidos sea alta. Ante esta situación, los emisores de deuda, que tienen derechos de cobro preferentes, tienden a ejecutar las garantías y liquidar la empresa para obtener el máximo repago de sus préstamos. Por ello, los emprendedores tienden a buscar fuentes de recursos que estén dispuestas a compartir riesgos. No es entonces un tema conflictivo el que la percepción del apoyo de la banca a la creación de nuevas empresas sea baja. Eso es normal porque la necesidad del demandante de fondos (emprendedor) no coincide con las condiciones requeridas por el oferente de estos fondos (bancos). La mejor forma de lograr canalizar recursos del sistema financiero para el financiamiento de nuevas empresas es a través de la participación de las instituciones financieras como aportantes en fondos de inversión.

La apertura bursátil es un mecanismo que puede tener gran impacto en el financiamiento de nuevas empresas de rápido crecimiento, al crear una buena oportunidad de liquidez (salida) para

las inversiones de los fondos de capital de riesgo. Si los fondos pueden recuperar su inversión mediante la apertura en bolsa de las empresas en las que invierten, tendrán más incentivo a invertir en ellas. Esto actúa como un efecto sifón. Mayor actividad en fondos de capital de riesgo actúa de incentivo para inversionistas ángeles porque saben que pueden capitalizar sus ganancias vendiendo su participación a los fondos de capital de riesgo. A su vez, mayor actividad ángel señala a los emprendedores que hay mayor probabilidad de obtener recursos y capitalizar la idea que tienen. Lamentablemente, en Chile la apertura bursátil es un mecanismo de poco uso y cuando se usa es para empresas de reconocida trayectoria. No es un mecanismo de salida para empresas con pocos años de creación. La bolsa emergente, que trataba de dirigirse hacia ese segmento de empresas, no ha tenido la actividad esperada.

Figura 18: Evaluación de las Fuentes de Financiamiento para el Emprendimiento



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

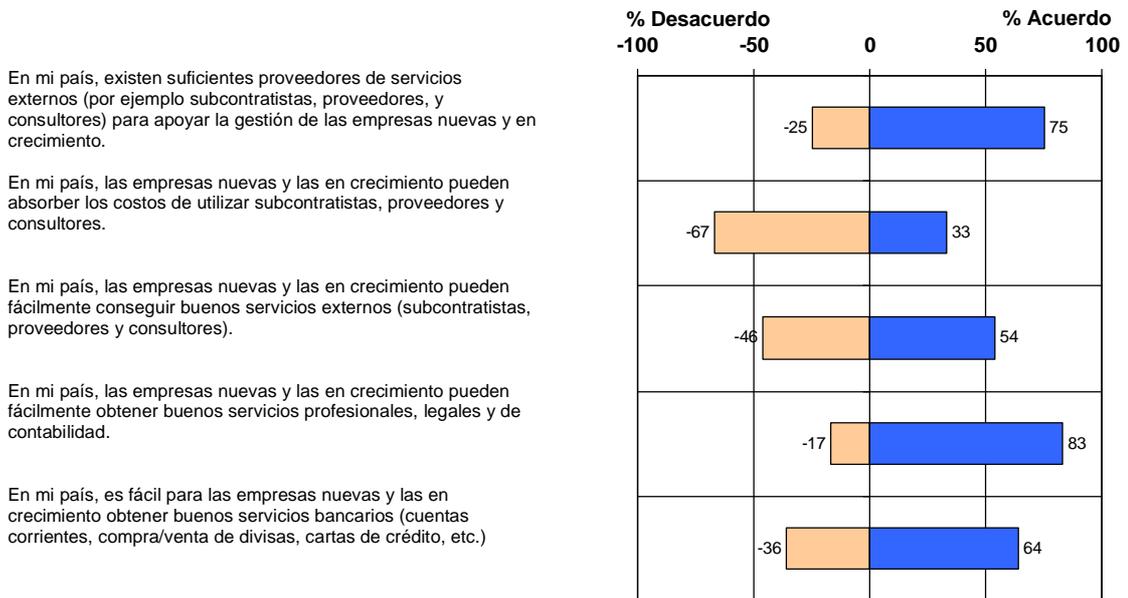
6.2.2.8: Infraestructura Comercial y Profesional

Nivel: +0,46

Motivo: Se considera que hay un buen nivel de servicios comerciales, contables y legales.

La opinión general es que en la última década, este sector de servicios se ha desarrollado notablemente. Se ha profesionalizado, ha mejorado su calidad ofreciendo propuestas innovadoras que agregan valor a los clientes, y se ha extendido a varios sectores (ver **Figura 19**). Esto parece tener relación con la tendencia a la externalización de servicios no estratégicos (outsourcing). El único factor en contra es que pueden resultar caros para las empresas más pequeñas.

Figura 19: Evaluación de la Infraestructura Comercial y Profesional



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

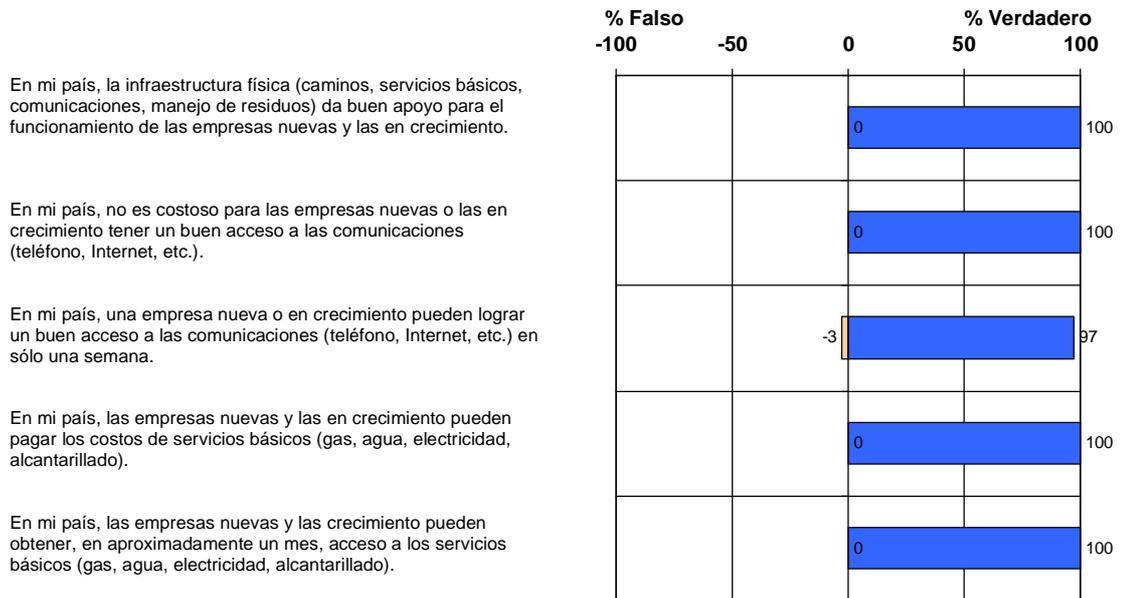
6.2.2.9: Acceso a la Infraestructura Física

Nivel: +1,49

Motivo: Muy buen nivel de acceso a los recursos físicos existentes -comunicación, servicios públicos, transporte, tierra- a precios accesibles a todas las empresas.

En este aspecto todos los informantes coincidieron en que la infraestructura física ha mejorado notablemente en los últimos diez años, y que sus costos de acceso son bajos (ver **Figura 20**). Esto debe ser considerado como el resultado de las políticas de gobierno orientadas específicamente a esta área, y donde Chile fue un pionero en varios sentidos. Así, la apertura del sector de telecomunicaciones de principio de los '90s al permitir la completa competencia en el sector de telecomunicaciones de larga distancia (multicarrier), la licitaciones de servicios de telefonía celular, las licitaciones y concesiones de obras públicas (carreteras y puertos) y privatizaciones y concesiones de servicios públicos (telefonía y servicios sanitarios). Lo anterior no habría sido exitoso sin la creatividad del regulador, que creó las condiciones para la existencia de mercados competitivos y directamente orientados a los clientes.

Figura 20: Evaluación del Acceso a Infraestructura Física para los Negocios



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

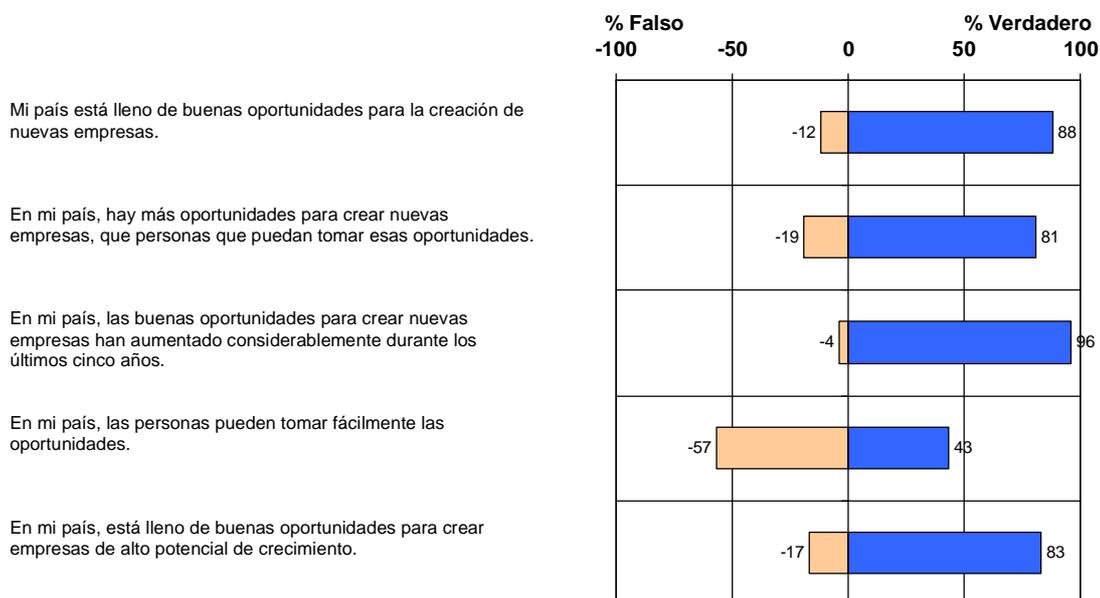
7. OPORTUNIDADES DEL EMPRENDEDOR Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

Cuando se considera la naturaleza de la relación entre emprendimiento y crecimiento económico, es útil distinguir entre oportunidades del emprendedor y capacidades emprendedoras. La actividad emprendedora está impulsada por la percepción de oportunidades combinadas con las habilidades y las motivaciones para explotarla. La oportunidad se refiere tanto a la existencia, como a la percepción de oportunidades de mercado disponibles. La capacidad se refiere a la motivación de los individuos para empezar nuevas empresas, y al grado en que poseen las habilidades requeridas para la iniciativa emprendedora.

7.1 Oportunidades Disponibles

Los expertos coincidieron en que Chile es un país de grandes oportunidades disponibles (ver **Figura 21**) en casi todos los sectores y que una buena cantidad de ellas son accesibles con capital pequeño o limitado. Sin embargo, los mismos expertos señalan carencias por el lado de los emprendedores al indicar que estos no pueden tomar fácilmente esas oportunidades (ver **Figura 21**). Las entrevistas con empresas profesionales de capital de riesgo confirman esta percepción al señalar que los emprendedores que buscan a inversionistas profesionales traen serias deficiencias en cuanto a la envergadura del proyecto (pequeña escala), serios errores de identificación de mercados y potencialidades de expansión, y de ingenuidad en las estrategias para “capturar” la oportunidad. Esto muestra un descalce entre las oportunidades disponibles y el perfil de los emprendedores que podría capturarlas. Es posible que esto tenga relación con que sólo muy recientemente se ha dado importancia a esta temática en los cursos formales de negocios en las universidades chilenas.

Figura 21: Oportunidades Disponibles

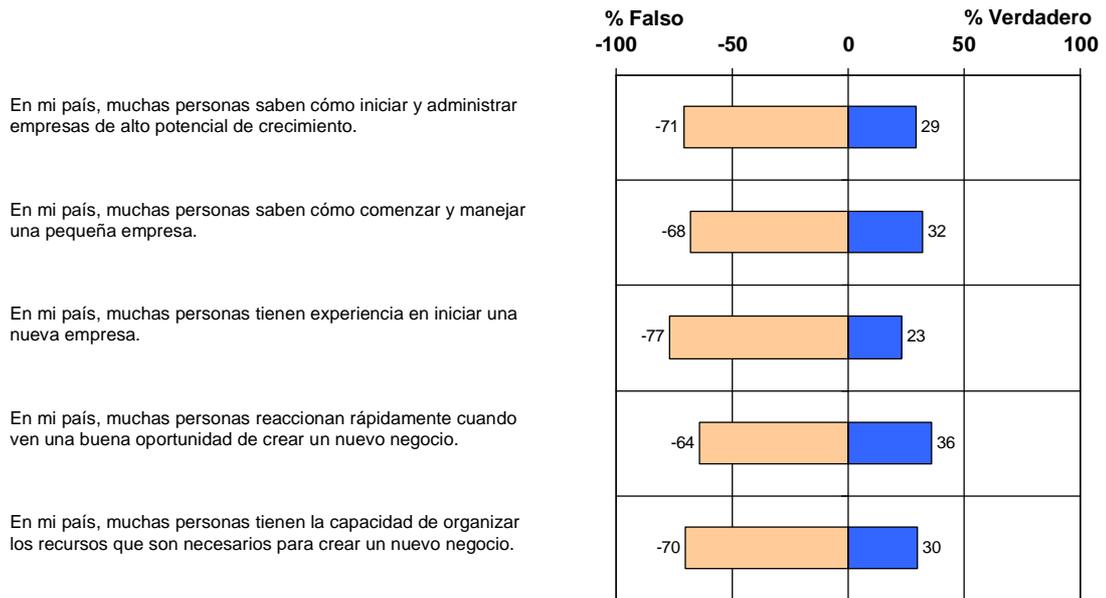


Fuente: Encuesta a Expertos 2005

7.2 Capacidad de Formar una Nueva Empresa

Todos los entrevistados indicaron que los chilenos tienen baja capacidad para formar o administrar una empresa en sus etapas iniciales (ver **Figura 22**). Algunos dijeron que esto puede deberse a que las escuelas de negocios sólo muy recientemente han incorporado estos temas en sus mallas curriculares. En un segundo nivel de importancia, se indica que en Chile la diferencia de remuneración entre una persona con y sin estudios universitarios aún es muy grande (4 veces en Chile versus 2 veces en EE.UU.), lo que incentiva a la movilidad social a través de la búsqueda de un título profesional, más que a la iniciativa empresarial individual.

Figura 22: Capacidad de Formar una Nueva Empresa



Fuente: Encuesta a Expertos 2005

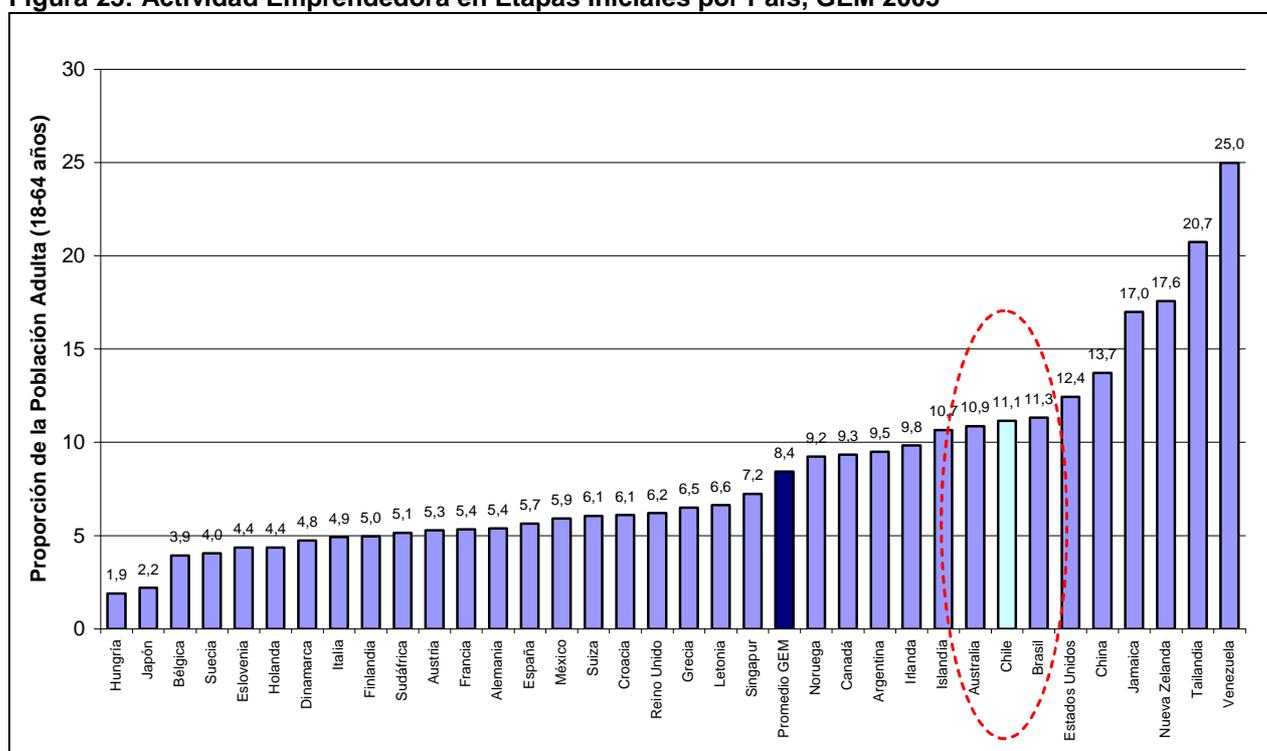
8 RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN ADULTA (APS), PARA CHILE 2005

8.1 Actividad Emprendedora total en el entorno del GEM y en Chile

El primer indicador que muestra el GEM estima el nivel de participación de la población adulta económicamente activa⁴ del país que está directamente involucrada en etapas iniciales de la actividad emprendedora. Esto incluye a personas que están formando parte en la creación de nuevas empresas, que esperan tener o tienen toda o parte de la propiedad del negocio y que no han pagado sueldos o salarios por más de 42 meses. Este indicador es denominado **Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales**⁵.

Este año la actividad emprendedora en etapas iniciales para Chile corresponde al 11,1% (ver **Figura 23**), situándolo en el octavo lugar de los 35 países estudiados en el GEM.

Figura 23: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales por País, GEM 2005



Fuente: GEM 2005

Comparado con el índice del año 2003 (16,9%) y del año 2002 (15,7%)⁶ se observa una disminución en la actividad emprendedora. Ésta pudiese parecer significativa, sin embargo, la variación puede obedecer a diversos factores. Uno de ellos es el mayor dinamismo de la economía nacional en los últimos dos años lo que ha creado una buena cantidad de empleos, lo

⁴ La fuente estandarizada de la estructura de población total de los países participantes, corresponde la US Census Bureau International Database (<http://www.census.gov/ipc/www/didbnew.html>). El rango de edad de 18 a 64 años es el que se toma en todas las muestras de todos los países y es considerado el rango en el cual está la gran mayoría de la fuerza laboral de un país.

⁵ En ediciones pasadas del GEM, a esta medida de la actividad emprendedora se le denominaba índice TEA (Total Entrepreneurial Activity)

⁶ Chile no participó en el GEM 2004.

que, como veremos más adelante, pudiera estar relacionado con la disminución del emprendimiento por necesidad.

En relación a lo anterior, la **Tabla 2** muestra la evolución de la actividad emprendedora para los países que han participado en, al menos, una edición del GEM entre el año 2000 y el 2005. Como se observa la media del índice para el conjunto de países participantes este año cae cerca de 1 punto porcentual con respecto al 2004, sin embargo las medidas del índice promedio de diferentes años no son completamente comparables dadas las diferencias en la participación de países de cada año.

Tabla 2: Evolución de la Actividad Emprendedora desde el 2000 hasta el 2005 para los países que han participado y participan en el proyecto GEM

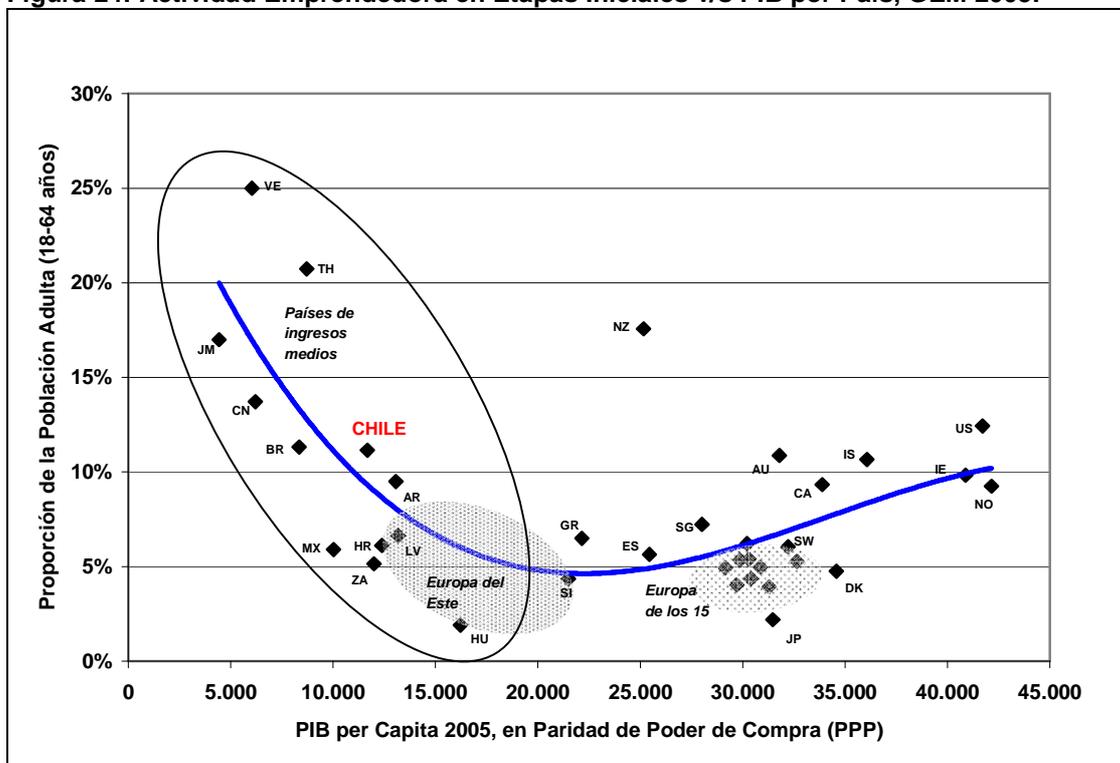
	Pais	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1.	Venezuela				27,31		25,00
2.	Tailandia			18,9			20,74
3.	Nueva Zelanda		15,63	14,01	13,60	14,67	17,57
4.	Jamaica						17,00
5.	China			12,34	11,59		13,72
6.	Estados Unidos	12,69	11,65	10,51	11,90	11,33	12,44
7.	Brasil	16,04	14,21	13,53	12,90	13,48	11,32
8.	Chile			15,68	16,87		11,15
9.	Australia	10,93	16,21	8,68	11,62	13,38	10,87
10.	Islandia			11,32	11,24	13,57	10,66
11.	Irlanda	1,25	12,11	9,14	8,10	7,70	9,83
12.	Argentina	7,77	10,52	14,15	19,73	12,84	9,49
13.	Canadá	7,93	10,98	8,82	8,01	8,85	9,33
14.	Noruega	7,91	8,69	8,69	7,46	6,98	9,25
15.	Singapur	2,06	5,18	5,91	4,95	5,69	7,24
16.	Letonia						6,65
17.	Grecia				6,77	5,77	6,50
18.	Reino Unido	5,16	7,68	5,37	6,36	6,25	6,22
19.	Croacia			3,62	2,56	3,73	6,11
20.	Suiza			7,13	7,14		6,06
21.	México		18,73	12,40			5,91
22.	España	4,55	7,78	4,59	6,77	5,15	5,65
23.	Alemania	4,73	7,78	4,59	6,77	5,15	5,39
24.	Francia	2,20	7,23	3,20	1,63	6,03	5,35
25.	Austria						5,28
26.	Sudáfrica		9,37	6,54	4,30	5,4	5,15
27.	Finlandia	3,94	9,32	4,65	6,68	4,39	4,97
28.	Italia	5,68	10,16	5,90	3,19	4,32	4,94
29.	Dinamarca	4,51	8,07	6,53	5,88	5,31	4,75
30.	Holanda		6,38	4,62	3,60	5,11	4,36
31.	Eslovenia			4,63	4,05	2,60	4,36
32.	Suecia	3,87	6,67	4,00	4,12	2,94	4,04
33.	Bélgica	2,44	4,58	2,99	3,87	3,47	3,93
34.	Japón	1,26	5,08	1,81	2,76	1,48	2,20

35.	Hungría		11,42	6,64		4,29	1,90
36.	Perú					40,34	
37.	Uganda				29,26	31,50	
38.	Ecuador					27,24	
39.	Jordania					18,26	
40.	Polonia		9,98	4,44		8,83	
41.	Israel	4,17	5,97	7,06		6,62	
42.	Portugal		7,09			3,95	
43.	Hong Kong			3,44	3,23	2,97	
44.	India	6,30	11,25	17,88			
45.	Corea	13,67	14,85	14,52			
46.	Taiwán			4,27			
47.	Rusia		6,91	2,52			
	Promedio GEM	6,14	9,68	7,98	9,84	9,38	8,44
	Nº de Países participantes	22	30	38	31	35	35

Fuente: GEM

El tener una mayor o menor actividad empresarial no representa una relación directa con el desarrollo de un país, dado que no basta con crear muchas empresas, sino que habría que analizar la calidad y el crecimiento sostenido de estas iniciativas emprendedoras. La **Figura 24** presenta la relación entre la actividad emprendedora y el producto interno bruto per cápita a precios constantes ajustado por la paridad de compra en dólares de los Estados Unidos del año 2005 (PIB PPP 05). Para reflejar esta relación se utilizó una línea de tendencia no lineal que se ajusta de forma más óptima a los datos. Como se puede observar existe una relación negativa entre la actividad emprendedora y el PIB per cápita en los países de ingresos medios y una relación tentativamente positiva a medida que los ingresos por país se incrementan. Una explicación, es que a medida que los países se desarrollan presentan mejores oportunidades de empleo en empresas establecidas y van desarrollando políticas de trabajo y condiciones laborales que pueden representar un estado de bienestar generalizado como en el caso de los países miembros más antiguos de la Unión Europea (EU-15) donde aparentemente pudiera no haber tantos incentivos a iniciar un nuevo negocio. Adicionalmente, pareciera ser que los países con mayores recursos incentivan más las iniciativas emprendedoras por la mayor disposición de financiamiento público y privado, y por el deseo de la población de poseer cierta autonomía como es el caso de Estados Unidos. Claramente Nueva Zelanda se presenta fuera de la tendencia, dado que es un país que por sus características particulares ha tenido un gran desarrollo económico en los últimos años y a su vez, ha desarrollado importantes iniciativas emprendedoras.

Figura 24: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales v/s PIB por País, GEM 2005.



Fuente: GEM 2005

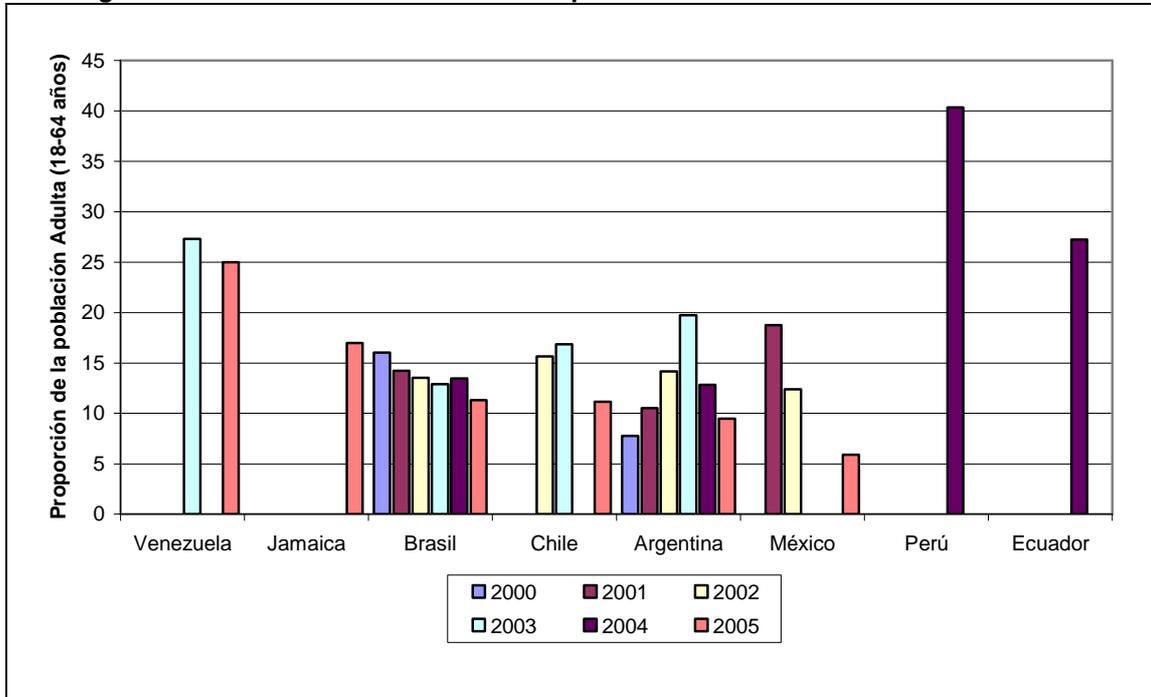
Como se comentará más adelante, el elevado nivel de emprendimiento puede obedecer más a la necesidad que a la búsqueda de oportunidades reales de negocio, creando éstos porque no existen otras alternativas de trabajo para la población en edad productiva. La conclusión de la evolución de la actividad emprendedora (**Figura 23** y **Tabla 2**) en los países que han participado a lo largo de los últimos años, es un indicador que muestra si la población activa del país es más o menos emprendedora, pero no es un indicador determinante de la calidad de esta actividad, detalle que veremos a lo largo del informe.

Centrándonos en el ámbito latinoamericano, la evolución de la actividad emprendedora ha tenido diversas variaciones y presenta perfiles muy diferentes (ver **Figura 25**). Las comparaciones también resultan difíciles de hacer dado que, a excepción de Brasil y Argentina los países latinoamericanos no han tenido una participación constante. Lo que se podría destacar es que, en general, el porcentaje de las personas involucradas en la actividad emprendedora ha sufrido una caída.

Como se vio en la **Figura 24** una comparación que puede resultar interesante consiste en analizar aquellos países que tienen indicadores de desarrollo económico similares. La variable que hemos seleccionado para hacer dicha comparación es el producto interno bruto per cápita a precios constantes en dólares de los Estados Unidos del año 2005 (PIB/PC05). Bajo este parámetro, hemos seleccionado ocho países cuyo valor para el PIB/PC05 está en un rango similar (ver **Figura 26**). Si bien, las diferencias en el pasado en este índice, para estos países también son significativas, podemos concluir que –quitando el caso de Venezuela que claramente puede representar este año un dato extraordinario- Chile es un país que comparado

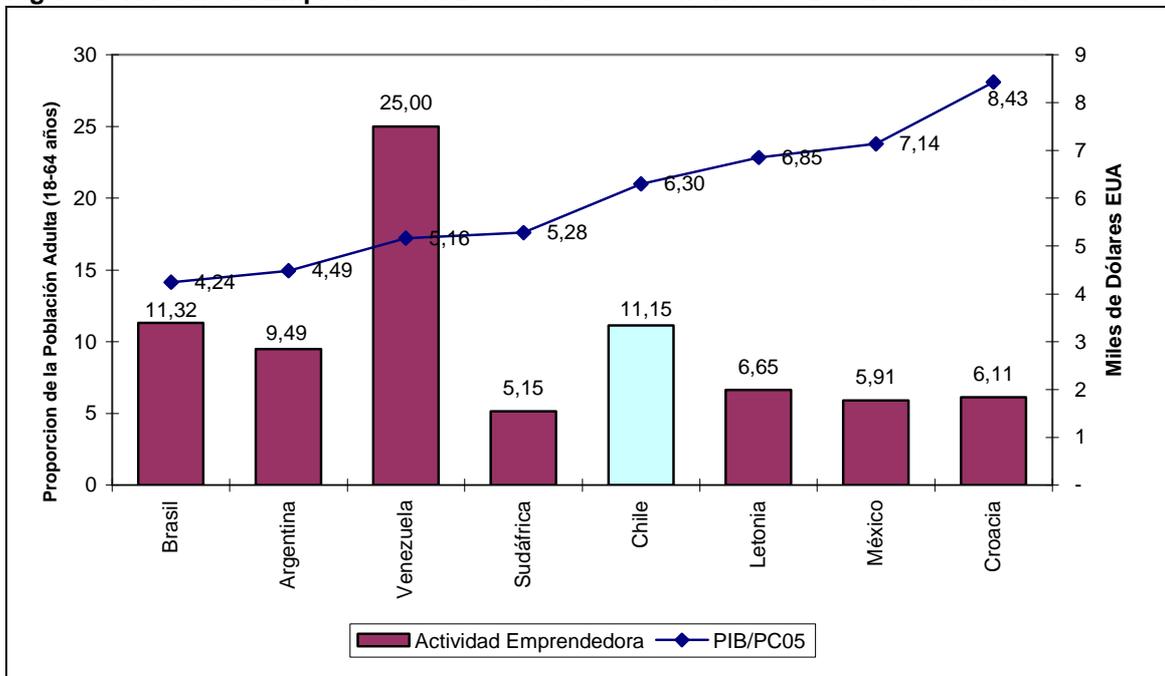
con economías similares presenta uno de los mayores índices de actividad emprendedora. De la relación entre la actividad emprendedora y crecimiento económico hablaremos más adelante.

Figura 25: Evolución de la Actividad Emprendedora en Países de Latinoamérica



Fuente: GEM 2005

Figura 26: Actividad Emprendedora 2005 en Países con Nivel de Desarrollo Similar



Fuente: GEM 2005

Tipo de actividad Emprendedora: Emprendedores Nacientes y Nuevos Empresarios

El índice de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales es el agregado de dos indicadores de actividad emprendedora que se han denominado **Emprendedores Nacientes** y **Nuevos Empresarios**. La descripción dentro del proyecto GEM para emprendedores nacientes (*nascent entrepreneurs*) son los adultos de 18 a 64 años de edad involucrados en la puesta en marcha de un nuevo negocio (*start up*) y que han manifestado que tienen o tendrán propiedad de una parte del mismo y en el cual todavía no se han pagado salarios por más de tres meses.

Por otro lado, los nuevos empresarios (*new business owners*) son los adultos de 18 a 64 años que tienen toda o parte de la propiedad y dirección de un negocio y que llevan pagando salarios por un periodo que oscila entre los 3 y los 42 meses.

Este año, el 71,4% de los países del GEM muestra un mayor volumen de emprendedores nacientes que de nuevos, que es la situación típica o media en el entorno GEM. Esta proporción descendió respecto al año pasado (79,41%). Las **Figuras 27 y 28** muestran estos indicadores donde podemos observar que este año Chile presenta un 6% de emprendedores nacientes, un punto porcentual arriba del promedio GEM, pero debajo de países que han tenido tradición emprendedora como Nueva Zelanda, Estados Unidos o Tailandia. Este porcentaje disminuye con respecto al periodo anterior de participación de Chile en el GEM (2002-2003) en donde esta cifra era del orden del 10,4%. Por su parte, el porcentaje de nuevos empresarios se mantiene prácticamente igual con un 5,3% frente a un 5,4% del periodo 2002-2003⁷. De esto, se puede concluir que si bien ha disminuido la proporción de empresas nacientes, las empresas nuevas tienden a consolidarse y no disminuyen por el efecto del cierre de negocios. Además, se mantienen estables al menos en los últimos tres años, debido al efecto del mayor dinamismo de la economía en los últimos años.

Ahora bien, un indicador relacionado con el porcentaje de **Emprendedores Consolidados**, es decir, el porcentaje de adultos de 18 a 64 años que tienen toda o parte de la propiedad y dirección de un negocio y que llevan pagando salarios por un periodo superior a los 42 meses, para el caso particular de Chile es de 3,8%, uno de los más bajos del entorno GEM junto a Croacia, Francia, México, Hungría y Sudáfrica. Esta dimensión puede ser reflejo de las dificultades que se presentan para la supervivencia a largo plazo de los negocios emprendedores (algunos de estos países ya presentaban indicadores similares en años pasados), sin embargo, también puede ser un reflejo de que determinados emprendedores, sobre todo si la creación de empresa estaba asociada más a necesidad, regresen a un empleo como asalariados o bien aquellas empresas exitosas después de un tiempo son vendidas a otras más grandes. Este último aspecto suele ser común en algunas economías desarrolladas y Chile también ha experimentado este tipo de fenómenos en los últimos años, sobre todo en sectores industriales de alto crecimiento como telecomunicaciones e informática. Esto puede observarse en la **Figura 29** que muestra un bajo grado de consolidación de negocios en Chile; esto puede deberse al fracaso de las empresas nacientes o a la venta de las empresas que se consolidan.

⁷ La suma de los indicadores de Emprendedores Nacientes y Nuevos empresarios es ligeramente mayor al total de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales dado que, aun cuando algunos individuos pudieran estar en ambos grupos, son contabilizados una sola vez.

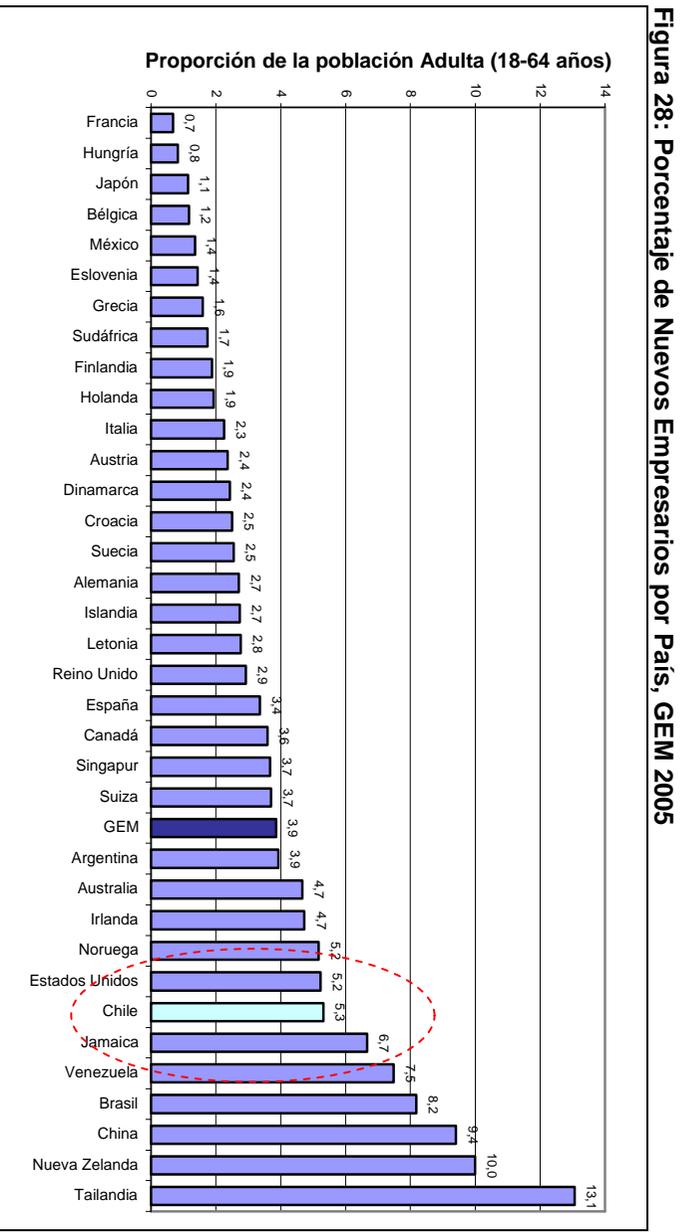
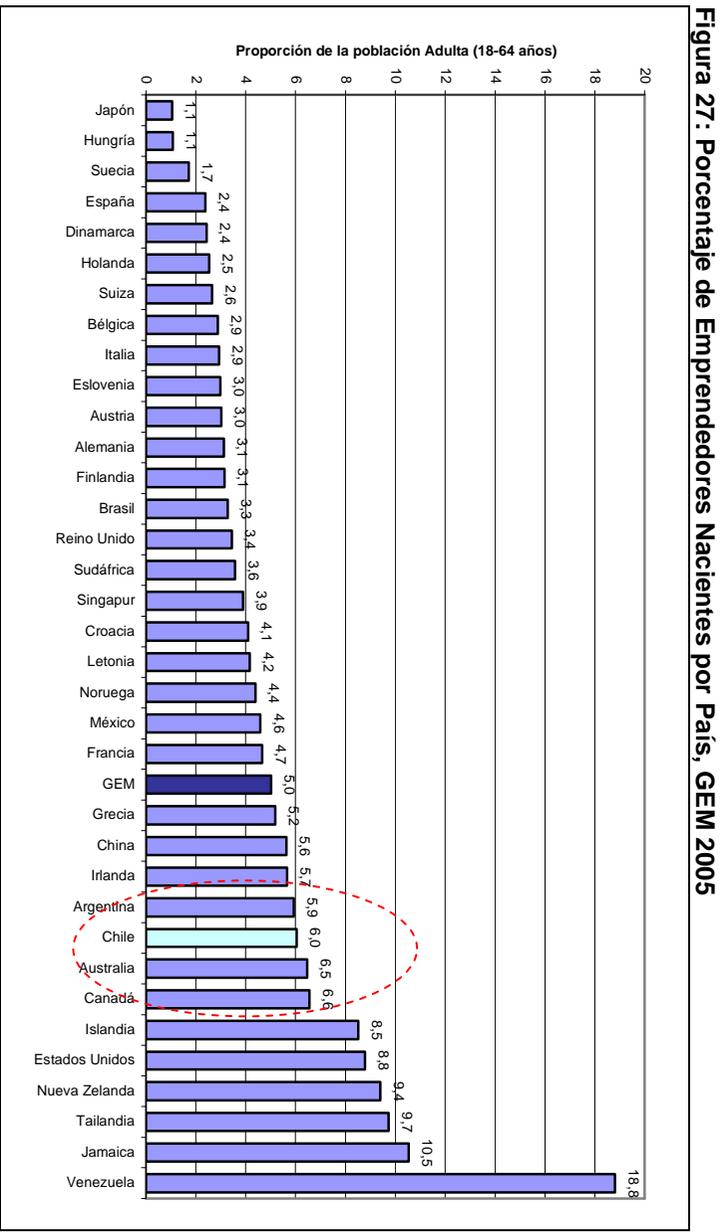
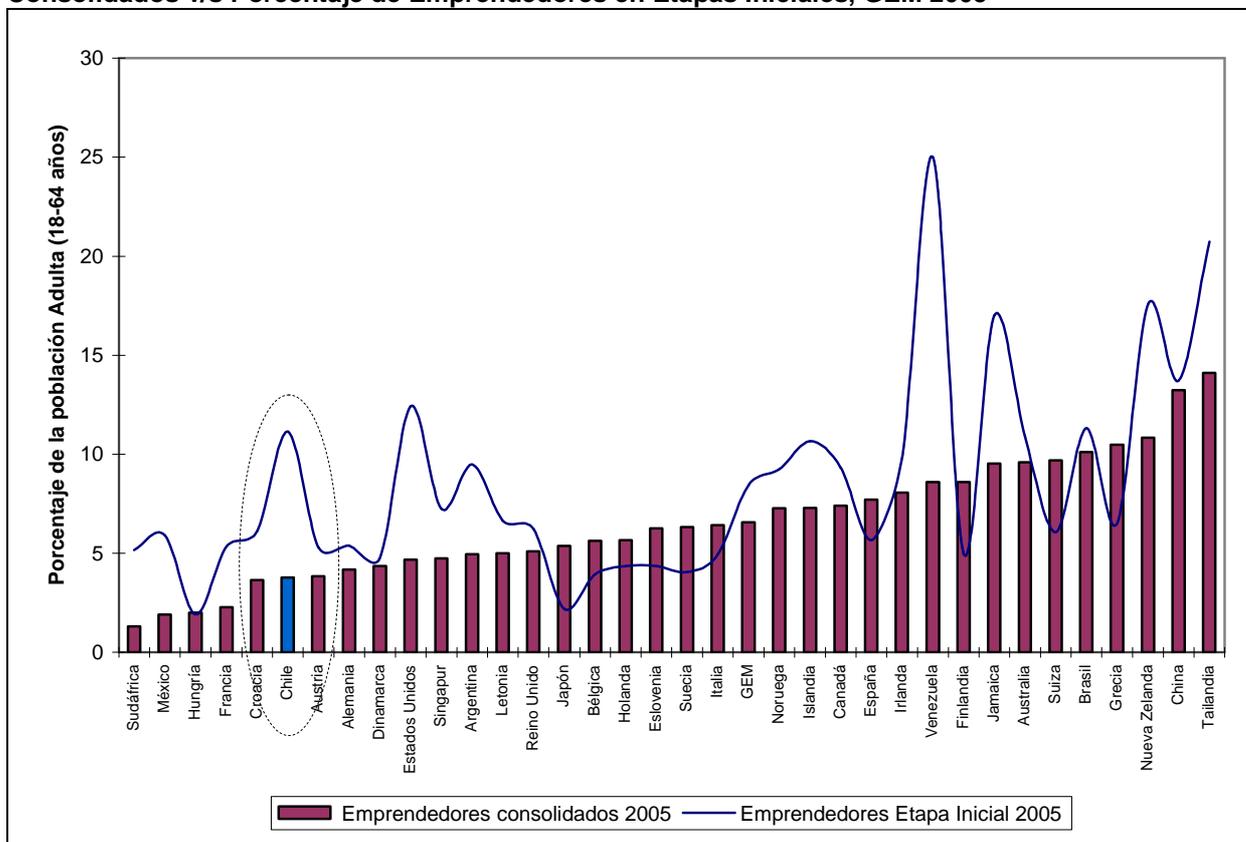


Figura 29: Desglose de la Actividad Emprendedora: Porcentaje de Emprendedores Consolidados v/s Porcentaje de Emprendedores en Etapas Iniciales, GEM 2005



Fuente: GEM 2005

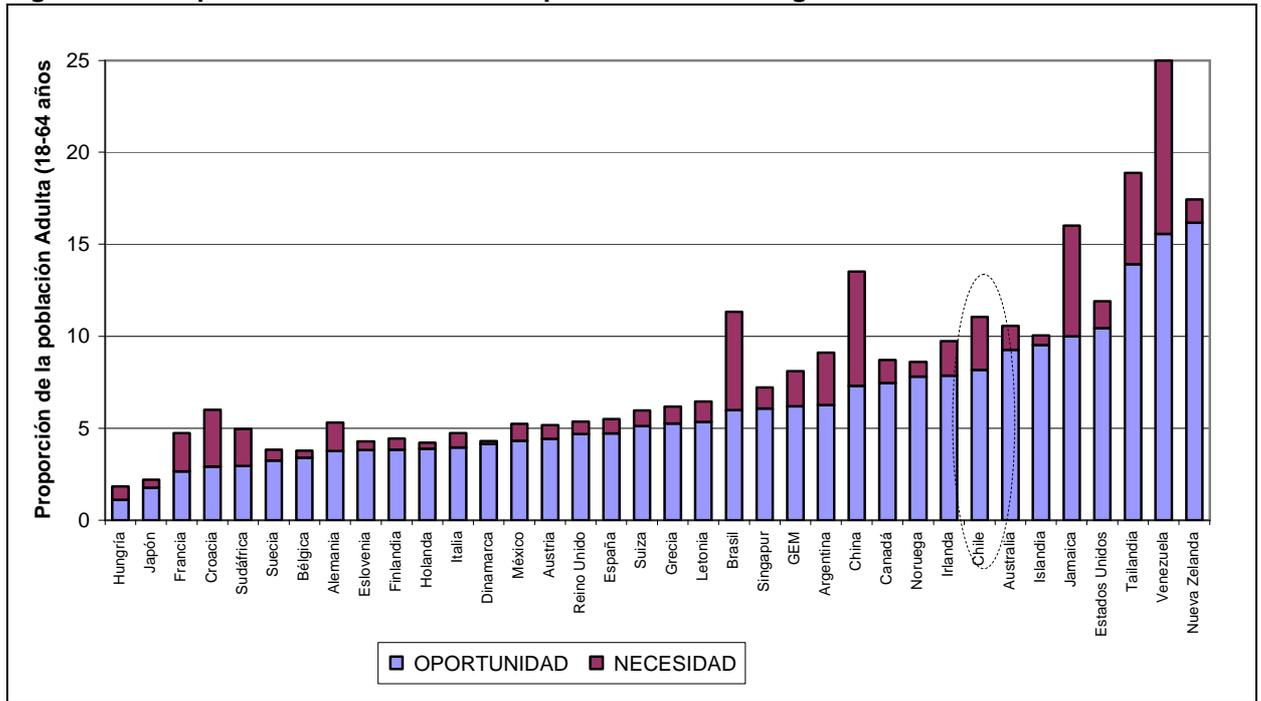
8.2 Motivaciones de la actividad Emprendedora: Oportunidad v/s Necesidad.

A partir del año 2001, el proyecto GEM ha venido profundizando en el estudio de las causas o motivaciones que llevan a los emprendedores a iniciar la actividad empresarial. Ese mismo año el GEM puso de manifiesto que en regiones o países en vías de desarrollo, el porcentaje de emprendedores que inician sus actividades por necesidad como explicación a la falta de oportunidades laborales, es significativamente superior a la de los países desarrollados donde la motivación principal a emprender viene dada por la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

Este año en el entorno GEM, el estudio muestra que la proporción de población adulta involucrada en actividad emprendedora que manifiesta una motivación por oportunidad supera en 3,2 veces a los que manifiestan que emprenden por necesidad (ver **Figura 30**). De igual forma solo en Croacia, la cifra de emprendedores por necesidad supera a los de oportunidad, siendo los otros países en donde el porcentaje de emprendedores por necesidad es mayor Brasil, China, Francia y Sudáfrica; y los de mayores porcentajes en oportunidad Noruega, Holanda, Nueva Zelanda, Islandia y el mayor Dinamarca. Evidentemente países con un grado importante de desarrollo.

En Chile los emprendedores por oportunidad se mantienen prácticamente iguales respecto al reporte anterior (2003) en un 8,2% (8,5% en 2002). Ahora bien, ha habido una disminución importante en cuanto a emprendimiento por necesidad pasando de 6,7% en el periodo 2003 a un 2,9%, lo que nos puede dar indicios de una consolidación de una actividad emprendedora más formal y que busca desarrollar negocios en mercados donde se están detectando necesidades reales o potenciales del mercado.

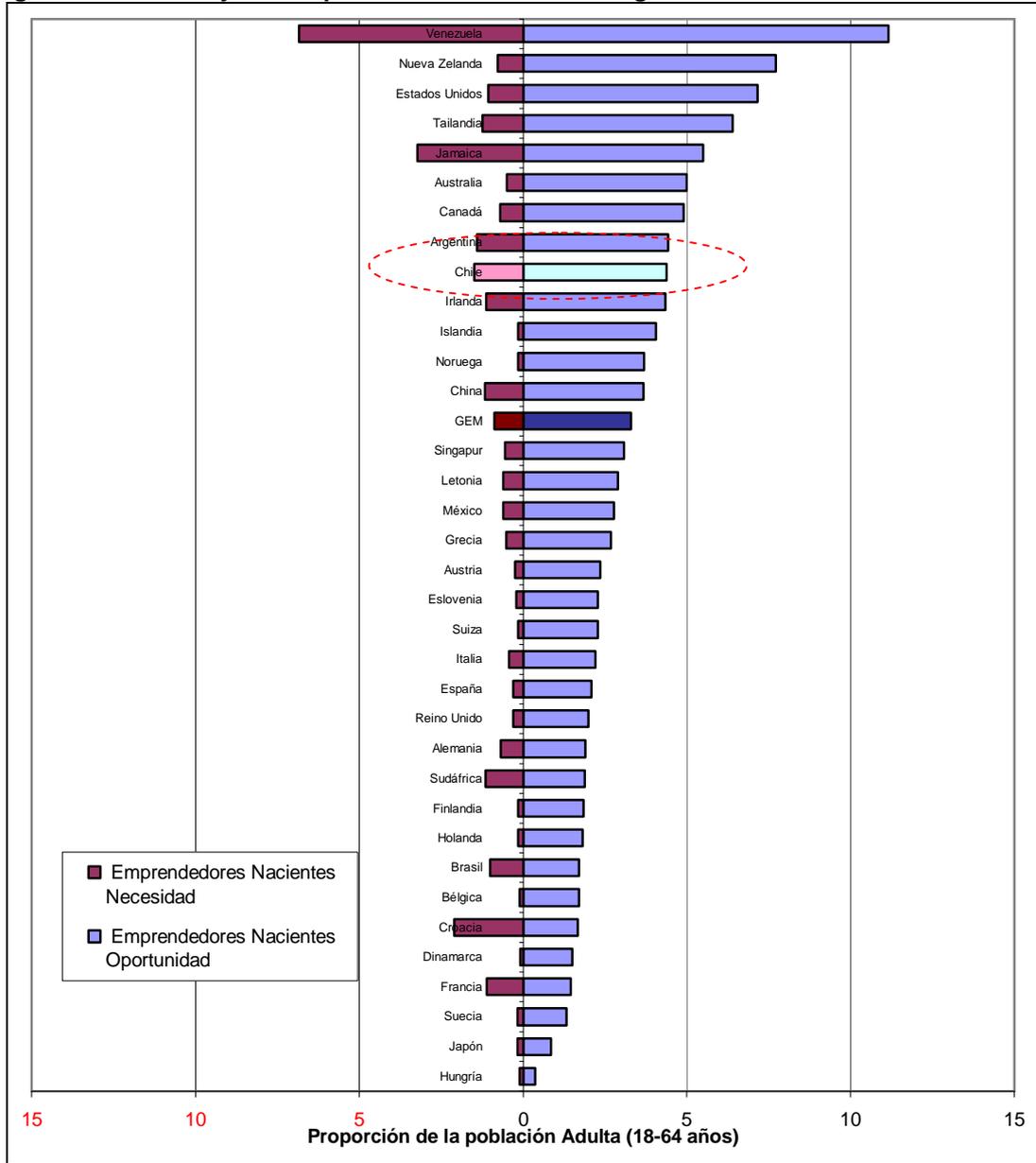
Figura 30: Composición de la Actividad Emprendedora 2005 Según Motivación



Fuente: GEM 2005

Derivado de lo anterior un aspecto importante, sobretodo cuando se habla de la motivación para emprender, consiste en analizar cuál aspecto motivacional de los emprendedores nacientes, es el que está prevaleciendo. En el entorno GEM, todos los países participantes de este año, a excepción de nuevo de Croacia, presentan una mayor proporción de emprendedores nacientes cuyo principal factor motivacional es la búsqueda de oportunidades, frente al emprendimiento por necesidad, siendo el promedio 3,3 por oportunidad frente a 0,9 por necesidad. En Chile, la proporción está por arriba de la media del GEM como se puede observar en la **Figura 31**, siendo estos valores 4,4 para motivación por oportunidad frente a 1,5 por necesidad. Recordemos que estos valores son como proporción de la población adulta.

Figura 31: Porcentaje de Emprendedores Nacientes Según Motivación



De este análisis podemos concluir que en los países con economías más desarrolladas, la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, prevalece sobre la motivación por necesidad a la hora de emprender una nueva iniciativa empresarial. En relación a este punto, un factor clave resulta si efectivamente la población detecta que existen buenas oportunidades y cómo esto se puede traducir en un potencial emprendimiento. La encuesta del GEM pregunta todos los años acerca de la percepción de buenas oportunidades de negocio para los próximos 6 meses siguientes a la encuesta. Si analizamos la relación entre la percepción de oportunidades de un periodo anterior y la creación de nuevas empresas por oportunidad del periodo actual bajo el supuesto de que “a mayor percepción de oportunidades por parte de la población activa de los

países, mayor será el porcentaje de empresas creadas por oportunidad” se podría estimar si realmente se están constituyendo nuevos emprendimientos a partir de las oportunidades percibidas. Un análisis de relación lineal entre estas dos variables, confirmó que la correlación entre ambas es significativa⁸. La del año 2003 donde participó Chile también resultó serlo⁹, lo que se puede traducir en que cerca de un 49% de las personas en el entorno GEM que manifestaron percibir oportunidades, potencialmente podrán iniciar un nuevo negocio. En el año 2003 para Chile los resultados de la encuesta a población adulta mostraban que el 34,5% de la muestra manifestó percibir buenas oportunidades de negocio. En el año 2005 la percepción de buenas oportunidades subió a 48%. Esto, en cierto sentido, corrobora el hecho de la disminución entre el periodo 2003-2005 del indicador de personas involucradas en actividad emprendedora por necesidad, tal como se comentó anteriormente. Una de las formas de interpretar esto, es que en años anteriores no se percibían tantas oportunidades como ahora, situación que efectivamente puede estarse dando por la consolidación del crecimiento y la mayor apertura económica, las que no se habían visto reflejadas en la actividad emprendedora. A futuro, probablemente la proporción de la población que hoy percibe buenas oportunidades, pueda materializarlas en nuevos negocios, lo cual podría suponer que existan más personas involucradas en actividad emprendedora por oportunidad y que el indicador de motivación por necesidad siga disminuyendo o bien se estabilice.

Evidentemente este análisis se podrá corroborar con subsecuentes mediciones cuyos valores también dependerán de que se cumplan las condiciones de fomento a la actividad emprendedora desde diferentes ámbitos como el educativo, las administraciones públicas y las asociaciones empresariales.

8.3 Demografía y Perfil de la Actividad Emprendedora

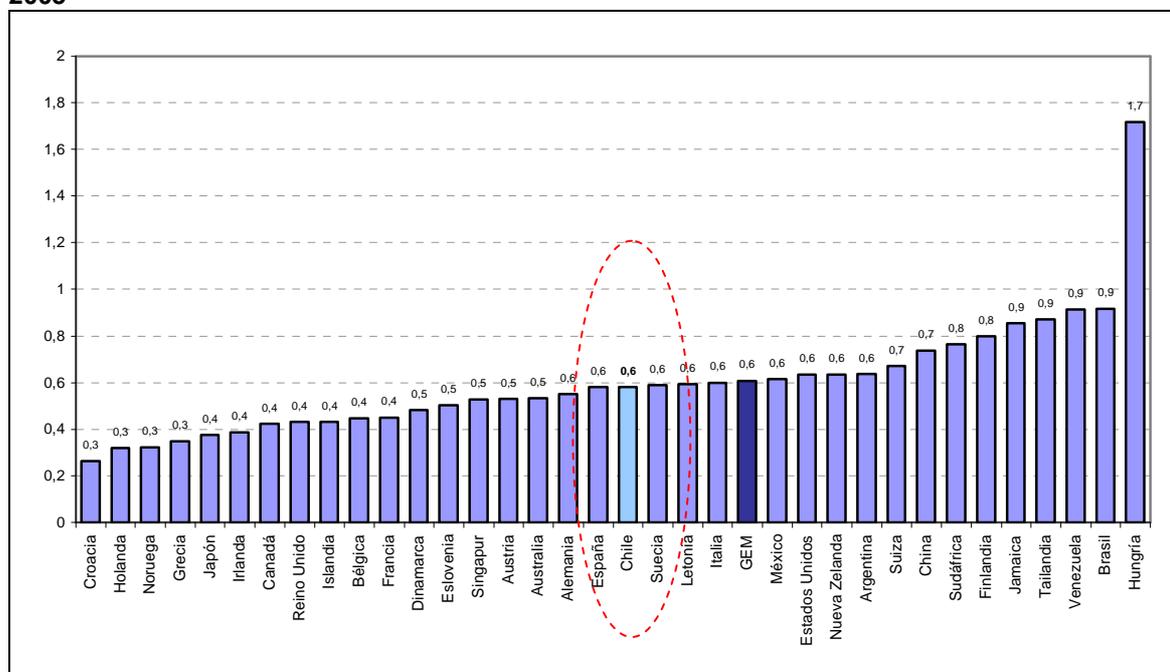
Desde sus inicios el proyecto GEM ha puesto énfasis en indicadores sobre el género, la edad de las personas y el sector en el que participan las personas involucradas en la actividad emprendedora.

Una perspectiva general en el entorno GEM se muestra en la **Figura 32**, en donde se puede observar la cantidad de mujeres por cada hombre involucrado en el total de actividad emprendedora. Como se puede observar, a excepción de Hungría, en los países del entorno GEM predomina la proporción de hombres frente a las mujeres. El ratio de género del GEM este año es de 0,61 (5% de error muestral) cifra mayor a las del año pasado (0,55), lo cual indica que las mujeres han ganado participación en el actividad emprendedora, aunque de forma discreta. Chile se sitúa ligeramente por debajo del promedio GEM con un ratio de 0,58 sin embargo existe un aumento respecto al periodo 2003 en donde el ratio era de 0,40, lo cual implica que las mujeres chilenas están incrementando su participación en la actividad emprendedora total del país.

⁸ Correlación= 0,7 p=0,000

⁹ Correlación= 0,68 , p=0,000)

Figura 32: Número de Mujeres por Hombre para la Actividad Emprendedora Total, GEM 2005



Fuente: GEM 2005

Por otra parte, los datos desagregados de la actividad emprendedora por tipo de emprendedor (naciente o nuevo) muestran que prevalece el sexo masculino en ambos tipos de emprendedores. Este año en el entorno GEM la proporción de población adulta considerada emprendedora naciente fue de 6,3 hombres, frente a 3,7 mujeres (ratio 0,58) y Chile se sitúa con valores de 7,3 en hombres frente a 4,8. Un ratio de 0.65 por arriba de la media del entorno GEM (ver **Figura 33**). Para los nuevos empresarios, en el entorno GEM los valores son de 4,7 hombres, frente a 3,0 mujeres (ratio de 0,63), siendo en Chile una proporción menor, donde prácticamente los hombres involucrados en actividad emprendedora nueva, duplica a las mujeres con 7,2 frente a 3,5 (ver **Figura 34**) y se sitúa por debajo de la media GEM. Los análisis a futuro nos van a permitir tener un mejor indicador de la dinámica de género en el país y del entorno GEM en donde las mujeres han ido ganado terreno en cuanto a su participación en la actividad emprendedora. Dada la relevancia del tema, este fenómeno será importante de estudiar no sólo dentro del entorno GEM¹⁰, sino también en organizaciones nacionales e internacionales¹¹.

¹⁰ Un excelente ejemplo es el reporte "GEM 2004 REPORT on WOMEN and ENTREPRENEURSHIP" realizado por Maria Minniti, Pia Arenius y Nan Langowitz que puede ser descargado en <http://www.gemconsortium.org/>. Este año se espera también la publicación de dicho reporte correspondiente al año 2005.

¹¹ En Chile existen algunas organizaciones que apoyan y dan soporte al emprendimiento femenino como Mujeres Empresarias (<http://www.mujereseempresarias.cl/>). Organismos internacionales, como el Banco Mundial o la OECD, también han realizado estudios de género importantes.

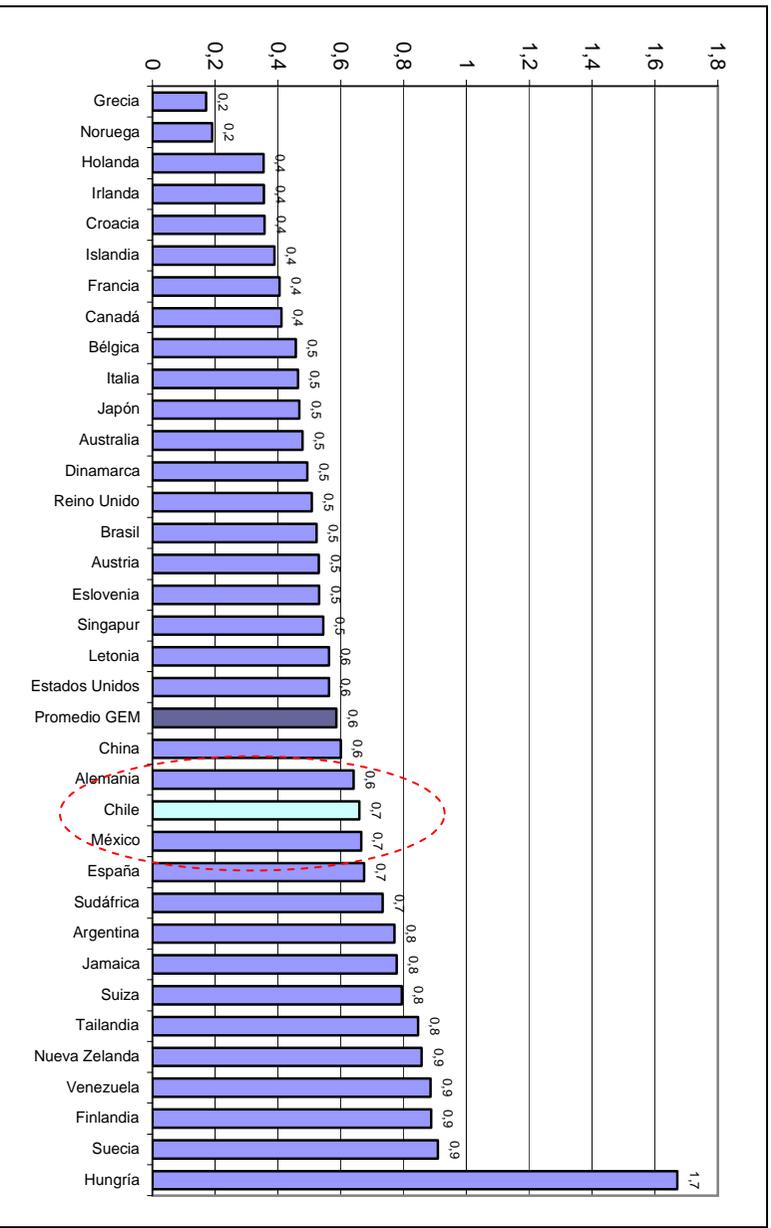


Figura 33: Número de Mujeres por Hombre para la Actividad Emprendedora Naciente, GEM 2005

Fuente: GEM 2005

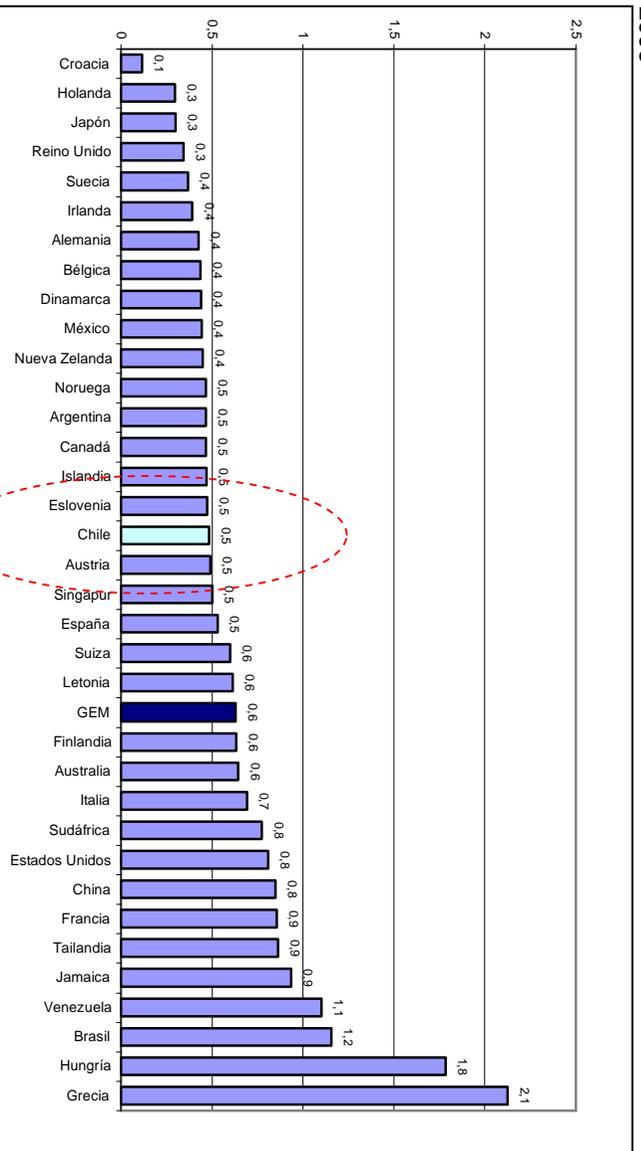
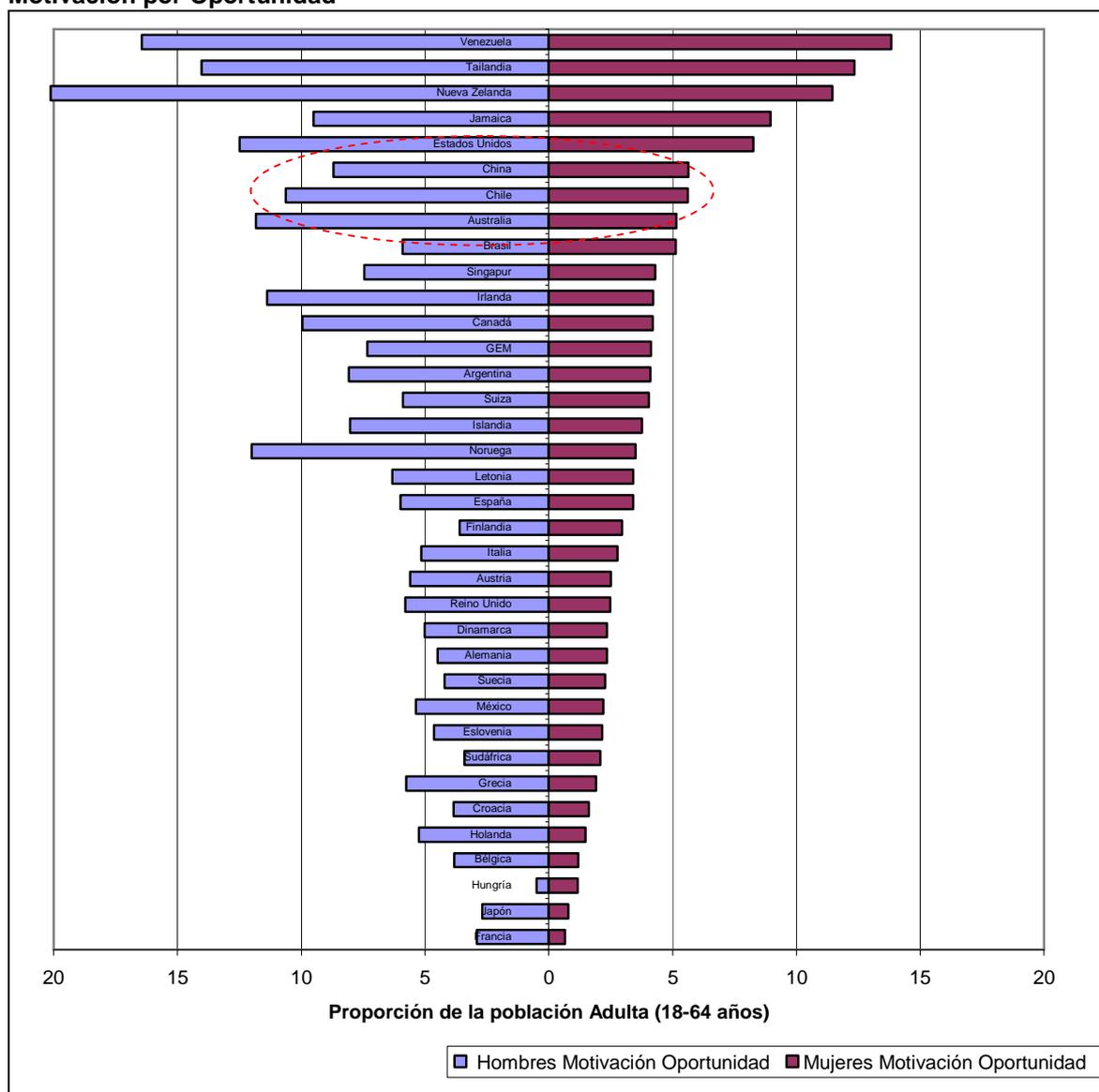


Figura 34: Número de Mujeres por Hombre para la Actividad Emprendedora Nueva, GEM 2005

Fuente: GEM 2005

Respecto a la motivación principal para emprender, en Chile prevalece un mayor porcentaje de hombres (10,6) frente a las mujeres (5,6) cuya motivación es la oportunidad. Este porcentaje se sitúa arriba de la media del GEM. Como se puede observar en la **Figura 35**, a excepción de Hungría, en el resto de los países participantes la proporción de hombres es mayor frente a la de mujeres cuya motivación principal es la oportunidad.

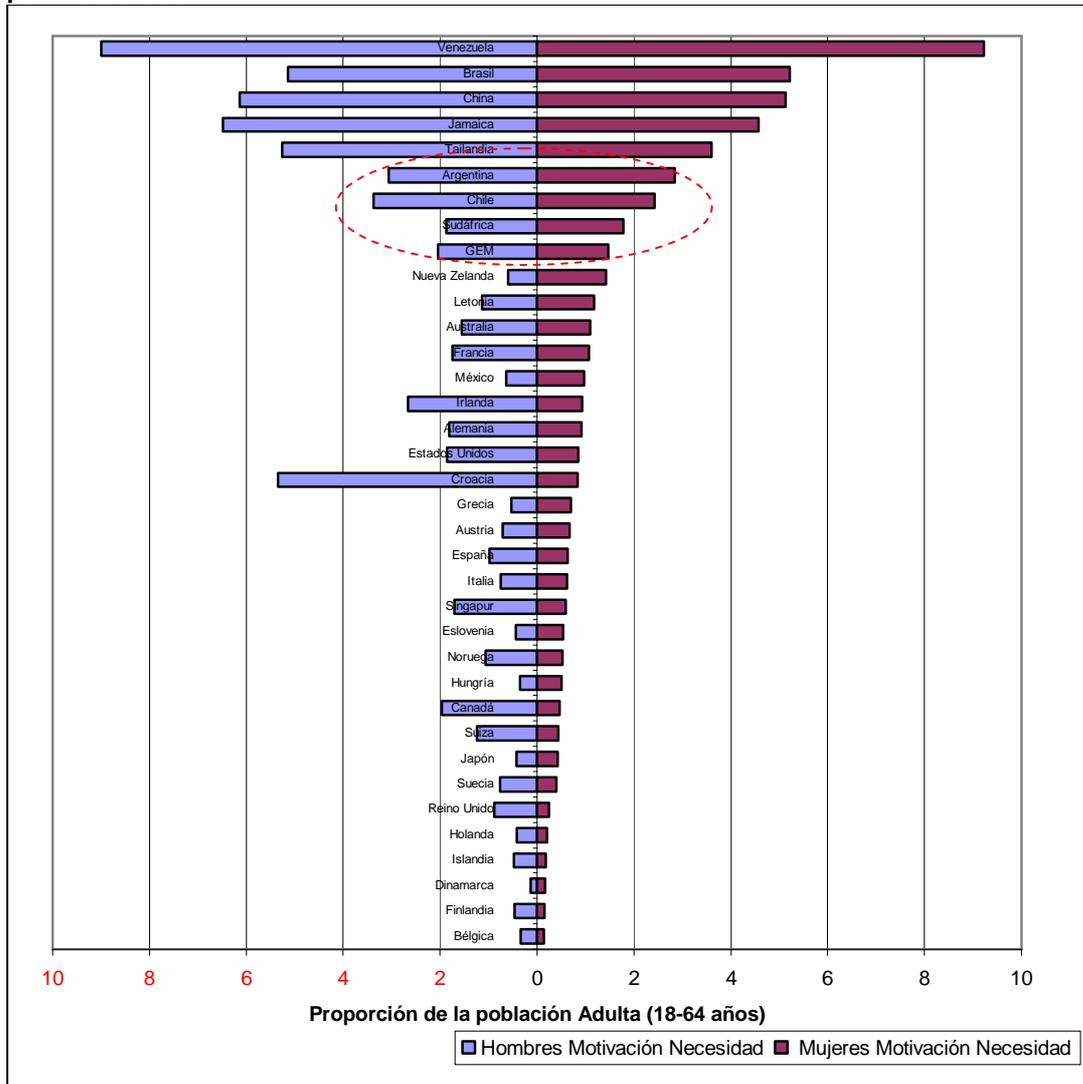
Figura 35: Composición de la Actividad Emprendedora 2005 Mujer/Hombre según Motivación por Oportunidad



Fuente: GEM 2005

Respecto a la motivación por necesidad, si bien también existe un mayor porcentaje de hombres frente a las mujeres, en el entorno GEM estas cifras son más equitativas como se puede observar en la **Figura 36**. Este año Chile presenta cifras de 3,4% para hombres frente a 2,4% en mujeres.

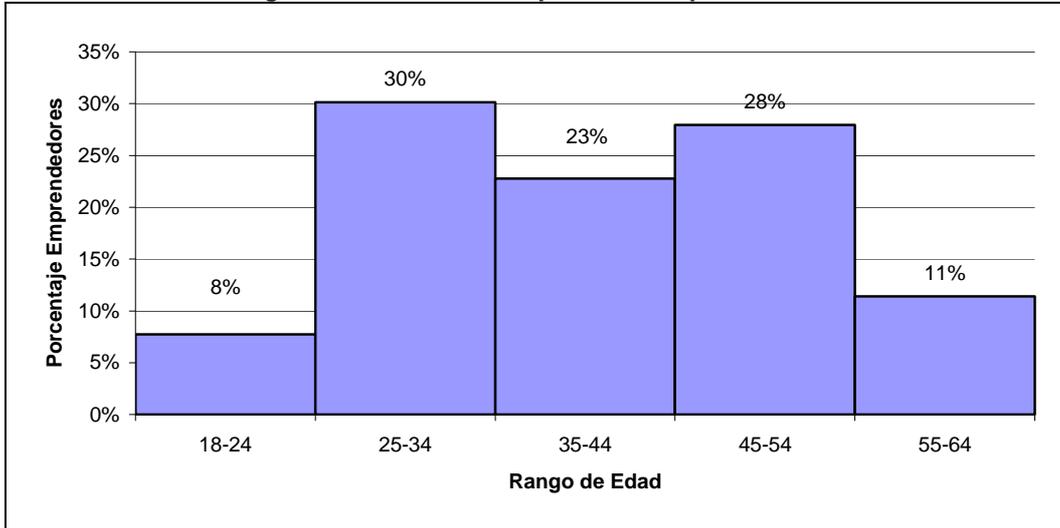
Figura 36: Composición de la Actividad Emprendedora Mujer/Hombre según Motivación por Necesidad



Fuente: GEM 2005

Respecto a la edad, la **Figura 37** muestra los rangos de edad de las personas involucradas en actividad emprendedora como porcentaje de la población adulta. Esta tendencia sigue siendo similar a los resultados del año 2003, en donde la estructura de edad de las personas involucradas en actividades emprendedoras estaba mayoritariamente en el rango de 25 a 34 años.

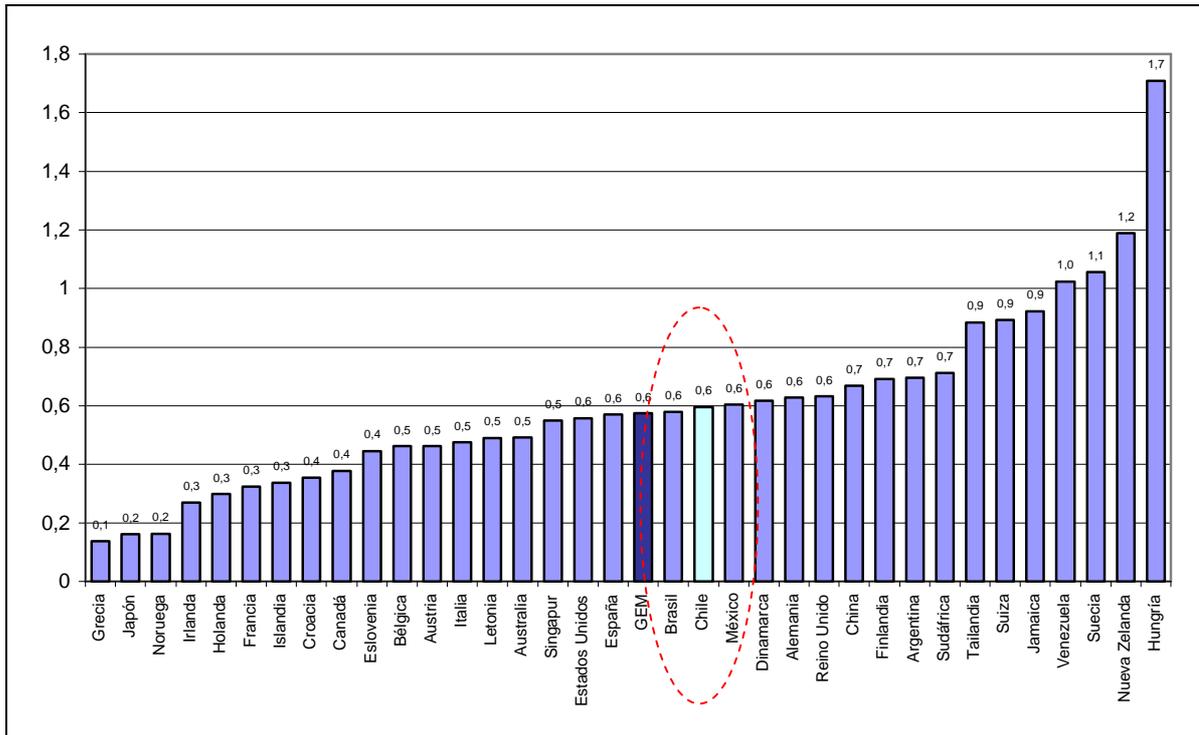
Figura 37: Actividad Emprendedora por Edades



Fuente: APS Chile 2005

Combinando los elementos de género y edad, se ha analizado el ratio comparativo de mujeres contra hombres que están involucrados en alguna actividad emprendedora relacionada con una empresa naciente, y que están en el rango de edad de 25 a 44 años, que concentra un poco más del 50% de la actividad emprendedora (ver **Figura 38**). De nuevo observamos que prevalece la diferencia de género, siendo los hombres en este rango de edad quienes están más involucrados en la reciente creación de empresas. Esta tendencia sigue presente en relación al estudio del año 2003, así como en relación a la media de los países del entorno GEM de este año.

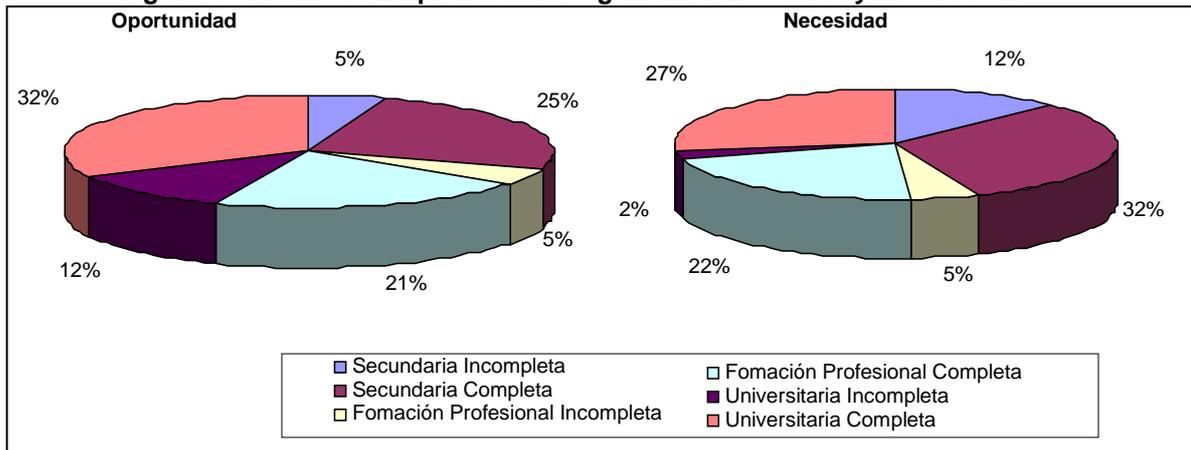
Figura 38: Número de Mujeres por Hombre para la Actividad Emprendedora Naciente en el Rango de Edad 25-44 Años, GEM 2005



Fuente: GEM 2005

Respecto al nivel educacional formal de las personas involucradas en actividades emprendedoras, se observa que aquellas cuya motivación principal es la búsqueda de oportunidades de nuevos negocios, tienen levemente un mayor nivel educativo, frente a aquellas cuya motivación principal es la necesidad (ver **Figura 39**).

Figura 39: Actividad Emprendedora según Nivel Educativo y Motivación.

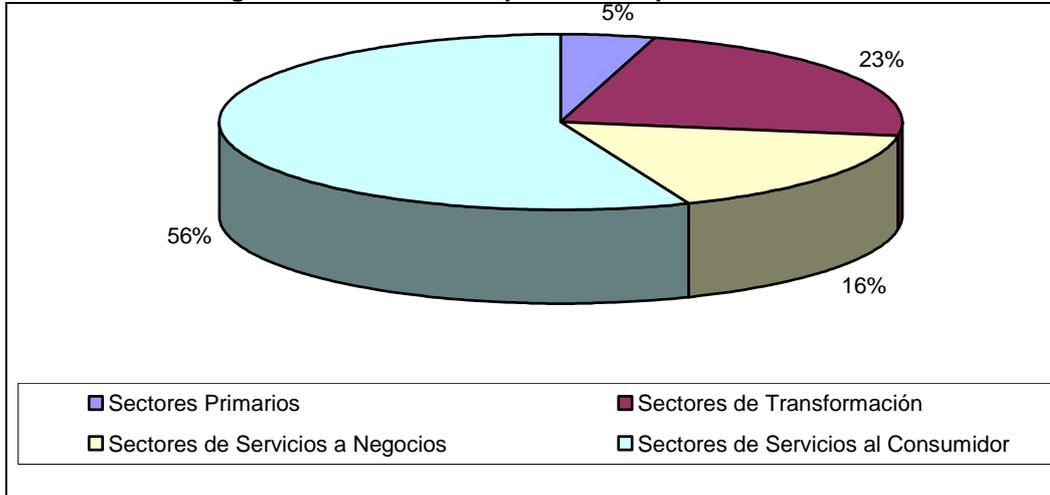


Fuente: APS Chile 2005

La distribución sectorial de la actividad emprendedora en Chile, como se puede ver en la **Figura 40**, presenta, en general, una pauta estable respecto al año 2003. Los sectores orientados al consumidor final (Ventas al detalle, restaurantes, servicios personales, hostelería, etc.) siguen siendo aquellos con mayor proporción, seguidos de los sectores de transformación (manufacturas industriales, transportes, construcción, comunicaciones). Los sectores de servicios a empresas (servicios financieros, seguros, inmobiliarios, otros servicios a empresas)

están en tercer lugar y finalmente con el menor porcentaje las actividades primarias (agricultura, ganadería, pesca, minería).

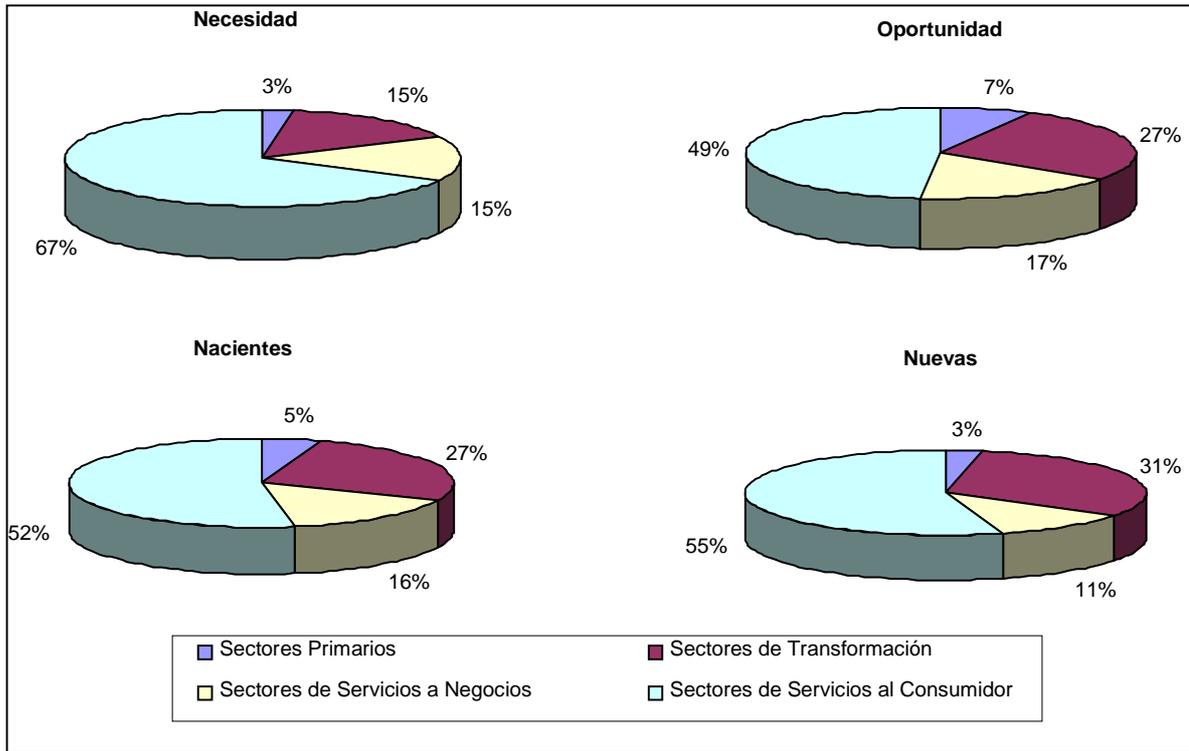
Figura 40: Actividad Emprendedora por Sector Económico



Fuente: APS Chile 2005

Desagregando los sectores tanto en la motivación, como en las categorías de nacientes o nuevas, se observa que esta misma relación prevalece, siendo los sectores de servicios al consumidor los que mayores porcentajes tienen (ver **Figura 41**). Cabe destacar, que en este sector el mayor porcentaje se observa para la motivación por necesidad, siendo esta la pauta general este año tanto en los países del entorno GEM con ingreso medio, así como en los análisis de años anteriores. Esto se explica por la relativa facilidad y bajo requerimiento de capital que tienen muchos de estos emprendimientos orientados a los consumidores finales (por ejemplo pequeños comercios o autoempleo en ventas), por lo que al ser la necesidad el principal motivador se recurre a este tipo de actividades.

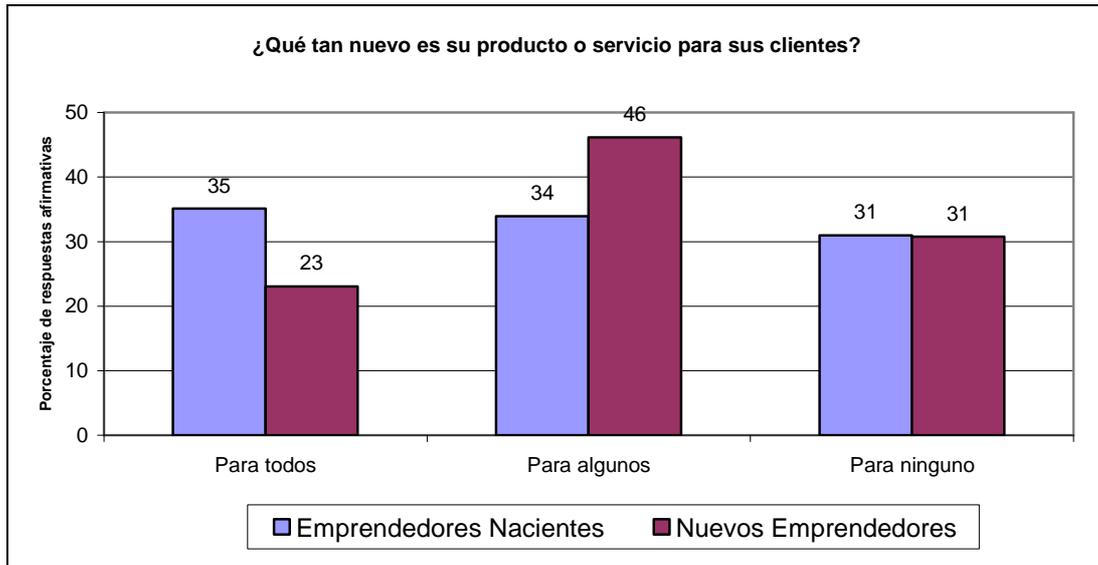
Figura 41: Actividad Emprendedora por Sector Económico, Motivación y Tipo de Empresa.



Fuente: APS Chile 2005

Un aspecto importante de la actividad emprendedora tiene que ver con la capacidad de innovación, la competitividad y sustentabilidad de la misma. Para esto el GEM mide tres parámetros que permiten tener una visión acerca de cuál es el comportamiento competitivo de la actividad emprendedora en sus etapas iniciales. El primero está relacionado con qué tan nuevo es en el mercado el producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor. Como se puede observar en la **Figura 42**, son los emprendedores nacientes quienes tienen una mayor proporción de productos o servicios nuevos en el mercado, lo cual está reflejando cierto grado de innovación que puede estar relacionado con la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado. En resumen, podemos decir que sólo el 30% de la actividad emprendedora está ofreciendo productos o servicios totalmente innovadores. Es decir, que son totalmente nuevos en el mercado, aspecto que también es constante en el entorno GEM.

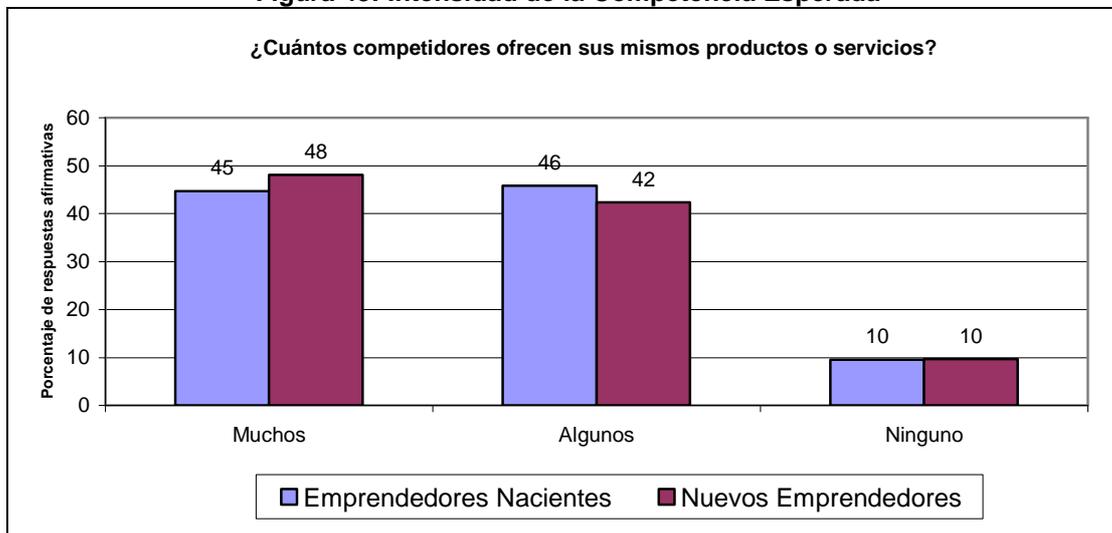
Figura 42: Nuevos Productos o Servicios en el Mercado



Fuente: APS Chile 2005

El segundo factor está relacionado con la percepción acerca de la competencia para los productos o servicios que ofrecen los competidores. La **Figura 43** muestra que apenas un 10% de los emprendedores no perciben competencia directa, situando a la actividad emprendedora con relativa poca capacidad para detectar nuevos nichos de mercado. Prácticamente no hay diferencias en este aspecto entre emprendedores nacientes y nuevos.

Figura 43: Intensidad de la Competencia Esperada

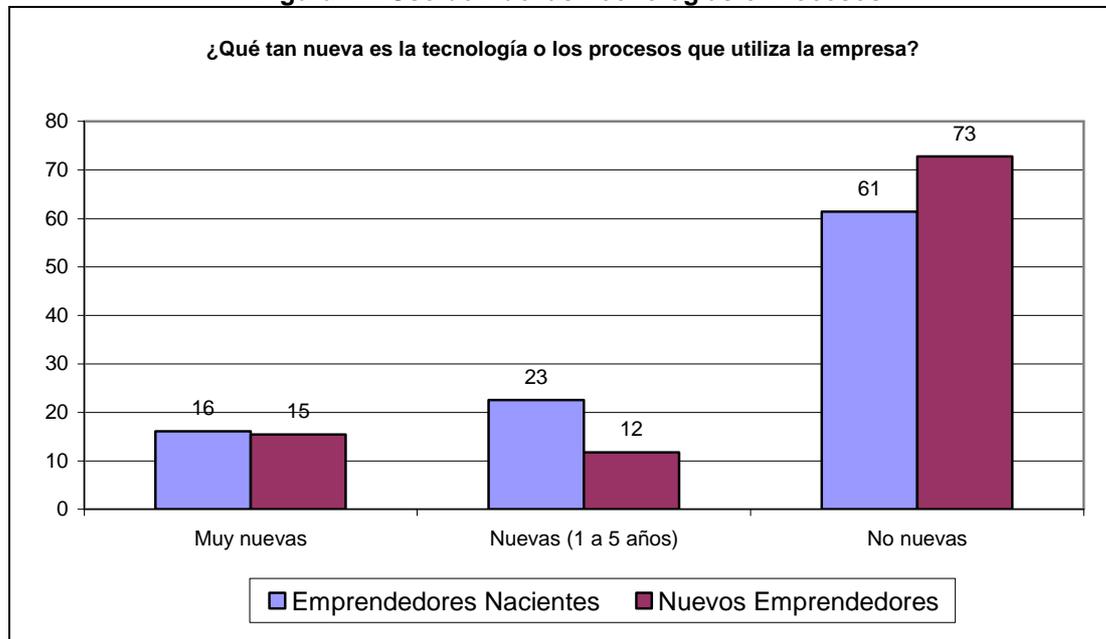


Fuente: APS Chile 2005

Finalmente, el tercer indicador está relacionado con la capacidad de aprovechar las nuevas tecnologías de producción o de procesos. Generalmente, podemos asociar el uso de nuevas tecnologías a una mejor utilización de los recursos, mayor productividad, mejor calidad, etc. La **Figura 44** muestra como los emprendedores nacientes volvieron a utilizar tecnologías nuevas.

Sin embargo, el uso de estas últimas es prácticamente igual y relativamente bajo en ambos grupos.

Figura 44: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos



Fuente: APS Chile 2005

La reflexión acerca de estos factores, nos permite inferir que la percepción que tienen las personas, respecto de la competitividad de la actividad emprendedora es baja. Si bien, las personas consultadas manifestaron que esperan tener un buen crecimiento de su empresa y aumentar la participación de mercado en el corto y mediano plazo, también reconocieron que estos factores competitivos pueden llegar a ser determinantes en la supervivencia de las empresas. Tal como lo analizamos anteriormente en la **Figura 29**, la relación entre la actividad emprendedora en fases consolidada e inicial es muy baja para Chile. Esto plantea una gran oportunidad para la actividad emprendedora, donde la búsqueda de oportunidades reales de mercado y el uso de tecnología y modelos de negocios innovadores pueden convertirse en fuente de ventajas competitivas que den mayor permanencia y desarrollo a la actividad emprendedora, aspecto fundamental para hablar de una consolidación real de esta actividad en el país.

9. REFLEXIONES: ¿Hacia dónde va el emprendimiento en Chile?

El emprendimiento es una actividad importante para la competitividad y el crecimiento de los países y una gran fuente de movilidad social. El emprendedor identifica oportunidades para crear valor. Cuando estas oportunidades se combinan con habilidades y motivaciones, el resultado es la creación de nuevas firmas que desplazan a las menos eficientes. Además, en un ambiente competitivo, las innovaciones introducidas por los emprendedores son imitadas por el resto de la industria, generando un impacto mucho mayor al creado en la firma emprendedora. Este proceso de "destrucción creativa" es central en la creación de bienestar económico para la sociedad y sin embargo, aún es poco entendido. Adicionalmente, un buen sistema de apoyo al emprendimiento crea oportunidades para todos, no sólo para los que tienen acceso a redes de contactos y por ello es un mecanismo importante para contribuir a una mejor distribución de oportunidades y de riqueza en la sociedad. Estudios como el GEM tratan de proporcionar luces sobre cómo opera la actividad emprendedora y qué tipo de acciones pueden apoyar su desarrollo.

El GEM es uno de los pocos esfuerzos para medir, describir y conceptualizar la actividad emprendedora a nivel internacional. Si bien, el estudio tiene limitaciones, sin duda nos proporciona una sólida base de datos para comparar y analizar diversos aspectos de la actividad emprendedora tanto en Chile, como en los otros países que participan de este proyecto. Aún cuando hace falta más información para realizar proposiciones concluyentes, a partir de estas comparaciones ya podemos reflexionar y emitir juicios tentativos acerca del estado actual y futuro de la actividad emprendedora en nuestro país.

Un primer punto a analizar es ¿por qué se emprende en Chile?. Este informe muestra que la actividad emprendedora por necesidad ha descendido sustantivamente en los dos últimos años, mientras que los emprendimientos por oportunidad se han mostrado estables. Estas variaciones se representan en la **Figura 45**. Como podemos observar, este cambio sigue la tendencia esperada según la experiencia internacional. Tal como muestra esta figura, para países de bajos ingresos, a medida que aumenta el PIB per capita disminuye la actividad emprendedora. La experiencia de Chile sugiere que esto se puede deber a que países de bajos ingresos tienen a una gran parte de su población emprendiendo como forma de auto sostenerse. A medida que el país se desarrolla, las medianas y grandes empresas de sectores tradicionales se consolidan y logran generar empleos que atraen a emprendedores por necesidad. Esta parece ser la experiencia en Chile durante 2002-2005 donde el crecimiento económico ha traído disminución tanto del desempleo como del emprendimiento por necesidad.

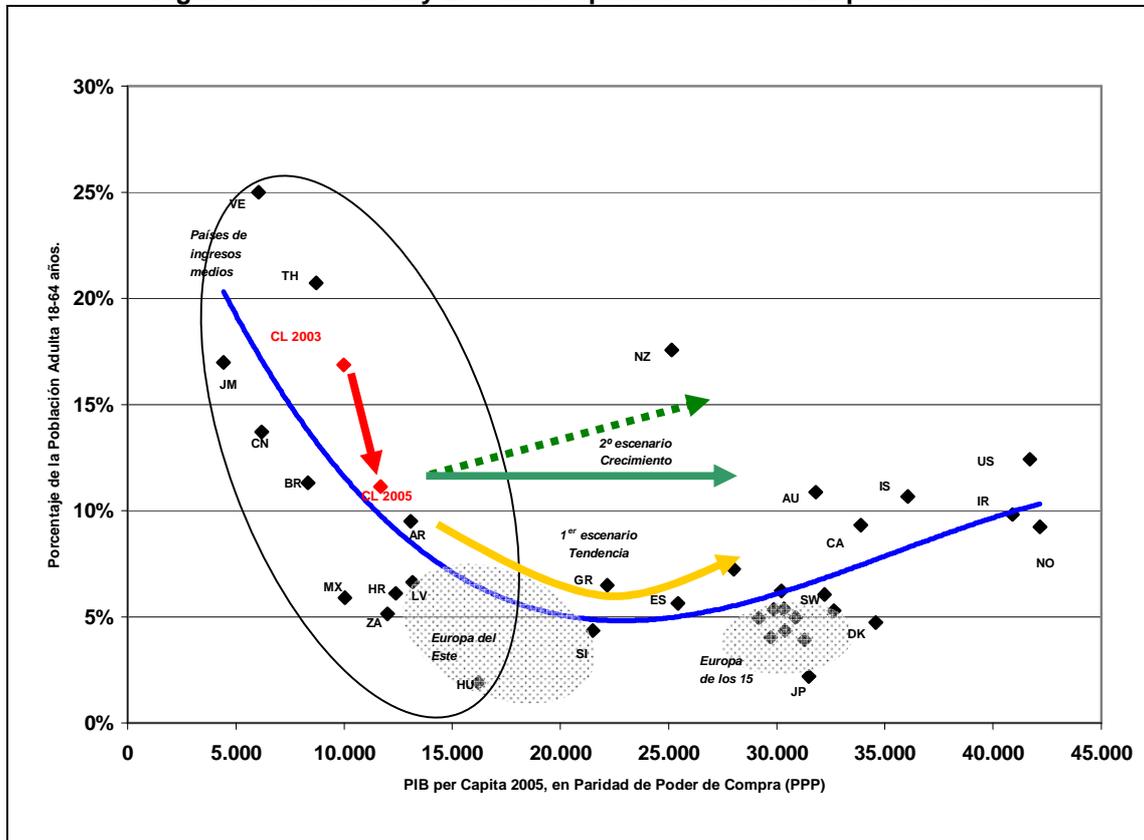
Esta tendencia de crecimiento a través de industrias tradicionales continúa hasta que en algún momento el país comienza a generar una base de conocimientos que le permite entrar a sectores o productos más innovadores. A partir de esta etapa, el emprendimiento por oportunidad comienza a crecer y puede convertirse en el motor del desarrollo del país a través de la creación de nuevas industrias más intensivas en conocimiento. Esta parece ser la experiencia de los países desarrollados que se ubican en el lado derecho de la **Figura 45**.

A partir de este análisis, podemos proponer que Chile enfrenta dos grandes posibilidades. La primera es seguir creciendo a través de las industrias tradicionales sin hacer mayor énfasis en el emprendimiento innovador. Ello llevaría a Chile a través de la línea de tendencia, reduciendo el emprendimiento por necesidad, pero sin aumentar mayormente el emprendimiento por oportunidad. Probablemente Chile podría seguir creciendo a tasas inclusive algo mayores que el promedio latinoamericano, pero sin destacarse mayormente a nivel internacional.

Una segunda alternativa es promover el emprendimiento innovador, y tratar de generar nuevas grandes oportunidades para Chile. Esto nos llevaría en una dirección similar a la de Australia, Canadá o Islandia, o bien la trayectoria de Nueva Zelanda que se sitúa muy por arriba de las líneas de tendencia. Estas estrategias pueden acelerar más la tasa de crecimiento de Chile y acercarse más rápidamente al nivel de los países desarrollados. Para seguir estas trayectorias sería necesario tomarse el emprendimiento y la innovación en serio y asignarles la prioridad que

les corresponde como generadora de futuras industrias para el país. En particular hay que mejorar la generación de proyectos a través de mayor cantidad y calidad de investigación y desarrollo y apoyar la formación de mejores emprendedores en todos los niveles educativos.

Figura 45: Tendencia y Escenarios para la Actividad Emprendedora



Fuente: GEM 2003, 2005

Aquí cabe recordar que los encuestados y entrevistados por este estudio coinciden sobre la gran cantidad de oportunidades disponibles en Chile para nuevas empresas, al menos en nuestras áreas tradicionales, pero indican que éstas no son tomadas por carencia de habilidades y conocimientos para gestionar nuevas empresas y que esto está relacionado con la educación en todos los niveles. Si bien, el GEM identifica el fenómeno descrito, se requiere un análisis más profundo, y a través del tiempo, que proporciones mayores luces sobre el proceso. Como una primera aproximación, sería lógico hacer un esfuerzo particularmente intenso en las universidades e incubadoras debido al efecto de más corto plazo que se puede obtener por estos medios. En el mediano plazo, el esfuerzo debe abarcar todos los niveles educativos. Este es un desafío importante para el próximo gobierno que se inicia este año.

En paralelo a la generación de nuevas ideas innovadoras y a la formación de emprendedores, debemos preocuparnos de canalizar recursos financieros para la transformación de estos proyectos en empresas exitosas. Crespi (2003) muestra que en Chile las empresas que tienen mayores probabilidades de sobrevivir son aquellas que nacen más grandes, que inicialmente crecen más rápido y que se financian con una menor proporción de deuda. Esto claramente indica que tenemos que articular un mercado de capital de riesgo que pueda acompañar eficazmente a las empresas desde su concepción hasta su madurez. Ese mercado se está empezando a crear en Chile, pero hay que asignarle la debida prioridad en el diseño y ejecución

de los instrumentos para no caer en fracasos similares a los de la década de los '90 que dejaron un sabor amargo en los inversionistas y retrasaron el verdadero desarrollo de esta la industria.

Como mencionamos al inicio de esta reflexión, creemos que la actividad emprendedora es importante para el desarrollo económico del país y una de las principales fuentes de movilidad social. Algunos países han hecho una apuesta importante por el emprendimiento y creemos que Chile también tiene un gran potencial para generar competitividad y bienestar a través de la creación de nuevas empresas, por lo tanto, debería hacer una apuesta en este sentido

Con este planteamiento, podemos reconocer que el futuro del emprendimiento en Chile requerirá trabajar más intensamente a nivel público y privado en los aspectos que hoy están impidiendo un mayor desarrollo emprendedor y consolidar aquellos aspectos en donde el país ha logrado un nivel importante de desarrollo. Esperamos que este estudio colabore en generar un debate mejor informado de cómo realizar esta tarea tan importante para el futuro del país.

10. EXPERTOS ENTREVISTADOS EN GEM CHILE 2005

(en orden alfabético)

Aedo, Cristián

Ph.D. in Economics, University of Minnesota.
Gerente de Desarrollo y Estudios INACAP

Alliende, Alvaro

MBA University of California, Los Angeles.
Gerente de Private Equity & VC Moneda Assets Management

Álvarez, Carlos

Master en Economía Universidad de Chile.
Master en Administración Pública. Harvard University
Subsecretario Ministerio de Economía

Arrau, Patricio

Ph.D. In Economics, University of Pennsylvania.
Gerente General de Gerens Capital y administrador del Fondo de Capital de Riesgo Precursor

Barclay, Katherine

B.S. in Foreign Service, Georgetown University.
Empresaria y Directora de Empresas

Benavente, José Miguel

Ph.D. en Economía, Universidad de Oxford
Profesor Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile

Bitrán, Eduardo

Ph.D. in Economics, Boston University
Director General, Fundación Chile

Bruner, José Joaquín

Sociólogo, Postgraduado en Educational Psychology, Oxford University
Profesor-investigador de la Escuela de Gobierno de la Universidad Adolfo Ibáñez
Director del Programa de Educación de la Fundación Chile.

Büchi, Antonio

Master of Arts in Economics. Universidad de Chicago
Gerente General de Negocios de Red Fija ENTEL S.A.

Casanueva, Manuel

Ingeniero Civil, U. de Chile.
Presidente de Grupo GTD Empresario

Cheyre, Hernán

Master of Arts in Economics, University of Chicago.
Socio y Presidente de Econsult

Concha, Andrés

Ingeniero Comercial, U. de Chile.
Secretario General, SOFOFA

Foxley, Alejandro

Ph.D. in Economics, University of Wisconsin

Senador de la República.
Ex Ministro de Hacienda

Gómez, Alfonso

Ph.D. and Master of Design, Royal College of Art, London, England.
Decano Facultad de Ciencias y Tecnología de la Universidad Adolfo Ibáñez
Empresario

Guzmán, José Antonio

Ing. Civil.
Past President Cámara Chilena de la Construcción
Empresario

Jocelyn-Holt, Alfredo

Ph.D. en Historia Universidad de Oxford
Historiador y Profesor Universitario

Larroulet, Cristián

Master of Arts in Economics, University of Chicago.
Director Ejecutivo, Instituto Libertad y Desarrollo
Decano Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo

Lever, George

Ingeniero Comercial, U. de Chile.
Gerente de Estudios
Cámara de Comercio de Santiago

Miranda, Gonzalo

MBA y MOT (Management of Technology), University of California, Berkeley
Gerente General
Fundación ENDEAVOR-Chile

Navarro, Andrés

Ing. Civil de Industrias, PUC.
Presidente de SONDA S.A.
Empresario

Landerretche Moreno, Óscar

Ph.D. (c) en Economía, Massachusetts Institute of Technology (M.I.T.)
Director Académico, Magíster en Políticas Públicas, U. de Chile - U. de Chicago.
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile

Orrego B., Francisco

Abogado PUC
Fundador y Past President
Fundación PROBONO
Socio estudio Chadwik y Aldunate
Abogados

Ostale, Enrique

Master of Science in Accounting and Finance, London School of Economics.
Decano Facultad Escuela de Negocios
Universidad Adolfo Ibáñez

Peñafiel, Renato

Master of Arts in Economics, University of Chicago.

Gerente General
Grupo Security

Prieto, Fernando

Ing. Civil, y perfeccionamiento gerencial en el Massachusetts Institute of Technology (MIT)
Presidente Red de Inversionistas Angeles
Empresario

Rodríguez Grossi, Jorge

Ph.D. (c) in Economics, Boston University
Ministro
Economía y Energía

Santa Cruz, Lucía

Master's in Philosophy, Oxford University
Directora del Instituto de Economía Política, Universidad Adolfo Ibáñez.
Vicepresidenta Televisión Nacional de Chile

Santander, María de los Ángeles

Master en Políticas Públicas University of Chicago.
Directora Programa Educación
Instituto Libertad y Desarrollo

Shea, Christian

Abogado, Master of Law, Yale Law School.
President & COO
Fondo de Capital de Riesgo Latin Valley, Inc

Tagle, Guillermo

MBA, University of California, Los Angeles.
Director General
Santander Investment Chile

Tironi, Eugenio

Doctor en Sociología, École des Hautes Études en Sciences Sociales, París
Presidente de Tironi & Asociados.

Valenzuela Valdés, Pablo

Ph.D. in Chemistry (Biochemistry), Northwestern University.
Científico y Empresario
Premio Nacional de Ciencias

Vera, Iván

Ingeniero Eléctrico, diplomado en ingeniería nuclear, en el CIEMAT en Madrid, España
Socio y Gerente General de IGT
Director del Centro de Innovación y Tecnología, Universidad Adolfo Ibáñez
Empresario

11. FUENTES

Publicaciones y Referencias Bibliográficas:

- Acs Z.J., P. Arenius, M. Hay, y M. Minniti (2005). Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report 2004 Babson Collage y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK..
- Autio E. (2005). GEM Report on High-Expectation Entrepreneurship London Business School, Mazars y Babson Collage. Babson Park, MA. y Londres, UK..
- Crespi, G. (2003) Pyme en Chile: Nace, Crece y...Muere. Fundes Internacional. Santiago, Chile.
- Enrione, A., A. Pezoa, J.,Martínez, G. Martí y N. Besa (2004). Global Entrepreneurship Monitor, Chile 2002/3. ESE Escuela de Negocios, Universidad de los Andes, Santiago Chile.
- Minniti, M., W.D. Bygrave y E. Autio.(2006) Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report 2005. Babson Collage y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Reynolds, P., N. Bosma y E. Autio (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 2005-231.
- Reynolds P., W. D. Bygrave y E. Autio (2004) Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report 2003. Babson Collage, London Business School y Kauffman Foundation. Babson Park, MA. y Londres, UK.

Datos Nacionales Estandarizados:

Banco Mundial, Naciones Unidas, FMI, Organización Mundial de Comercio, UNESCO, OECD y asociaciones de capitales de riesgo.

Encuesta a Población Adulta:

Tipo de estudio:	Encuesta nacional telefónica.
Universo:	Población general mayor de 18 años
Características de la muestra:	Muestra nacional, estratificada por regiones. Probabilística en la selección de fracciones, radios censales y hogares y con selección final del encuestado. .
Tamaño de la muestra:	2000 casos.
Margen de error:	+/- 2.5 % para distribuciones simétricas (50/50)
Fecha del trabajo de campo:	Del 3/07/2005 hasta el 28/07/2005
Empresa encuestadora en Chile:	Benchmark

Entrevistas a Expertos Nacionales:

Tipo de estudio:	Encuesta a expertos
Tamaño de la muestra:	33
Fecha del trabajo de campo:	Del 01/05/2005 hasta el 30/06/2005

12. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Las Diez Características del Emprendedor en Chile.....	
Figura 2: Modelo Convencional de Crecimiento Económico Nacional	
Figura 3: Modelo del Proceso Emprendedor que Afecta el Crecimiento Económico Nacional	
Figura 4: Modelo Consolidado del Proceso Emprendedor que Afecta el Crecimiento Económico	
Figura 5: Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Modelo Detallado del Proceso Emprendedor y el Desarrollo Económico.....	
Figura 6: Evaluación del Contexto Emprendedor en Chile. Resultado de encuestas a Expertos.	
Figura 7: Evaluación de Educación y Capacitación para el Emprendimiento	
Figura 8: Evaluación de la Transferencia de I+D.....	
Figura 9: Protección de la Propiedad Intelectual	
Figura 10: Piratería de Software en Latinoamérica (USD per cápita x 100)	
Figura 11: Evaluación de los Programas de Gobierno para el Emprendimiento.....	
Figura 12: Evaluación de la Preocupación del Gobierno por el Desarrollo de Empresas de Alto Potencial de Crecimiento.....	
Figura 13: Evaluación de la Facilidad para Acceder a Nuevos Mercado y Clientes	
Figura 14: Evaluación de las Normas Sociales y Culturales Proclives al Emprendimiento	
Figura 15: Valoración Social del Ser Empresario	
Figura 16: Evaluación de las Políticas de Gobierno para el Emprendimiento	
Figura 17: Días Requeridos para Abrir un Nuevo Negocio versus Ingreso Per Cápita	
Figura 18: Evaluación de las Fuentes de Financiamiento para el Emprendimiento.....	
Figura 19: Evaluación de la Infraestructura Comercial y Profesional	
Figura 20: Evaluación del Acceso a Infraestructura Física para los Negocios.....	
Figura 21: Oportunidades Disponibles	
Figura 22: Capacidad de Formar una Nueva Empresa	
Figura 23: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales por País, GEM 2005	
Figura 24: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales v/s PIB por País, GEM 2005	
Figura 25: Evolución de la Actividad Emprendedora en Países de Latinoamérica	
Figura 26: Actividad Emprendedora 2005 en Países con Nivel de Desarrollo Similar	

- Figura 27: Porcentaje de Emprendedores Nacientes por País, GEM 2005.....
- Figura 28: Porcentaje de Nuevos Empresarios por País, GEM 2005.....
- Figura 29: Desglose de la Actividad Emprendedora: Porcentaje de Emprendedores Consolidados v/s Porcentaje de Emprendedores en Etapas Iniciales, GEM 2005
- Figura 30: Composición de la Actividad Emprendedora 2005 según Motivación
- Figura 31: Porcentaje de Emprendedores Nacientes según Motivación
- Figura 32: Número de Mujeres por Hombre para la Actividad Emprendedora Total, GEM 2005
- Figura 33: Número de Mujeres por Hombre para la Actividad Emprendedora Nacientes, GEM 2005.....
- Figura 34: Número de Mujeres por Hombre para la Actividad Emprendedora Nueva, GEM 2005
- Figura 35: Composición de la Actividad Emprendedora 2005 Mujer/Hombre en según Motivación por Oportunidad
- Figura 36: Composición de la Actividad Emprendedora Mujer/Hombre en según Motivación por Necesidad
- Figura 37: Actividad Emprendedora por Edades
- Figura 38: Número de Mujeres por Hombre para la Actividad Emprendedora Naciente en el Rango de Edad 25-44 años, GEM 2005
- Figura 39: Actividad Emprendedora según Nivel Educativo y Motivación.
- Figura 40: Actividad Emprendedora por Sector Económico.....
- Figura 41: Actividad Emprendedora por Sector Económico, Motivación y Tipo de Empresa
- Figura 42: Nuevos Productos o Servicios en el Mercado
- Figura 43: Intensidad de la Competencia Esperada
- Figura 44: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos
- Figura 45: Tendencia y Escenarios para la Actividad Emprendedora

13. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de las Políticas de Gobierno Relacionadas con el Emprendimiento

Tabla 2: Evolución de la Actividad Emprendedora desde el 2000 hasta el 2005 para los países que han participado y participan en el Proyecto GEM

14. Equipos GEM en el Mundo

Título	Localización	Miembros
GEM Interim Executive Director	London Business School	Mick Hancock
GEM Research Director	Babson College	Maria Minniti
GEM Operations Director	London Business School	Stephen Hunt
GEM Coordination Team	Babson College	William D. Bygrave Stephen Spinelli Marcia Cole
	London Business School	Michael Hay Tatiana Schofield Neils Bosma Karla Hoffman Ingvild Ritter

Equipo	Institución	Miembros	Soporte Financiero	Encuestador (APS)
Alemania	Institute of Economic and Cultural Geography, University of Hannover	Rolf Sternberg Udo Brixy Jan-Florian Schlapfner	KfW Bankengruppe Institut für Arbeitsmarkt - und Berufsforschung (IAB)	infas - Institute for Applied Social Sciences
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School, Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Florencia Paolini Natalia Weisz	IAE Management and Business School Banco Rio Siemens Banco Galicia Westpac Banking Corporation	MORI Argentina
Australia	Australian Graduate School of Entrepreneurship, Swinburne University of Technology	Kevin Hindle Allan O'Connor	Westpac Banking Corporation	Australian Centre for Emerging Technologies and Society
Austria	FH Joanneum GmbH Institute of International Management Institute of Technology and Innovation Management	Martin Sammer Christina Schweiger Ursula Schneider Soren Salomo		
Bélgica	Ghent University and Vlerick Leuven Gent Management School Université de Liège	Bart Clarysse Hans Crijns Mirjam Knockaert Sophie Manigart Tom Vanacker Together with: Bernard Surlemont	Flemish Ministry of Economic Affairs (Steunpunt Ondernemerschap, Ondernemingen en Innovatie) Walloon Ministry of Economic Affairs	SNT Belgium
Brasil	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade - IBQP (Brazilian Institute of Quality and Productivity) Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR	Marcos Mueller Schlemm Simara Maria de S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Rodrigo Rossi Horochovski Joana Paula Machado Paula Ludwina Ninow Dias Guérios	SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP, SESI, SENAI e IEL) Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade - IBQP	Instituto Bonilha

Canadá	HEC-Montréal The Sauder School of Business at UBC	Nathaly Riverin Louis-Jacques Fillion Ilan Vertinsky Victor Cui Qianqian Du Aviad Pe'er	HEC Montréal Chaire d'entrepreneuriat Rogers- J.A. Bombardier Développement économique Canada pour les régions du Québec W. Maurice Young Entrepreneurship and Venture Capital Research Center The Sauder School of Business, The university of British Columbia Grupo Santander Chile	SOM
Chile	Centro de Entrepreneurship Grupo Santander Universidad Adolfo Ibáñez	José Ernesto Amorós German Echeopar Marina Schorr	Universidad del Desarrollo	Benchmark
China	Centro para el Emprendimiento y la Innovación Universidad del Desarrollo	Patricio Cortés Tomas Flores	School of Economics and Management, Tsinghua University National Entrepreneurship research Centre of Tsinghua University	AMI Synovate
Croacia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Sanja Pfeifer Djula Borozan Natasa Sarlija Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre - CEPOR, Zagreb Open Society Institute - Croatia, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Dinamarca	Centre for Small Business Studies, University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Lone Tofild Kim Klyver	Erhvervs- og Byggestyrelsen IRF - Industriens Realkredifond Syddansk Universitet Danfoss - Mads Clausens fond Vækstfonden Ernst & Young (Denmark) Boersen	
Eslovenia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics and Business, University of Maribor	Miroslav Bebernik Polona Tominc Ksenja Pusnik	Slovenian Research Agency Ministry of the Economy SmartCom Chamber of Craft Finance - Slovenian Business Daily	RM PLUS
España	Equipo coordinador Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Rachida Justo Cristina Cruz Maria Pia Nogueira	Instituto de Empresa Fundación Cultural Banesto Fundación INCYDE Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa	Opinòmetre
	Andalucía Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro Daniel Lorenzo J. Aurelio Medina Álvaro Rojas Salustiano Martínez Antonio R. Ramos	Junta de Andalucía Consejería de Innovación, Ciencia y Empresas Junta de Andalucía Centro de Estudios Andaluces Unicaja Endesa Colaboración Grupo Joly	Opinòmetre
	Canarias Universidad de las Palmas de Gran Canaria Universidad de la Laguna	Rosa M. Batista Alicia M. Bolívar Alicia Correa	La Caja de Canarias	Opinòmetre
	Castilla y León Universidad de León	Mariano Nieto Constantino García Roberto Fernández Sergio del Cano Nuria González	Junta de Castilla y León Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León	Opinòmetre
	Cataluña Universitat Autònoma de Barcelona IEMB Generalitat de Catalunya	Carlos Guallarte David Urbano Yancy Vaillant Nuria Aguilar J. Miquel Piqué	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Generalitat de Catalunya Conselleria de Treball i Industria	Opinòmetre

	C. Valenciana Universidad Miguel Hernández Elche	J.M. Gómez Gras Ignacio Mira Jesús Martínez	Air Nostrum	Opinòmetre
	País Vasco Country Team Universidad de Deusto Universidad del País Vasco	J. Iñaki Peña Juan J. Gibaja F.J. Olarte M ^a José Aranguren Mikel Navarro Naría Saiz Arturo Rodríguez Saioa Arando	SPRI Diputación Foral de Bizkaia FESIDE Diputación Foral de Guipuzkoa	Opinòmetre
	Extremadura Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández J. Carlos Díaz	Junta de Extremadura Cámara de Comercio de Badajoz SODIEX SOFIE X JOCA Arram Consultores Infostock Pinilla Grupo Alfonso Gallardo Caja Rural de Extremadura Urvicasa, Servex, CCOO, Palicrisa Fundación Academia Europea de Yuste El Periódico, CONYSER Caja Badajoz, UGT, Diario Hoy de Extremadura, Almaraz, UNEX	Opinòmetre
	Madrid Universidad Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Lidia Villar Carlos Merino	Confederación Empresarial de Madrid Caja Madrid FUAM, IADE, CIC	Opinòmetre
Estados Unidos	Babson College	William D. Bygrave Maria Minniti Marcia Cole	Babson College	Opinion Research Corp.
Finlandia	Turku School of Economics and Business Administration Helsinki University of Technology University of Lausanne	Anne Kovalainen Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Markku Maula Erkko Autio	Ministry of Trade and Industry Turku School of Economics and Business Administration	TNS Gallup Oy
Francia	EM Lyon	Oliver Torres Aurélien Eminent Danielle Rousson	Caisse des Depots et Consignations Observatoire des PME	CSA
Grecia	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Takis Politis Aggelos Tsakanikas	Bank of Attica and Chipita SA	Datapower SA
Holanda	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Kashifa Suddle Andre van Stel Niels Bosma Roy Thurik Lorraine Uhlaner Ingrid Verheul	Dutch Ministry of Economic Affairs	Survey@
Hungría	University of Pécs George Mason University Queensland University of Technology/ Max Planck	László Szerb Judit Károly Zoltán Acs Siri Terjesen	Ministry of Economy and Transport	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény- kutató Intézet
Irlanda	UCD Business School, University College, Dublin	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman Frank Roche	Enterprise Ireland InterTradelreland Forfás	Lansdowne Market Research Ltd.
Islandia	Reykjavik University	Rögnvaldur Sæmundsson Elín Dóra Halldórsdóttir	Reykjavik University The Confederation of Icelandic Employers New Business Venture Fund Prime Minister's Office	Gallup - Iceland

Italia	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson	Bocconi University Ministry of Education, University and Research	Nomesis
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Sandra Glasgow Garth Kiddoe Adelani Ogunrinade		
Japón	Research Institute for Economics & Business Administration, Kobe University Musashi University Keio University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center	SSRI
Jordania	Young Entrepreneurs Association Ministry of Planning and International Cooperation	Usama Jacir Khaled al Kurdi Gabi Afram Amjad Attar	Ministry of Planning and International Cooperation	Al Jidara Pro Group Consulting
Lituania	Stockholm School of Economics in Riga	Vyacheslav Dombrovsky Mark Chandler Karlis Kreslins	TeliaSonera NDB	Latvijas Fakti
México	Tec de Monterrey, Business Development Centre Tec de Monterrey, EGAP, Strategic Studies Centre	Arturo Torres Marcia Campos Elvira Naranjo	Tec de Monterrey and Secretaria de Economia	Alduncin y Asociados
Neva Zelanda	New Zealand Centre for Innovation and Entrepreneurship, UNITEC New Zealand Te Wananga o Raukawa	Howard Frederick Graeden Chittock Dean Prebble Alex Maritz Franceen Reihana Mihipeka Sisley Helmut Modlik	Te Puni Kokiri (Ministry of Maori Development), Unitec New Zealand, and Te Wananga o Raukawa	Digipoll
Noruega	Bodø Graduate School of Business	Lars Kolvereid Bjørn Willy Åmo Gry Agnete Alsos	Innovation Norway Ministry of Trade and Industry Bodø Graduate School of Business Kunnskapsparke Bodø AS, Center for Innovation and Entrepreneurship	TNS
Puerto Rico	University of Puerto Rico	Marines Aponte Edgardo Rodriguez		
Reino Unido	Equipo coordinador	Rebecca Harding Johanna Walker Michael Naumann		iff
	Scottish Hunter Centre for Entrepreneurship University of Strathclyde Welsh National Entrepreneurship Observatory University of Glamorgan Cardiff University	Jonathan Levie Sharon Eaton		iff
	Northern Ireland Small Business Research Centre, Kingston University Economic Research Institute of Northern Ireland	Mark Hart Maureen O'Reilly		iff
Singapur	National University of Singapore	Poh Kam Wong Lena Lee Finna Wong	Economic Development Board of Singapore National University of Singapore	Joshua Research Consultants

Sudáfrica	UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, The Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Eric Wood Marlese von Broembsen	Liberty Life South African Breweries The Shuttleworth Foundation	
Suecia	ESBRI Entrepreneurship and Small Business Research Institute	Magnus Aronsson	Confederation of Swedish Enterprise Ministry of Industry, Employment and Communications Swedish Business Development Agency (NUTEK) Swedish Institute for Growth Policy Studies (ITPS)	SKOP
Suiza	University of St Gallen and IMD	Thierry Volery Georges Haour Heiko Bergmann Benoit Leleux Erkko Autio	KTI / CTI KMU – HSG IMD	GFS Bern
Tailandia	College of Management, Mahidol University	Thanaphol Virasa Brian Hunt Randall Shannon Tang Zhi Min	Office of Small and Medium Enterprises Promotion College of Management, Mahidol University	Taylor Nelson Sofres (Thailand) Ltd.
Venezuela	Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) – Centro de Emprendedores	Federico Fernández Rebeca Vidal Aramis Rodríguez	Mercantil Servicios Financieros Fundación IESA	Datanálisis

Sobre los autores:

José Ernesto Amorós

Licenciado en Administración de Empresas y M.Sc. Marketing, Tecnológico de Monterrey México. Doctor en Management Sciences por ESADE Business School, Universidad Ramón Llull, Barcelona, España. Se ha desempeñado como profesor de entrepreneurship e investigador en la Universidad Adolfo Ibáñez en el programa postdoctoral del CONICYT-Banco Mundial.

Patricio Cortés

Ingeniero Comercial, Universidad de Chile. MBA, Babson College, Boston, USA.. Actualmente se desempeña como director del Centro para el Emprendimiento y la Innovación (CEI) de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo. Profesor de entrepreneurship en la misma Universidad.

Germán Eche copar

Ingeniero Industrial, Pontificia Universidad Católica del Perú. Doctor y M.A. en Economía, University of Notre Dame, USA. Director del Centro de Entrepreneurship Grupo Santander. Profesor de entrepreneurship de la Universidad Adolfo Ibáñez.

Tomás Flores

Ingeniero Comercial con mención en Economía, Universidad de Chile. Master of Arts in Economics, Universidad de California (UCLA), Los Angeles, USA. Actualmente es Subdirector de Estudios del Instituto Libertad y Desarrollo y profesor de la Universidad del Desarrollo en áreas de economía y política económica.

**Centro de Entrepreneurship
Grupo Santander
Universidad Adolfo Ibáñez**

www.uai.cl
Contacto: German Eche copar
german.echecopar@uai.cl
Tel: (562) 369-3575

**Centro para el Emprendimiento y la
Innovación (CEI)
Universidad del Desarrollo**

www.udd.cl/cei
Contacto: Patricio Cortés
pcortes@udd.cl
Tel: (562) 299-9276