



Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE REGIONAL BÍO-BÍO 2007-2008



Termas de Chi-



Trilla Coelemu



Volcán Chillán



La boca del Bío-



Copahue



Panorámica de Concepción



Lleu-Lleu



Desembocadura Bío-



Lleu-Lleu



Salto del laja



Tirúa Tirúa



Isla Mocha



Volcán Chillán



Trapatrapa

[Olga Pizarro ● José Ernesto Amorós ● Massiel Guerra]



Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE REGIONAL BÍO-BÍO 2007•2008

[Olga Pizarro • José Ernesto Amorós • Massiel Guerra]

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
Reporte Regional Bío-Bío 2007-2008
Primera Edición

EDICIONES UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Inscripción N° 173100

Santiago – Chile

ISBN: 978-956-7961-23-8

Diagramación: Trinidad Concha G.

Fotografías portada:

Gentileza de Norberto Seebach,

nseebach@recorriendochile.cl

Imprenta Diario El Sur S.A.

Hualpén, VIII Región, Chile.

TEL 41-794929

Fax 41-794918

RUT 76.564.940-4

Fecha impresión: Agosto, 2008

Impreso en Chile / Printed in Chile

● Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio que el año 2007 fue constituido por equipos de investigación de los siguientes países: Argentina, Austria, Bélgica, Brasil, Chile, China, Colombia, Croacia, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hong Kong, Hungría, India, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Kazajstán, Letonia, Noruega, Perú, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, República Dominicana, Rumania, Rusia, Serbia, Suecia, Suiza, Tailandia, Turquía, Uruguay 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 2007 Report**, el que puede ser descargado en línea en www.gemconsortium.org. Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

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

© 2008 Universidad del Desarrollo.

© 2008 Global Entrepreneurship Research Association

[CONTENIDO]

<i>Prefacio al reporte regional</i>	6
<i>Resumen ejecutivo</i>	7
¿Cómo es el emprendedor de la región del Bío-Bío?	8
<i>Introducción</i>	9
El modelo GEM	9
Definiendo emprendimiento	11
Principales diferencias entre los datos del GEM y los datos de registro de empresas	13
Glosario de las principales medidas y terminología	14
<i>Actividad emprendedora en 2007</i>	15
Actividad emprendedora en el entorno del GEM, en Chile y en la Región del Bío-Bío	15
Motivaciones de la actividad emprendedora	18
<i>Características de la actividad emprendedora</i>	22
Indicadores de edad y género	22
Indicadores de nivel educativo	24
Nivel de ingresos	25
Situación laboral de los emprendedores	27
Sectores industriales de la actividad emprendedora	28
Innovación, competitividad y crecimiento	29
Cierre o culminación de la actividad emprendedora	34
<i>Percepción sobre el emprendimiento y su vínculo con la actividad emprendedora</i>	36
<i>El contexto emprendedor en la región del Bío-Bío</i>	39
Condiciones para el emprendimiento que analiza el GEM	39
Análisis general de los factores	40
Políticas de gobierno	42
Transferencia de investigación y desarrollo	43
Apertura del mercado interno	44
Protección a la propiedad intelectual	45
Educación y capacitación para el emprendimiento	46
Normas sociales y culturales	48
Acceso a financiamiento	49
Programas de gobierno que apoyan el emprendimiento y la innovación	51
Programas de gobierno	52
Infraestructura comercial y profesional	54
Acceso a la infraestructura física	55
Oportunidades y capacidades del emprendedor	56
Capacidad de formar una nueva empresa	57

<i>Reflexiones: Emprender en Chile</i>	59
Referencias	61
Sobre los autores	63
Coordinación del GEM Chile	64
Auspiciadores	64

[ÍNDICE DE FIGURAS]

Figura 1: Las 10 características del Emprendedor en la VIII Región	8
Figura 2: Modelo Conceptual de Global Entrepreneurship Monitor, GEM	10
Figura 3: El Proceso Emprendedor y las Definiciones Operativas del GEM	12
Figura 4: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales por Región de Chile, GEM 2007	16
Figura 5: Actividad Emprendedora Establecida por Región de Chile, GEM 2007	16
Figura 6: Porcentajes de los Emprendedores que están Involucrados en las Diferentes Categorías de la Actividad Emprendedora	17
Figura 7: Balance entre los dos Motivadores de Oportunidad en Emprendedores en Etapas Iniciales	19
Figura 8: Emprendedores Nacientes por Motivación para Emprender	20
Figura 9: Proporción de Emprendedores que están involucrados a Tiempo Completo en sus Negocios	21
Figura 10: Actividad Emprendedora Total por Edades	22
Figura 11: Proporción de Rangos de Edad en Actividad Emprendedora	23
Figura 12: Porcentaje de la Población Adulta de la Región Emprendedora por Género	23
Figura 13: Actividad Emprendedora Total por Edades	24
Figura 14: Porcentaje de la Población Adulta de la Región Emprendedora por Nivel Educativo	25
Figura 15: Nivel de Ingresos y Actividad Emprendedora	25
Figura 16: Actividad Emprendedora según Ingreso Familiar	26
Figura 17: Actividad Emprendedora según Nivel Socioeconómico y Motivación	26
Figura 18: Actividad Emprendedora según tipo de Empleo	27
Figura 19: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales por Sector Económico	28
Figura 20: Actividad Emprendedora Establecida por Sector Económico	28
Figura 21: Novedad de los Productos Ofrecidos por los Emprendedores	30
Figura 22: Intensidad de la Competencia Esperada	30
Figura 23: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos	31
Figura 24: Expectativa de Expansión de Mercado	32
Figura 25: Actividad Emprendedora y Exportación	32
Figura 26: Proporción de la Población que ha descontinuado o cerrado su negocio en los pasados 12 meses. Todos los países del GEM 2007	34
Figura 27: Razones para el Cierre de la Actividad Emprendedora	35
Figura 28: Condiciones Nacionales y Regionales para el Emprendimiento, Percepciones acerca del Emprendimiento y Compromiso con la Actividad Emprendedora	36

Figura 29: Evaluación del Contexto Emprendedor en Chile: Resultado de Encuestas a Expertos	41
Figura 30: Contexto Emprendedor en Chile Comparativo entre la Región y el País	41
Figura 31: Evaluación de las Políticas de Gobierno para el Emprendimiento	43
Figura 32: Evaluación de la Transferencia de I+D	44
Figura 33: Evaluación de la Facilidad para Acceder a Nuevos Mercados y Clientes	45
Figura 34: Protección de la Propiedad Intelectual	46
Figura 35: Evaluación de Educación y Capacitación para el Emprendimiento	47
Figura 36: Evaluación de las Normas Sociales y Culturales Proclives al Emprendimiento	48
Figura 37: Valoración Social del Ser Empresario	49
Figura 38: Evaluación de las Fuentes de Financiamiento para el Emprendimiento	50
Figura 39: Evaluación de los Programas de gobierno para el Emprendimiento	53
Figura 40: Evaluación de la Preocupación del gobierno por el Desarrollo de Empresas de Alto Potencial de Crecimiento	54
Figura 41: Evaluación de la Infraestructura Comercial y Profesional	55
Figura 42: Evaluación del Acceso a Infraestructura Física para los Negocios	56
Figura 43: Oportunidades Disponibles	57
Figura 44: Capacidad de Formar una Nueva Empresa	58

[ÍNDICE DE TABLAS]

Tabla 1: Índices de Actividad Emprendedora en las Regiones de Chile y Países Latinoamericanos GEM, 2007, Edades 18-64 años	18
Tabla 2: Percepción de la Población sobre los Factores que Influyen en la Actividad Emprendedora	37
Tabla 3: Factores de Percepción General de la Población sobre el Emprendimiento (Porcentaje de respuestas afirmativas)	38
Tabla 4: Visión a las Políticas de Gobierno Relacionadas con el Emprendimiento en la Región del Bío-Bío	42

1 [PREFACIO AL REPORTE REGIONAL]

Tenemos el gusto de presentar el primer Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Reporte de la Región del Bío-Bío, elaborado por la Universidad Desarrollo. Este reporte es fruto del esfuerzo por medir cuantitativamente y cualitativamente las variables que determinan la actividad emprendedora a nivel regional.

Con nueve años de vida, el GEM ha analizado a 60 países de prácticamente todas las regiones del mundo. Este desarrollo hace que el GEM sea uno de los proyectos de investigación sobre emprendimiento más importantes a nivel internacional. En nuestro país se han elaborado cinco reportes nacionales. Esta primera aproximación regional incluye las regiones de Antofagasta, Valparaíso, del Bío-Bío, de los Ríos y la Región Metropolitana de Santiago. Cada uno de los equipos regionales ha elaborado su propio informe lo cual aporta una perspectiva más específica y por lo tanto, enriquecedora de la actividad emprendedora del país.

Con este esfuerzo regional creemos que el proyecto GEM ofrece al mundo académico, empresarial y de la administración pública una mejor y más completa información sobre la situación del emprendimiento, considerando una dimensión que abarca desde lo local a lo global.

Queremos agradecer el soporte y apoyo brindado por Babson College y la London Business School, fundadoras del proyecto GEM, instituciones educativas líderes internacionales en el estudio del emprendimiento. También agradecemos a las universidades asociadas a nivel regional, Universidad Católica del Norte, Universidad Técnica Federico Santa María, Universidad del Desarrollo sede Concepción y Universidad Austral de Chile, quienes con su esfuerzo han contribuido al crecimiento del proyecto GEM Chile. Igualmente agradecemos el apoyo dado por la Universidad Adolfo Ibáñez, que junto con la Universidad del Desarrollo, coordina el proyecto nacional. Asimismo agradecemos a Paula Cancino por su apoyo y trabajo en las encuestas a expertos regionales. Finalmente a las facultades, departamentos o centros de investigación de las universidades asociadas así como a los diferentes auspiciadores, quienes a través de esta iniciativa de investigación apoyan la actividad emprendedora de Chile.

*José Ernesto Amorós, PhD
Coordinador GEM Chile.*

2 [RESUMEN EJECUTIVO]

1. Un 11,1 % de la población adulta de la VIII Región entre 18 y 64 años de edad está involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales.
 2. Un 60% de estos emprendedores manifiestan que realizan en una actividad porque buscan una oportunidad real de negocio.
 3. La actividad emprendedora se explica fundamentalmente por un pronunciado incremento de actividades de autoempleo.
 4. El nivel de actividad emprendedora en la VIII Región es similar a la de las otras regiones analizadas y similar a la de otros países con un PIB per cápita parecido al de Chile.
 5. Las mediciones de la población adulta encuestada indican que existe la percepción de que tanto en la Región del Bío-Bío como en Chile se presentan muchas oportunidades disponibles para iniciar un nuevo negocio o empresa.
 6. Pese a lo anterior, se observan pocas iniciativas de emprendimientos de alto potencial de creación de riqueza. La mayoría se concentran en negocios de escaso potencial de crecimiento y poca innovación.
 7. Lo antes señalado forma parte del contexto regional donde hay una percepción negativa sobre las políticas efectivas pro-emprendimiento y un bajo nivel de inversión y transferencias en I+D hacia las empresas nacientes y en crecimiento y acceso a mercados que impiden desarrollar mejor la actividad emprendedora.
 8. Pese a que la VIII Región tiene buena capacidad de gestión y actividad industrial y comercial consolidada, aún resulta insuficiente el estímulo social para la creación de negocios y la consolidación de la educación para el emprendimiento.
 9. La infraestructura física (telecomunicaciones, puertos, carreteras, etc.) es el factor mejor evaluado que puede ayudar a la creación de nuevas empresas o negocios.
 10. Los emprendedores de la VIII Región son fundamentalmente personas independientes que buscan mejorar su situación económica y la de sus familias. El incentivar la actividad emprendedora debiera seguir siendo una meta en las políticas públicas regionales, ya que esto puede ayudar a la movilidad social y la generación de nuevas empresas que proporcionen más y mejores oportunidades de desarrollo.
-

¿CÓMO ES EL EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DEL BÍO-BÍO?

FIGURA 1: LAS 10 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR EN LA VIII REGIÓN



3 [INTRODUCCIÓN]

3.1 EL MODELO GEM

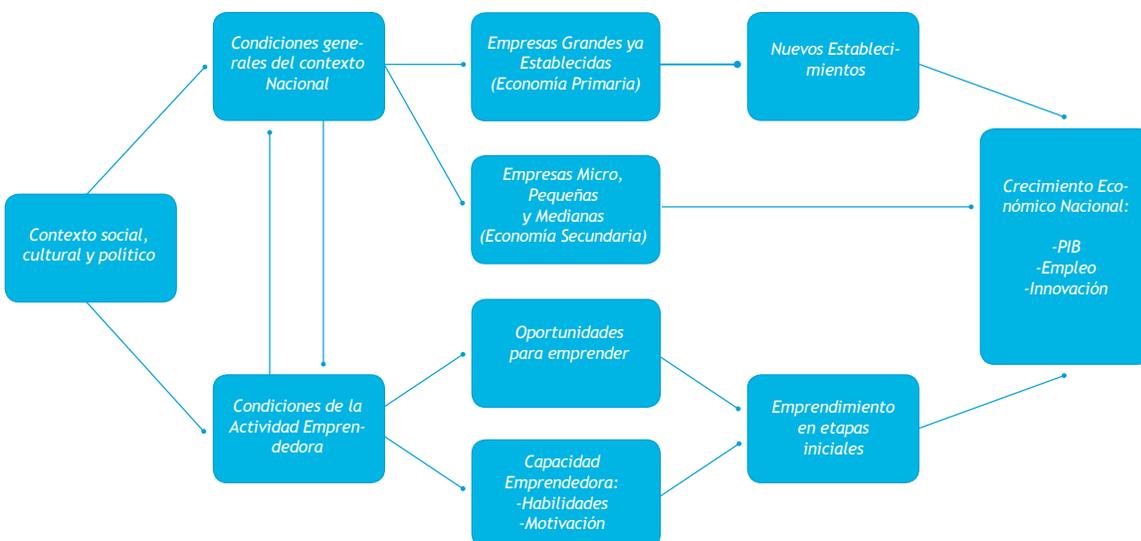
En los últimos años la actividad emprendedora ha sido extensamente reconocida como uno de los factores más importantes que pueden transformar el ámbito económico sin embargo, la comprensión de la relación entre el emprendimiento y el crecimiento económico de los países está lejos de ser bien entendida. Justamente la carencia de datos armonizados, es uno de los factores relevantes que impiden la mejor comprensión de la actividad emprendedora. Desde su concepción en 1997, el programa de investigación del GEM ha contribuido a incrementar el conocimiento de esta área recogiendo anualmente datos relevantes sobre el fenómeno emprendedor. El GEM se enfoca en tres objetivos principales:

- 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 de los países.
- Identificar áreas de oportunidad, que permitan la creación de políticas públicas y recomendaciones para mejorar el nivel de actividad emprendedora.

Con estos objetivos el GEM pretende abarcar las áreas de oportunidad que los análisis tradicionales del desarrollo económico y de la competitividad han abordado tangencialmente, es decir, el papel de las nuevas y pequeñas empresas en la economía. El GEM complementa el enfoque tradicional proponiendo un modelo en el cual el crecimiento económico nacional es una función de dos grupos paralelos de actividades interrelacionadas: (a) aquellas asociadas con las empresas ya establecidas, sean grandes, medianas o pequeñas y (b) aquellas relacionadas directamente con el proceso emprendedor, empresas creadas y lideradas por individuos emprendedores.

En muchas ocasiones las nuevas y pequeñas empresas son las que generan innovaciones, ocupan nichos de mercado y aumentan la competencia, de tal modo que contribuyen a la reasignación de recursos en actividad económica. Adicionalmente es muy conocido el rol que cumple la pequeña empresa en la generación de empleo. La **Figura 2** presenta el marco conceptual del GEM, en el que se basa este proyecto de investigación para la recolección de los datos.

FIGURA 2: MODELO CONCEPTUAL DE GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM



El modelo GEM resalta algunos elementos claves para la actividad emprendedora, así como la formas en que interactúan estos factores. Moviéndose de izquierda a derecha, a través del modelo de la **Figura 2**, estos elementos se ubican de la siguiente forma:

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, los cuales son determinantes de la identidad de cada país. Analizar todos ellos, va mucho más allá del objetivo del GEM, sin embargo se consideran los más relevantes para el desarrollo de la actividad emprendedora.

2. Condiciones generales del contexto nacional y condiciones de la actividad emprendedora: el modelo del GEM determina que la actividad económica de las empresas establecidas varía dependiendo de las condiciones nacionales dentro del marco más general, mientras que la actividad emprendedora varía específicamente dadas ciertas características únicas de los países. La contribución única del GEM es justamente producir datos internacionales que permiten el estudio detallado de los aspectos que se consideran en la mitad inferior de este marco conceptual. El estudio de estas condiciones para la actividad emprendedora pretende vincular la relación económica y social que afecta al sector emprendedor, pero no es capturada por las condiciones nacionales generales.

3. Oportunidades para emprender y capacidad emprendedora: en este contexto se considera la naturaleza de la relación entre la creación de nuevas empresas y crecimiento económico. En este sentido 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 explotarlas. 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. Actividad emprendedora en etapas iniciales: es el resultado de la combinación entre las oportunidades, las habilidades y las motivaciones. Las nuevas empresas, como ya se había mencionado, se introducen en el mercado generando mayor competitividad.

5. Crecimiento económico nacional: finalmente el crecimiento económico se ve beneficiado por el aporte de la actividad emprendedora tanto a nivel de creación de empleo como en términos de contribución a la innovación.

Este reporte se enfoca principalmente en los elementos y las condiciones de la actividad emprendedora del país y sus subsiguientes etapas (ilustrada en la **Figura 2**). La primera parte analiza varios indicadores que reflejan la actividad emprendedora de las regiones analizadas. La segunda sección examina las características específicas de la actividad emprendedora en la VIII Región e indicadores sobre los emprendedores. La tercera sección examina la percepción sobre las oportunidades para emprender, así como la capacidad emprendedora de los individuos en la Región del Bío-Bío. Estas tres secciones utilizan los datos de un cuestionario denominado Encuesta General de Población (APS, Adult Population Survey) que para este periodo contó con una muestra de 674 adultos, entre 18 y 64 años que fueron entrevistados vía telefónica durante los meses de mayo y junio, incluyendo preguntas precisas a los encuestados acerca de su participación y su actitud hacia el emprendimiento.

Posteriormente se describen las condiciones del marco emprendedor, es decir, el contexto emprendedor en la Región, analizando los datos de una encuesta denominada Encuesta Nacional de Expertos (NES, National Expert Survey) que este año incluye la participación de 39 personas. Finalmente se concluye con una discusión sobre la actividad emprendedora en la VIII Región.

DEFINIENDO EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento es un fenómeno complejo cuyo estudio abarca muchas disciplinas y por lo tanto presenta diversas definiciones dependiendo del enfoque que se utilice. El GEM toma una amplia visión del emprendimiento, que está básicamente enfocada en los individuos que crean empresas. Las personas son quienes se organizan para materializar un nuevo negocio o empresa y precisamente son ellas los sujetos de esta investigación. Esto diferencia al GEM de otros estudios en donde generalmente lo que se mide es el número de empresas o el número de nuevos registros de empresas.

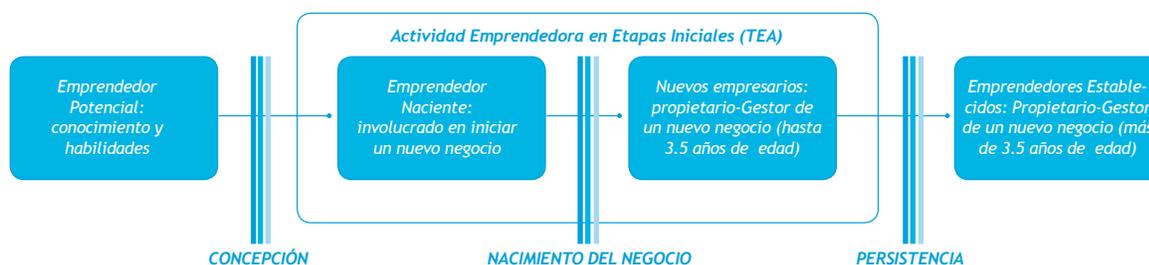
Es precisamente la actividad emprendedora desarrollada por los individuos la que, de alguna u otra forma, se espera tenga una repercusión en el crecimiento económico de los países siempre y cuando esta actividad pueda prevalecer en el tiempo. Para esto, es necesario entender el proceso emprendedor que se inicia antes de la constitución formal (inicio de operaciones) de una empresa. Un individuo que está haciendo todo lo necesario para constituir un negocio es un emprendedor. Por otro lado, una persona que tiene un negocio desde hace muchos años pero que sigue innovando, siendo competitivo y manteniendo sus aspiraciones de crecimiento también es un emprendedor¹. Desde su concepción como proyecto el GEM define a las personas que son emprendedores activos como “todos

¹Muchos empresarios consolidados nunca “pierden” ese espíritu emprendedor y mantienen esa filosofía para seguir desarrollando sus negocios a través de la creación de nuevas empresas o nuevas áreas de negocios dentro de sus propias compañías. Esto también es conocido con el término emprendimiento corporativo.

aquellos adultos relacionados con el proceso de creación de un negocio que tendrán total o parcialmente su propiedad y aquellas personas que ya tienen la propiedad y administración de un nuevo negocio”². Si bien esta es una definición muy amplia, confiere la posibilidad de estudiar la dinámica emprendedora de una forma sistemática y rigurosa poniendo énfasis en la figura del emprendedor.

En este contexto, los datos que obtiene el GEM cubren el ciclo de vida del proceso emprendedor y clasifican en primera instancia a los individuos que comprometen recursos para iniciar un nuevo negocio o empresa de la cual esperan ser dueños denominándolos emprendedores nacientes; seguidos por aquellos que ya tienen la propiedad de dicho negocio y lo gestionan, y adicionalmente han pagado algún tipo de sueldo o salario por más de tres meses pero no más de 42 denominándolos nuevos empresarios; y finalmente aquellos que poseen y administran un negocio que ha estado en operación por más de 42 meses, denominados emprendedores establecidos. La **Figura 3** muestra este proceso emprendedor usando las definiciones operativas del GEM.

FIGURA 3: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM



Para el GEM el haber pagado cualquier tipo de sueldo o salario por más de tres meses incluyendo el de los propietarios, se considera el “acontecimiento del nacimiento” del negocio. Así, la distinción entre los empresarios nacientes y los nuevos empresarios depende de la edad del negocio. Los negocios que han pagado sueldos y los salarios más de tres meses y menos de 42 meses se pueden considerar nuevos. El punto de corte de 42 meses se ha hecho en base a una combinación de argumentos teóricos y operacionales. La suma de los emprendedores nacientes y nuevos empresarios es un indicador de la actividad emprendedora de etapas iniciales del país. Esto representa la dinámica inicial de la actividad emprendedora; aunque una parte de estos emprendedores no tenga éxito en la supervivencia de su negocio, sus acciones pueden tener un efecto en la economía puesto que pueden aplicar presión en el resto de los emprendedores para que realicen mejores esfuerzos.

Los dueños del negocio que han pagado salarios por más de 42 meses clasificados como empresarios establecidos, son aquellos cuyos negocios han sobrevivido a ese periodo crítico. Los altos índices de empresarios establecidos pueden indicar el hecho que existen las condiciones positivas para la supervivencia de las empresas. Sin embargo, esto no es necesariamente cierto en todos los casos. Si un país exhibe alto grado de actividad emprendedora establecida combinada con un bajo grado de actividad emprendedora en etapas iniciales, esta situación revela un bajo nivel del dinamismo en actividad emprendedora.

²Reynolds y otros, 2005.

PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE LOS DATOS DEL GEM Y LOS DATOS DE REGISTRO DE EMPRESAS.

EL GEM ES UN ESTUDIO SOCIAL DIRIGIDO A INDIVIDUOS. DESDE LA PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN DEL GEM, LAS PERSONAS SON LOS AGENTES PRIMARIOS QUE IDEAN, COMIENZAN Y MANTIENEN LOS NUEVOS NEGOCIOS EMPRENDEDORES. ALGUNAS DE LAS PRINCIPALES DISTINCIONES ENTRE LOS DATOS DEL GEM Y LOS DATOS DE LOS REGISTROS DE EMPRESAS SON LAS SIGUIENTES:

- LOS DATOS DEL GEM SE OBTIENEN USANDO UN DISEÑO DE INVESTIGACIÓN QUE ES ARMONIZADO EN TODOS LOS PAÍSES QUE PARTICIPAN DE ESTE PROYECTO. A PESAR DE INICIATIVAS RECIENTES DE LA EUROSTAT, LA OECD Y EL BANCO MUNDIAL, LA ARMONIZACIÓN Y HOMOGENIZACIÓN DE LOS REGISTROS NACIONALES DE LAS EMPRESAS NO SE HA ALCANZADO. LOS DATOS DEL GEM PERMITEN COMPARACIONES CONFIABLES ENTRE PAÍSES. LA SOLIDEZ DEL MÉTODO DEL GEM SE HA CONFIRMADO POR LA ESTABILIDAD DE LAS COMPARACIONES AÑO TRAS AÑO ENTRE LOS PAÍSES.
- EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DEL GEM IMPLICA CIERTAS INCERTIDUMBRES ESTADÍSTICAS SOBRE LOS RESULTADOS AGREGADOS (A NIVEL PAÍS). POR ESTO EL GEM INCLUYE INTERVALOS DE CONFIANZA EN LOS ÍNDICES DE EMPRENDIMIENTO OBTENIDOS. LOS DATOS DE LOS REGISTROS DE EMPRESAS SON "DATOS CONTADOS" LOS CUALES NO REQUIEREN INTERVALOS DE CONFIANZA. SIN EMBARGO, EL GRADO EN QUE ESTOS REGISTROS SON "CONTADOS" PUEDE SER CONFUSO EN VARIOS PAÍSES. POR EJEMPLO: ALGUNOS NEGOCIOS NO PUEDEN (O NO NECESITAN) SER COLOCADOS EN LAS BASES DE DATOS, MIENTRAS QUE OTROS PUEDEN COLOCARSE PURAMENTE POR RAZONES DE IMPUESTOS SIN OCURRIR NECESARIAMENTE UNA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA. EL GRADO EN EL CUAL ESTAS PRÁCTICAS SUCEDEN VARÍA MUCHO ENTRE PAÍSES.
- EL GEM ESTUDIA A LAS PERSONAS QUE ESTÁN FORMANDO UN NEGOCIO O EMPRESA QUE ESTÁ EN CURSO (EMPRESARIOS NACIENTES), ASÍ COMO LAS PERSONAS QUE POSEEN Y ADMINISTRAN NEGOCIOS QUE YA HAN INICIADO ACTIVIDADES. ESTO TAMBIÉN INCLUYE A LOS TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA U OTROS EMPRESARIOS QUE NO NECESARIAMENTE SE REGISTRAN COMO EMPRESAS. EL GEM TAMBIÉN MIDE ACTITUDES Y OPINIONES ACERCA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA. TENER UN CONOCIMIENTO ACERCA DE LAS ETAPAS INICIALES EN LA CREACIÓN DE UN NEGOCIO ES MUY RELEVANTE PARA LAS ACCIONES DE POLÍTICAS PÚBLICAS.
- EL GEM NO CUENTA EL NÚMERO DE NEGOCIOS Y CIFRAS DE CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS. SU OBJETIVO ES MEDIR EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN DIVERSAS FASES DE LA EXISTENCIA DEL NEGOCIO. POR LO TANTO, LOS DATOS DEL GEM NO CONSTITUYEN LA MEJOR FUENTE PARA CARACTERIZAR LAS EMPRESAS. POR EJEMPLO, PARA DETERMINAR LA DISTRIBUCIÓN DE NEGOCIOS EXISTENTES EN DETERMINADO SECTOR, LOS DATOS DEL REGISTRO SON PREFERIBLES A LOS DEL GEM (CON LA EXCEPCIÓN DE ALGUNOS PAÍSES PARTICIPANTES GEM, CON UNA GRAN CANTIDAD DE PERSONAS QUE RESPONDEN A LA ENCUESTA, TALES COMO ESPAÑA Y EL REINO UNIDO).
- ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO, QUE NO ESTÁN GENERALMENTE DISPONIBLES EN LOS DATOS DE LOS REGISTROS, SE PUEDEN DERIVAR DEL GEM. ALGUNOS EJEMPLOS SON LAS MOTIVACIONES PARA SER INDEPENDIENTES, EL GRADO DE INNOVACIÓN EN LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y LAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO. SIN EMBARGO, ESTAS CARACTERÍSTICAS SE DEBEN ANALIZAR SIEMPRE DE UNA MUESTRA ADECUADA, POR LO CUAL ES ÚTIL USAR LAS MUESTRAS DE GEM DE VARIOS AÑOS.

EN EL APÉNDICE DEL INFORME GLOBAL 2005 DEL GEM, SE TRATARON DE EQUIPARAR LAS MEDIDAS DE AUTOEMPLEO Y LAS CIFRAS DE NUEVAS EMPRESAS CON LAS DEFINICIONES PUBLICADAS POR LA OCDE Y LA EUROSTAT. LAS CIFRAS BASADAS EN DATOS DEL GEM SE EQUIPARAN BASTANTE BIEN A LOS DATOS DE LOS REGISTROS DE EMPRESAS. SIN EMBARGO, CABE ENFATIZAR QUE LOS DATOS DEL GEM SON DISTINTOS EN SU ORIGEN Y ELABORACIÓN.

3.3 GLOSARIO DE LAS PRINCIPALES MEDIDAS Y TERMINOLOGÍA

Indicadores de Actividad emprendedora en población adulta	
Emprendedores nacientes	Porcentaje de la población de 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; este negocio NO ha pagado salarios, sueldos o cualquier otra compensación por más de tres meses.
Nuevos empresarios	Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que tienen toda o parte de la propiedad y dirección de un negocio y que han pagado salarios por un periodo que oscila entre los 3 y los 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales	Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que son emprendedores nacientes más los nuevos empresarios (como se definió anteriormente).
Emprendedores establecidos	Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que tienen actualmente la propiedad y dirección de un negocio establecido y que han pagado salarios por un periodo superior a los 42 meses.
Actividad emprendedora total	Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que está emprendiendo en etapas iniciales más los emprendedores establecidos (como se definió anteriormente).
Actividad emprendedora en etapas iniciales con expectativa de alto crecimiento	Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que son emprendedores nacientes o nuevos empresarios (como se definió arriba) y esperan crear al menos 20 empleados en los próximos cinco años.
Descontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad quienes en los pasados 12 meses descontinuaron su negocio ya sea por venta, cierre u otro motivo por el cual dejaron la propiedad y gestión del mismo. Nota: esta NO es una medida de fracaso empresarial.
Características de la actividad emprendedora en etapas iniciales	
Actividad emprendedora motivada por oportunidad: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales, quienes declaran que siguen una oportunidad real de negocio en contraposición de emprender porque no tienen otra opción de empleo. Simultáneamente declaran que siguen una oportunidad real de negocio para ser independientes o incrementar sus ingresos. No incluye aquellos que manifestaron que sólo querían mantener sus ingresos.
Actividad emprendedora en etapas iniciales con expectativa de alto crecimiento: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales que esperan al menos crear 20 empleos en los próximos cinco años.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a nuevos productos o mercados: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales que indican que sus productos o servicios son nuevos al menos para alguno de sus clientes e indican que no muchos otros negocios ofrecen el mismo producto o servicio.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a mercados internacionales: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales que indican que al menos un 25% de sus clientes provienen de mercados extranjeros.
Percepciones sobre el Emprendimiento	
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que observan buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde viven.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que creen que tienen los conocimientos y las habilidades para iniciar un negocio.
Indicador de potencial de actividad emprendedora	Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que tienen una percepción positiva acerca de sus capacidades emprendedoras y que consideran que existen buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde viven.
Intención emprendedora	Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que son emprendedores latentes o quieren iniciar un negocio en los próximos tres años.
Indicador de temor al fracaso	Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que indican que el miedo al fracaso les impide iniciar un nuevo negocio.

4 [ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN 2007]

4.1 ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN EL ENTORNO DEL GEM, EN CHILE Y EN LA REGIÓN DEL BÍO-BÍO

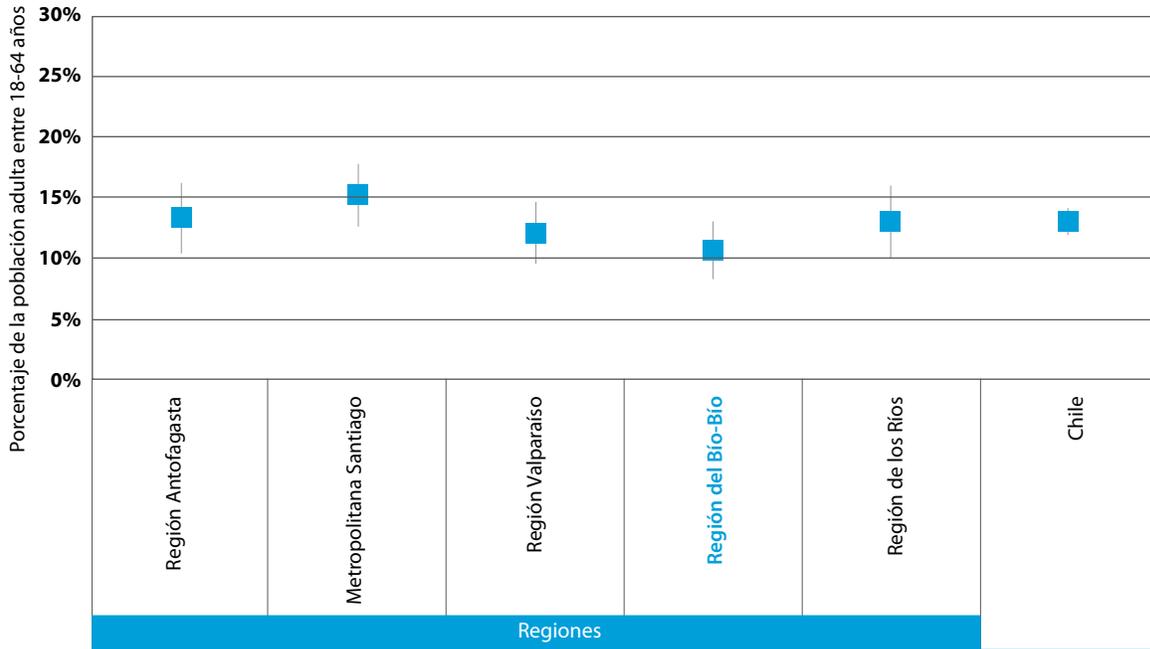
El GEM estima el nivel de participación de la población adulta económicamente activa del país involucrada en algún tipo de actividad emprendedora usando una muestra aleatoria de individuos en cada país. A partir de este año se han incluido análisis a nivel de regiones en Chile con el fin de detectar, a este nivel, la población involucrada en alguna actividad emprendedora. Por otro lado, entendiendo que, la actividad emprendedora debe ser estudiada dependiendo del nivel de desarrollo y también desde una perspectiva local.

Los reportes anteriores del GEM tanto globales como los de los países, utilizaban los indicadores de emprendimiento como si fuese un ranking general. Sin embargo, el constante desarrollo de la investigación relativa al emprendimiento demuestra que factores culturales, institucionales, económicos y demográficos influyen en la dinámica emprendedora de los países. El Banco Mundial ha enfatizado que la actividad emprendedora puede mejorar si existe un clima institucional adecuado (Klapper y otros, 2007). Así en el contexto para emprender en Chile puede ser muy diferente al contexto para emprender en China o Noruega. Este mismo fenómeno puede darse a nivel regional dentro de un mismo país. Es por ésto que se realiza un análisis separado de cinco regiones chilenas para profundizar en el conocimiento de la actividad emprendedora en cada una de ellas desde la perspectiva institucional, demográfica, cultural y de bienestar económico.

Las Figuras 4 y 5 muestran los indicadores de la **Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA)** y la **Actividad Emprendedora Establecida**, es decir la **Figura 4** muestra la proporción de población que está involucrada en alguna actividad emprendedora ya sea como emprendedor naciente o nuevo empresario, en cambio la **Figura 5** muestra la proporción de población que se encuentra establecida para las cinco regiones chilenas y para países latinoamericanos con el fin de realizar comparaciones. Cada barra vertical en la gráfica representa el intervalo de confianza dado que la encuesta del GEM no incluye a toda la población adulta del país³. En el año 2007, la actividad emprendedora en etapas iniciales para Chile corresponde al 13,4%, y se observa que en la VIII Región la actividad emprendedora en etapas iniciales corresponde al 11,13%.

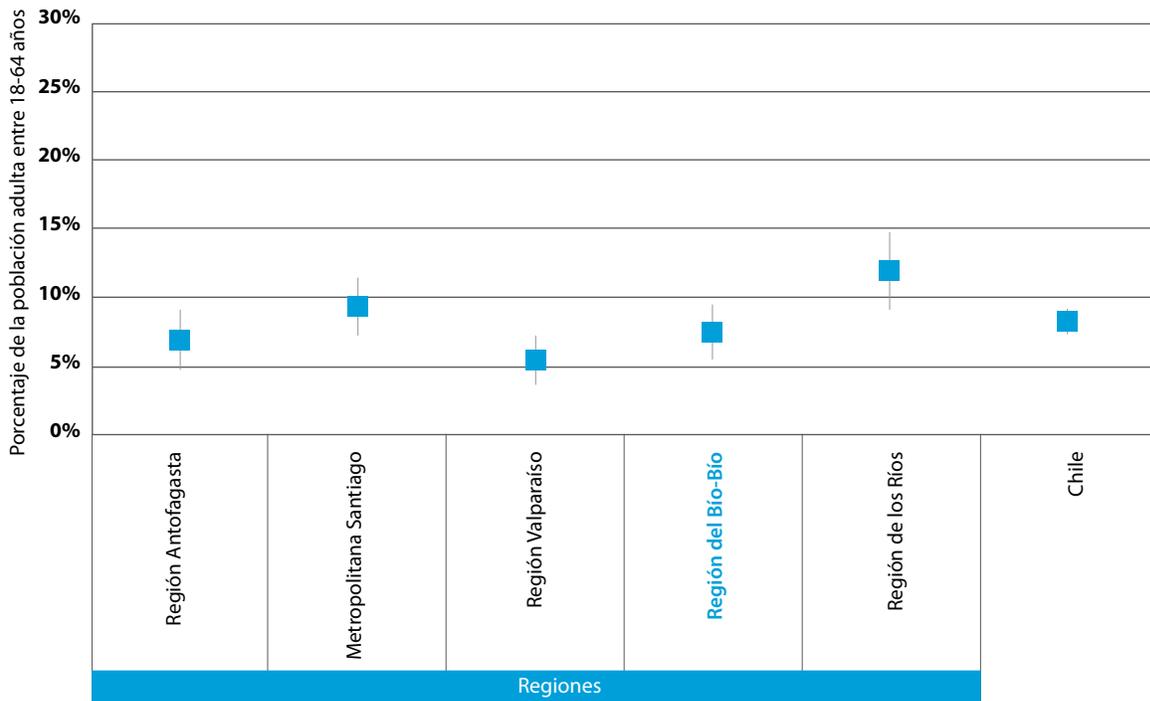
³ Si la encuesta pudiera cubrir a toda la población adulta, el actual indicador de emprendimiento tendría un 95% de probabilidad de caer dentro de la línea vertical que cruza los valores estimados. Asimismo este intervalo de confianza permite discriminar el valor del TEA de un país a otros. Si estos intervalos no se sobrepone entre un país y otro, existe diferencia estadística significativa entre los diferentes valores del TEA.

FIGURA 4: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR REGIÓN DE CHILE, GEM 2007



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

FIGURA 5: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA ESTABLECIDA POR REGIONES DE CHILE, GEM 2007



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

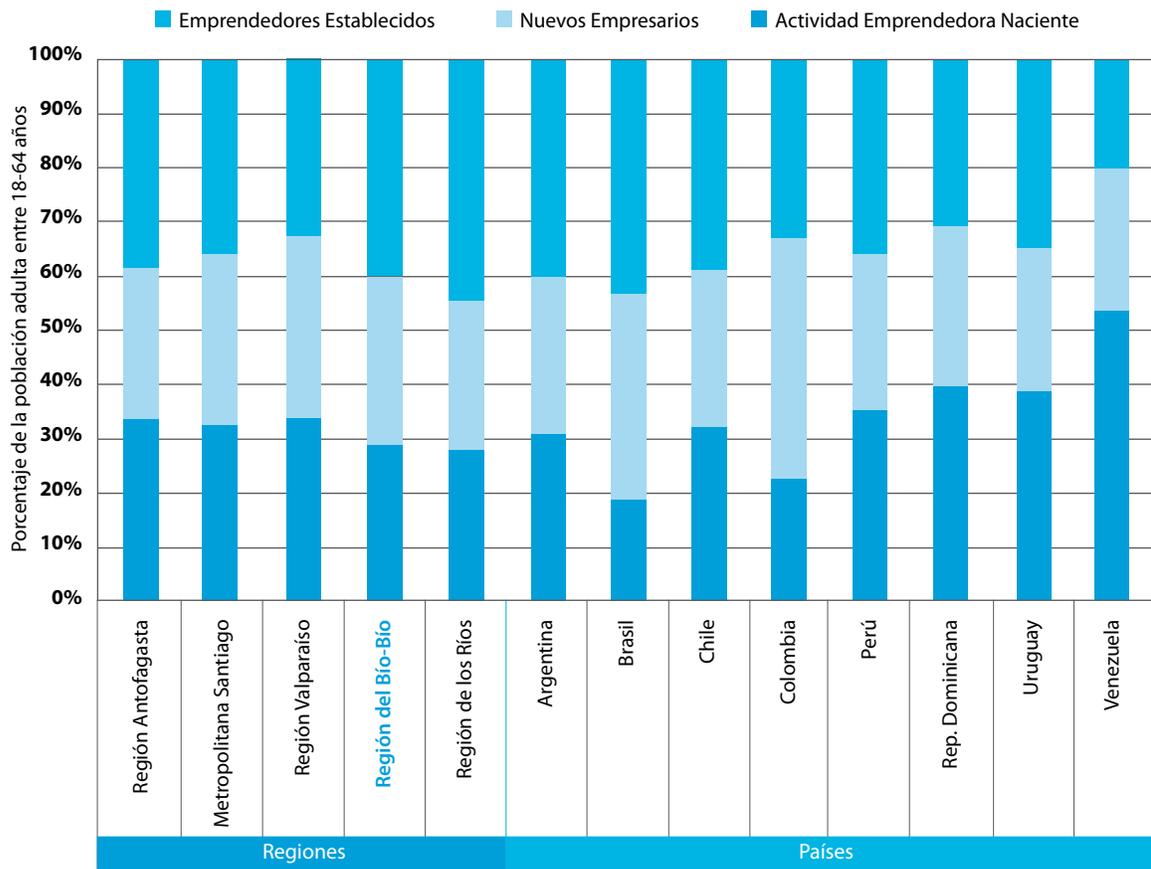
En el año 2007, la actividad emprendedora en etapas iniciales para la VIII Región corresponde al 11,13% lo cual representa un valor inferior respecto al 13,4% a nivel nacional.

Como se mencionó la actividad emprendedora en etapas iniciales es la combinación de la actividad emprendedora naciente y nuevos empresarios, mientras que la actividad total es la suma de la actividad en etapas iniciales más los emprendedores establecidos. La **Figura 6** muestra la proporción de cada una de estas categorías.

El caso particular de Chile presenta un 7,3% de emprendedores nacientes, y en la VIII Región corresponde al 5,5%.

Desde el periodo 2005 el GEM puso énfasis en el indicador relacionado con el porcentaje de Emprendedores Establecidos o Consolidados. Para el de Chile en 2007 el valor es 8,7%, cifra que también aumenta con respecto al periodo 2006, cuando fue de 6,8% y la VIII Región 7,5%.

FIGURA 6: PORCENTAJES DE LOS EMPRENDEDORES QUE ESTAN INVOLUCRADOS EN LAS DIFERENTES CATEGORIAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

La **Tabla 1** muestra un resumen de las diferentes categorías de la actividad emprendedora que mide el GEM en las regiones de Chile estudiadas y los países latinoamericanos que han participado en el periodo 2007. Un pequeño grupo de emprendedores puede pertenecer a más de dos grupos. Sin embargo, se cuenta como uno sólo, de ahí que las cifras no sean la suma aritmética exacta.

TABLA 1: ÍNDICES DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LAS REGIONES DE CHILE Y PAÍSES LATINOAMERICANOS GEM 2007, EDADES 18-64 AÑOS

País	Actividad Emprendedora Naciente	Nuevos Empresarios	Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA)	Emprendedores Establecidos	Total de Emprendedores	Muestra
Países de América Latina y el Caribe						
Argentina	7,8%	7,1%	14,4%	10,0%	24,1%	1719
Brasil	4,3%	8,7%	12,7%	9,9%	22,4%	2000
Chile	7,3%	6,5%	13,4%	8,7%	21,4%	3662
Colombia	8,0%	15,5%	22,7%	11,6%	33,6%	2082
Perú	15,1%	12,2%	25,9%	15,3%	39,0%	1861
Rep. Dominicana	9,8%	7,2%	16,8%	7,6%	23,2%	2081
Uruguay	7,4%	5,0%	12,2%	6,6%	18,5%	1634
Venezuela	14,5%	7,1%	20,2%	5,4%	24,9%	1709
Regiones de Chile						
Región de Antofagasta	7,41%	6,05%	13,22%	8,4%	20,05%	524
Región Metropolitana	8,67%	8,45%	16,17%	9,5%	25,01%	755
Región de Valparaíso	6,68%	6,58%	13,27%	6,4%	19,38%	634
Región del Bío-Bío	5,5%	5,8%	11,13%	7,5%	18,42%	674
Región de los Ríos	7,19%	7,07%	13,88%	11,4%	23,82%	506

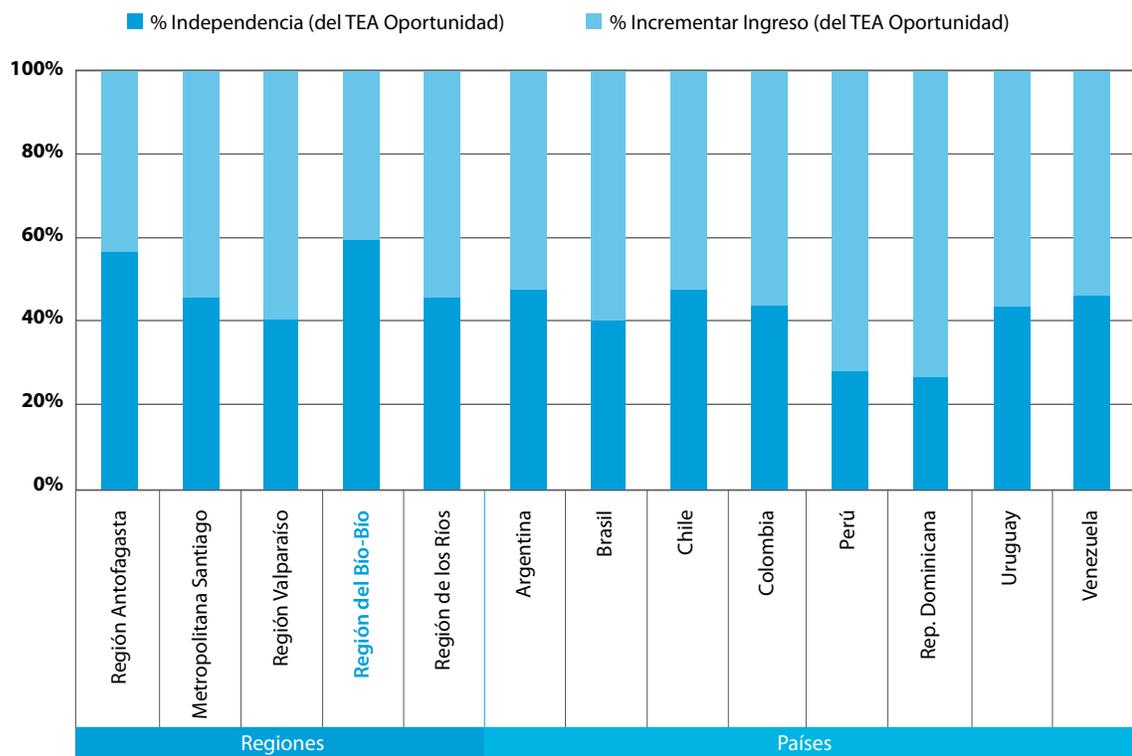
4.2 MOTIVACIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

El proyecto GEM ha venido profundizando en el estudio de las causas o motivaciones que llevan a los emprendedores a iniciar la actividad empresarial. Si bien la mayoría de los individuos que se declara emprendedor lo hace por el reconocimiento de una oportunidad de negocios; otros lo hacen porque no tienen otra opción laboral. Para aquellos que persiguen una oportunidad de negocio existen dos principales motivadores: el deseo de independencia y el deseo de incrementar sus ingresos en comparación a permanecer como empleados. El resto de los “emprendedores” son aquellas personas que manifestaron no tener otro medio para subsistir (emprendedores motivados por necesidad) y aquellas personas que manifestaron estar involucrados en la actividad emprendedora principalmente para mantener sus ingresos.

Lo interesante para Chile es que en este indicador se sitúa a nivel de países más desarrollados lo cual es importante dado que los emprendedores están manifestando que persiguen oportunidades, lo cual pudiera también reflejar que la relativa estabilidad y crecimiento económico de los últimos años sitúa al país -desde el punto de vista de los emprendedores en etapas iniciales- en un escenario propicio para hacer negocios.

Analizando los dos tipos de motivaciones para el emprendimiento por oportunidad la **Figura 7** muestra que en Latinoamérica y en algunas de las regiones analizadas los motivadores principales son incrementar los ingresos. En el caso de la Región del Bío-Bío, el 59% de los emprendedores motivados por oportunidad desean más independencia; en cambio el 41% desea incrementar sus ingresos, siendo la región con el mayor número de emprendedores que buscan independencia, incluso por arriba de los países latinoamericanos.

FIGURA 7: BALANCE ENTRE LOS DOS MOTIVADORES DE OPORTUNIDAD EN EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES

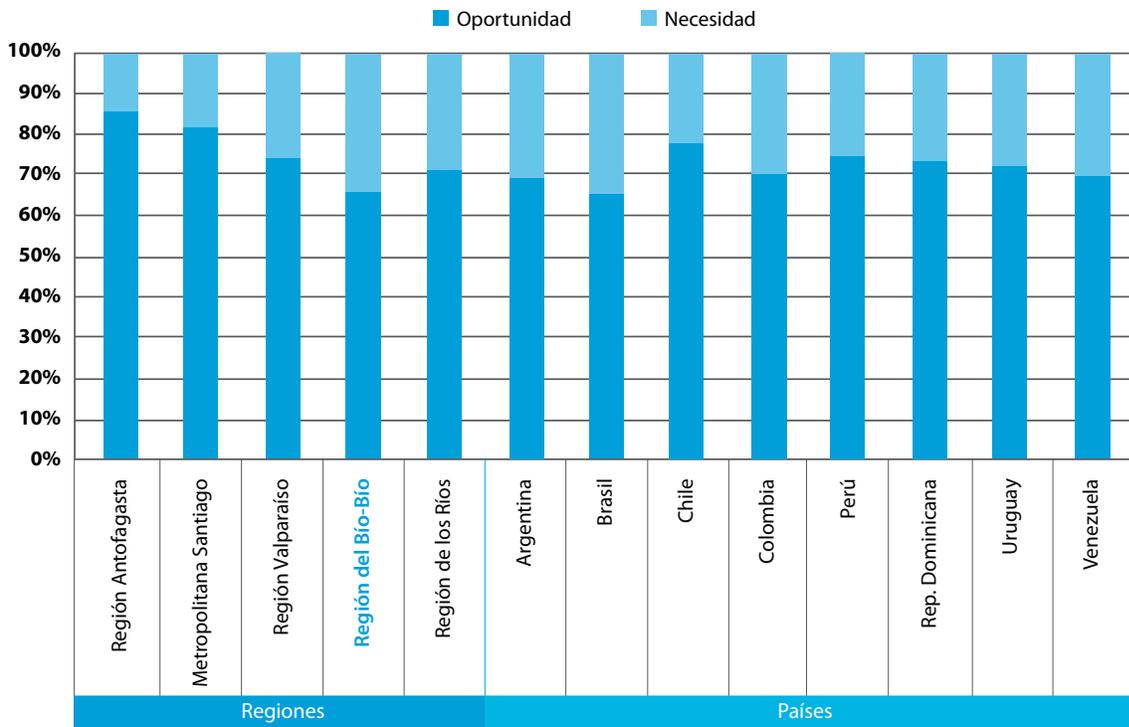


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Otro aspecto importante, sobre todo cuando se habla de la motivación para emprender, consiste en analizar a los emprendedores nacientes. Esto es si las nuevas iniciativas empresariales o de negocio están motivadas por necesidad o por la búsqueda real de una oportunidad. En el entorno GEM, consistente con los indicadores anteriores, todos los países participantes en 2007 presentan una mayor proporción de emprendedores nacientes cuya principal motivación es la búsqueda de oportunidades, frente al emprendimiento por necesidad. La **Figura 8** muestra los porcentajes de cada categoría del total de los emprendedores nacientes por país y por región. Estos resultados también pueden ser una aproximación al nivel de desarrollo de las regiones, siendo aquellas de ingresos más altos quienes presentan los mayores ratios de oportunidad frente a necesidad. Chile encabeza la región con indicadores de 5,46% de la población adulta como emprendedor

naciente por oportunidad frente al 1,5% por necesidad. Este último dato es interesante porque es prácticamente igual que en el periodo 2006, lo cual indica que no hay un aumento considerable de emprendimientos por necesidad en este tipo de emprendedores. Sin embargo, la VIII Región presenta el mayor porcentaje de emprendedores por necesidad del país, con un 1,81% de la población adulta.

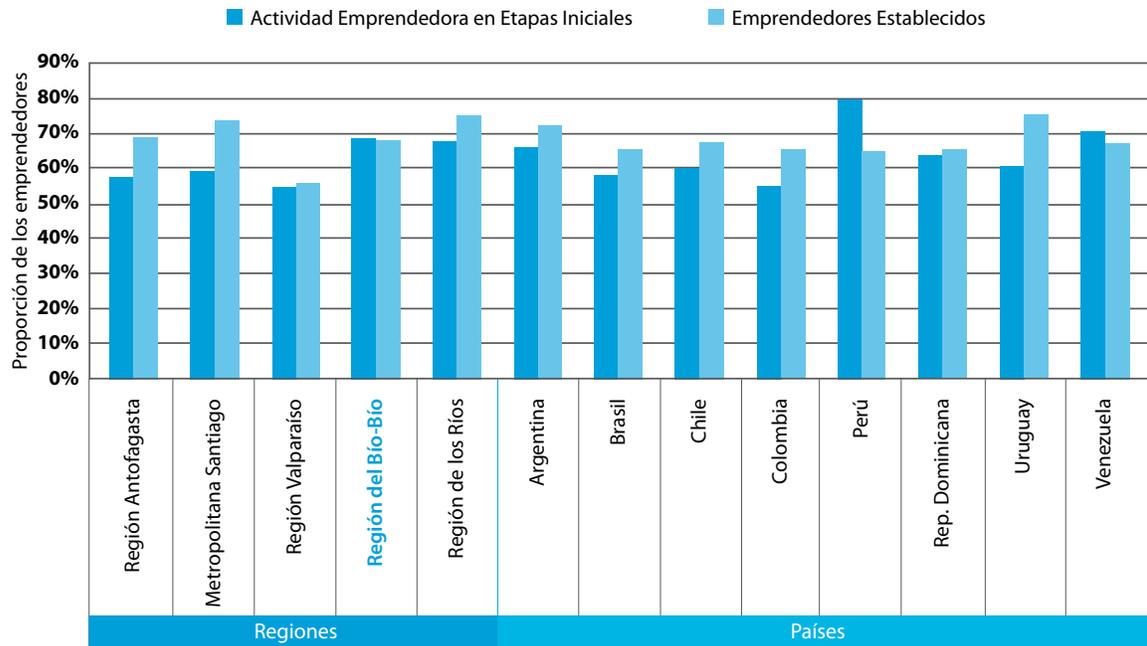
FIGURA 8: EMPRENDEDORES NACIENTES POR MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

La forma en que los emprendedores “explotan las oportunidades” puede tener relación con el tiempo laboral que dedican a sus negocios. La **Figura 9** muestra la proporción de emprendedores que manifiestan estar a tiempo completo en sus negocios. De nuevo existen diferencias importantes entre países, pero en general podemos decir que un emprendimiento a tiempo parcial suele ser una forma de obtener un ingreso extra sin descartar una fuente primaria de ingresos. En el ámbito latinoamericano las variaciones no son tan pronunciadas a excepción del Perú. En general, en todos los países los emprendedores establecidos tiene una mayor proporción de dedicación a tiempo completo, que los emprendedores en etapas iniciales. En Chile, los porcentajes son 60,1% para aquellos emprendedores en etapas iniciales que manifiestan estar a tiempo completo y 67,8% para los emprendedores establecidos, en cambio en la Región del Bío-Bío los valores respectivos son 68,9% y 68,2%, pertenecientes a los valores más altos en comparación con el resto de las regiones.

FIGURA 9: PROPORCIÓN DE EMPRENDEDORES QUE ESTÁN INVOLUCRADOS A TIEMPO COMPLETO EN SUS NEGOCIOS



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

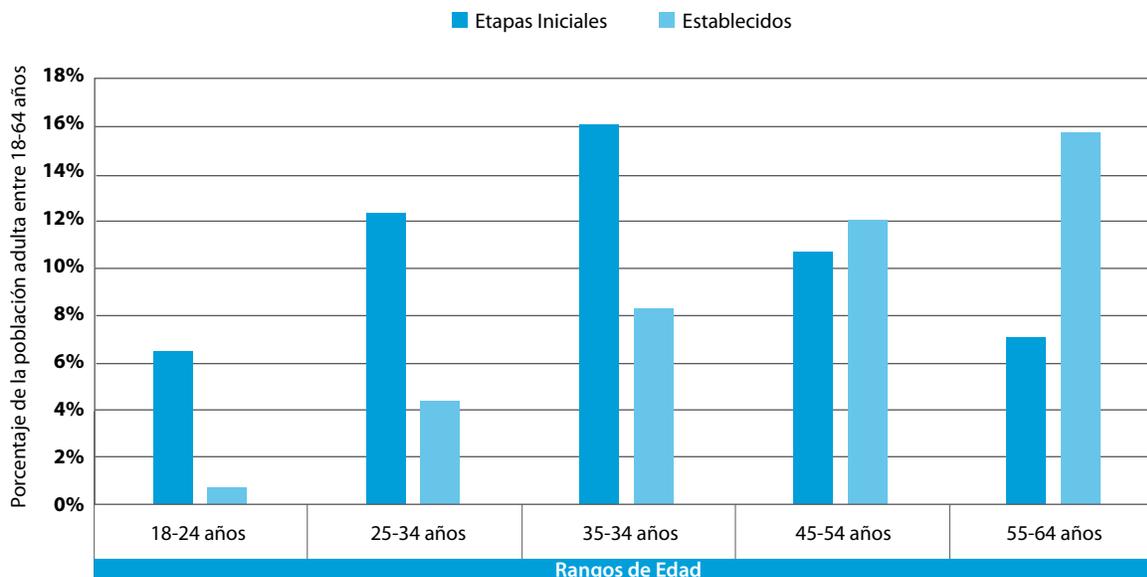
Como conclusión de esta sección podemos constatar que Chile y la Región del Bío-Bío continúan presentando una mayoría de emprendedores que inician un negocio o nueva empresa por oportunidad. Específicamente la VIII Región, se puede caracterizar por poseer un mayor número de actividad emprendedora en etapa naciente que establecida, y que esta actividad naciente se caracteriza por haber encontrado una oportunidad por sobre una necesidad, y esta oportunidad se encuentra motivada o impulsada por desear más independencia. Por otro ámbito, los índices de actividad emprendedora en etapas iniciales es la más baja a nivel nacional y la establecida se encuentran en el penúltimo lugar. Evidentemente las mayores oportunidades para hacer negocios y nuevas empresas dependerán de que se cumplan mejores condiciones en todo el “ecosistema emprendedor”, esto es desde la figura propia del emprendedor y sus motivaciones, hasta todos los factores que ayudan o puedan mejorar la propensión para que más individuos se involucren en la creación de una nueva empresa.

5 [CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA]

5.1 INDICADORES DE EDAD Y GÉNERO

Como ya hemos visto los niveles de actividad emprendedora difieren entre países y regiones, por lo cual es interesante estudiar algunas de las características propias de los emprendedores de la Región del Bío-Bío. La **Figura 10** muestra los rangos de edad de las personas involucradas en actividad emprendedora en la VIII Región, tanto en etapas iniciales como establecida.

FIGURA 10: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TOTAL POR EDADES



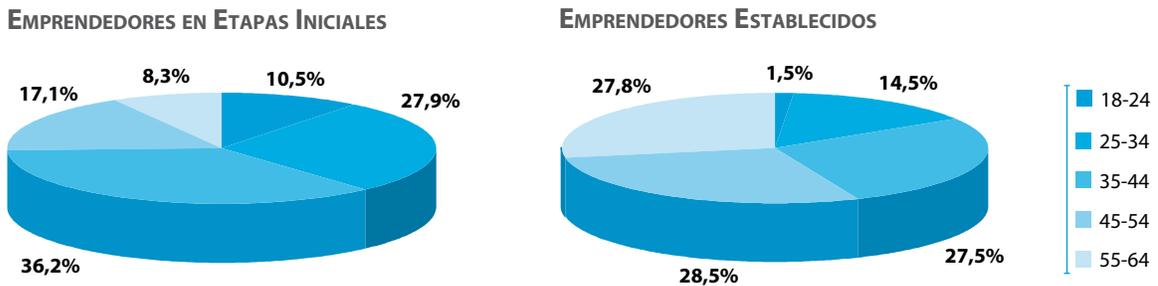
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Para el periodo 2007 en la VIII Región, la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 41,5 años en comparación con 39,6 años del promedio del país y la de los establecidos es 52 años vs. 48,7 años del promedio del país. Estos indicadores son superiores comparados con la media nacional. Como se puede observar en la **Figura 11**, los porcentajes de edad de personas involucradas en alguna actividad emprendedora en la VIII Región son mayores a partir de los 35 años, siendo incluso de mayor edad en el caso de los emprendedores establecidos. Lo anterior permite concluir que en la VIII Región el emprendimiento se inicia a una edad más tardía.

En la Región del Bío-Bío podemos inferir que a diferencia del resto del país, los emprendedores son personas que se inician con un grado mayor de experiencia laboral. Su tipo de emprendimiento entonces incluye un conocimiento laboral que puede incidir en el tipo de emprendimiento, o en el grado de sofisticación de ellos.

La edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 41,5 años y la de los establecidos es de 52 años.

FIGURA 11: PROPORCIÓN DE RANGOS DE EDAD EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



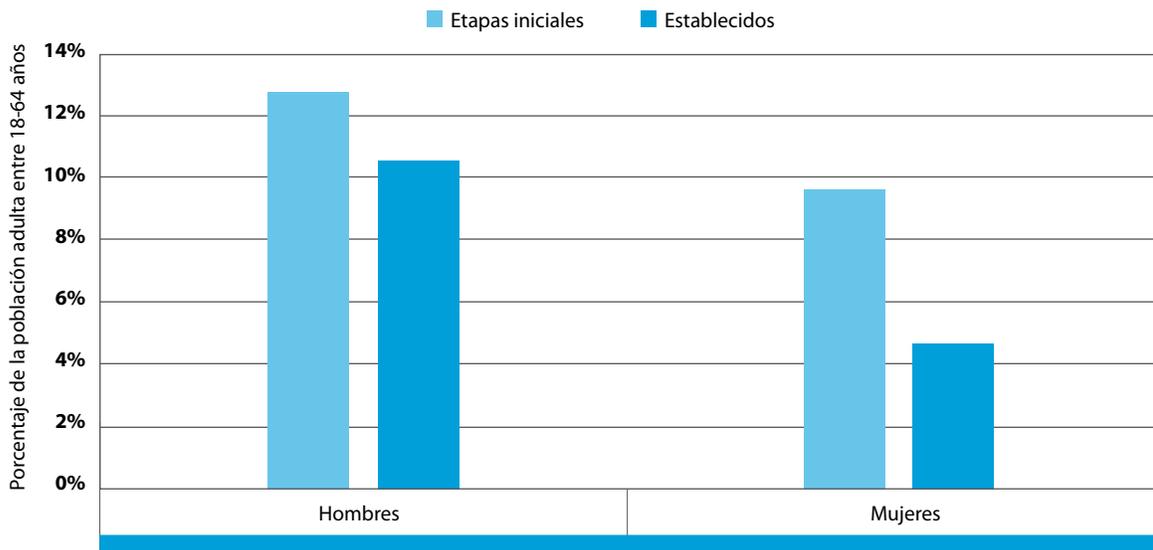
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

En cuanto a los rangos de edad, se puede inferir que la búsqueda de oportunidades de emprendimiento en etapas iniciales está mayormente reflejada por el grupo etario entre 35 y 44 años. Este grupo de personas que se encuentran en el mercado laboral y decidir salir de este mercado o complementar sus ingresos.

En los emprendedores establecidos, el grupo etario está entre 45 y 54 años, y tiene menos perspectivas de volver a ingresar al mercado laboral, dada las características actuales del mercado laboral chileno, por lo que ayudará a sus ingresos futuros.

Respecto a los indicadores de género la Figura 12 muestra que en la VIII Región prevalecen los hombres frente a las mujeres, acentuándose la diferencia en los emprendedores establecidos.

FIGURA 12: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA DE LA REGIÓN EMPRENDEDORA POR GÉNERO



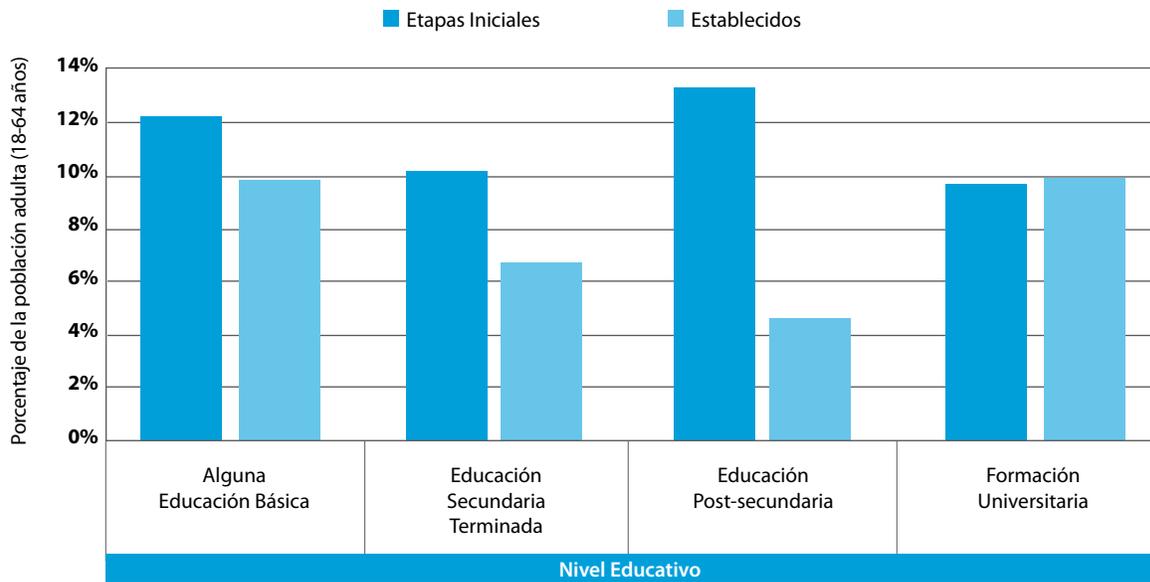
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

En este caso no existen diferencias representativas entre lo que sucede en el resto del país. En el caso de emprendedores en etapas iniciales los hombres representan un 12,75% frente a un 9,59% de las mujeres y en el caso de emprendedores establecidos estas diferencias son entre un 10,54% hombres vs. 4,59% mujeres.

5.2 INDICADORES DE NIVEL EDUCATIVO

El GEM estandariza los indicadores de nivel educativo con la finalidad de poder hacerlos comparables. Utiliza cuatro categorías que incluyen estudios de educación básica sin concluir, educación básica y secundaria concluida, alguna educación post-secundaria (incluye educación técnica y profesional) y grado académico (incluye educación universitaria y postgrados). La **Figura 13** muestra las estimaciones de porcentajes de población adulta de la región involucrada en alguna actividad emprendedora por nivel educativo. Resulta interesante observar que, como proporción de la población, son las personas que tienen estudios superiores quienes muestran una mayor propensión a emprender.

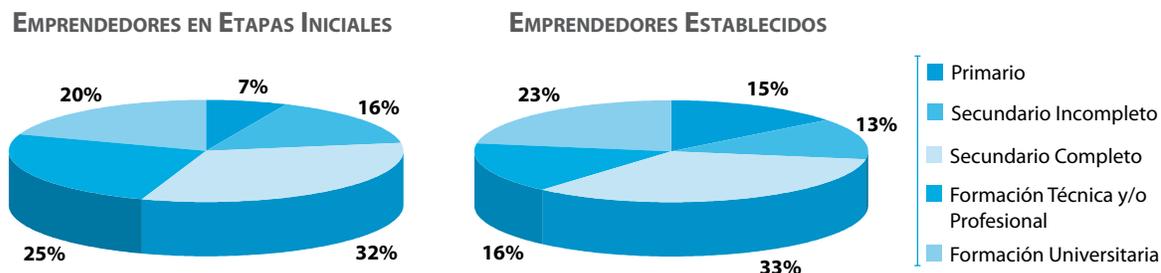
FIGURA 13: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TOTAL POR NIVEL EDUCATIVO



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Ahora bien, utilizando los datos de los encuestados involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales y establecidas, la **Figura 14** muestra la proporción de cada uno de los niveles de educación formal. Se observa que los emprendedores en etapas iniciales en su mayoría poseen estudios superiores (la suma de formación técnica y/o profesional más universitarios).

FIGURA 14: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ADULTA DE LA REGIÓN EMPRENDEDORA POR NIVEL EDUCATIVO



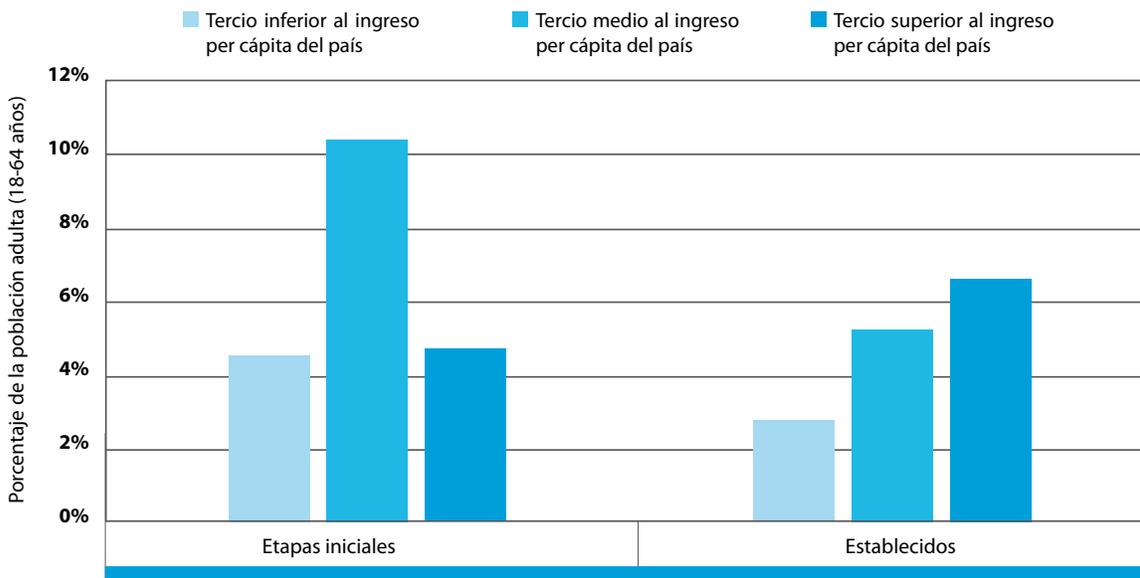
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Como conclusión de esta sección podemos observar que la actividad emprendedora en la VIII Región está muy asociada a mayores niveles educativos pero en menor proporción que la media nacional: 54% vs. 45%; los emprendedores que se mueven por una oportunidad de negocio vs. aquellos que se mueven por el factor necesidad, generalmente están relacionados con personas con mayores niveles educativos, por lo que los resultados aparecen mostrando esta coherencia.

NIVEL DE INGRESOS

Un indicador relevante es situar a los emprendedores en los diferentes niveles de renta familiar (ingresos). Con el fin de estandarizar la información y hacerla comparativa a nivel internacional, el GEM divide el ingreso de las personas en tercios de acuerdo al ingreso per cápita del país. Esto permite situar a los emprendedores por arriba o por debajo de la media del ingreso nacional. La **Figura 15** muestra estos porcentajes como proporción de la población adulta. Como se puede observar, la mayoría de los emprendedores se sitúa en la media del ingreso per cápita del país o por sobre ésta.

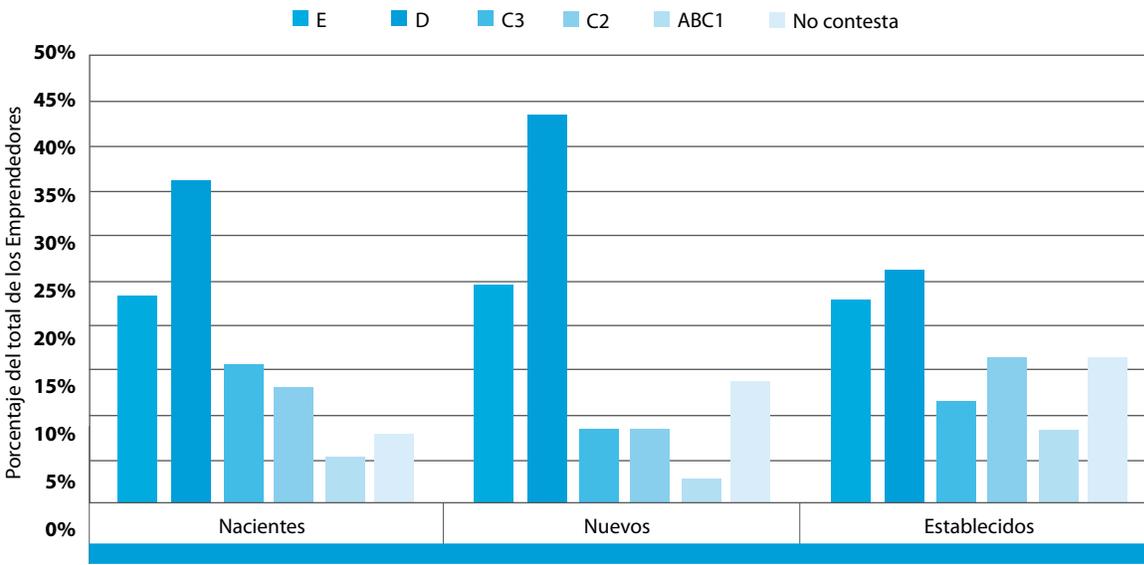
FIGURA 15: NIVEL DE INGRESOS Y ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Utilizando los criterios nacionales que determinan el nivel socioeconómico, la **Figura 16** muestra los porcentajes de emprendedores en cada una de las cinco categorías⁴. De este análisis podemos inferir que a medida que se consolida la actividad emprendedora, los ingresos tienden a subir.

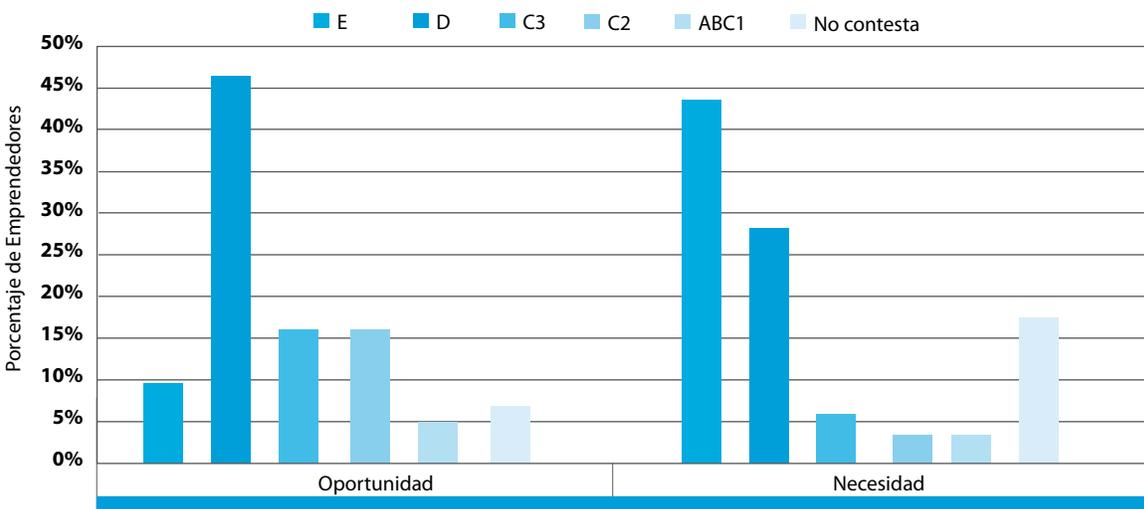
FIGURA 16: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN INGRESO FAMILIAR



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

La motivación para emprender también está relacionada con el ingreso. Como es de esperar, el porcentaje de quienes emprenden por necesidad es mayor en las personas con menor nivel de ingreso y el de quienes lo hacen por oportunidad corresponde al nivel de mayores ingresos como lo muestra la **Figura 17**.

FIGURA 17: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO Y MOTIVACIÓN



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

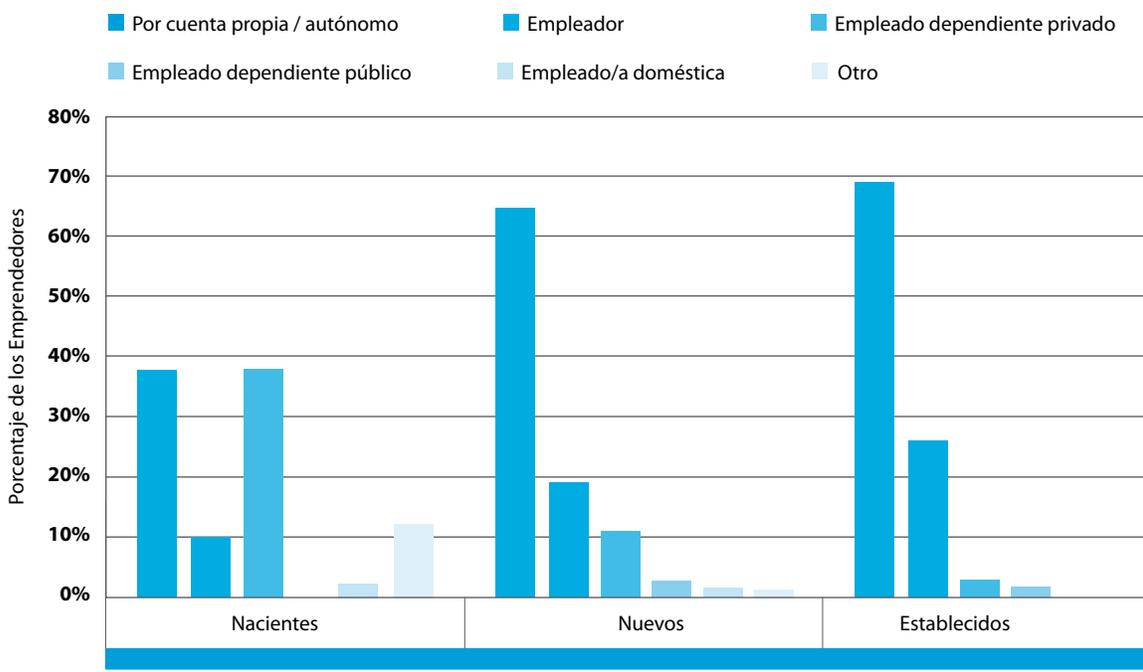
⁴ Los niveles corresponden a la siguiente distribución del ingreso: E \$1 - 220.000; D \$220.000 - 440.000; C3 \$440.000 - 670.000; C2 \$670.000 - 1.800.000; ABC1 más de \$ 1.800.000

5.4 SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRENDEDORES

En la VIII Región el 44% de los emprendedores en etapas iniciales y el 67,8% de los emprendedores establecidos manifiestan estar trabajando a tiempo completo en sus negocios, de los cuales 2,3% son estudiantes y 1,6% jubilados. Cabe destacar que sólo el 5,3% de los emprendedores en etapas iniciales señaló estar desocupado, lo cual es un buen indicador, ya que refleja la rapidez con la que se involucran formalmente las personas en la constitución de nuevos negocios o empresas.

Respecto al tipo de empleo, tal como se comentó, la mayoría de los emprendedores manifestó ser autónomo o independiente. Esta situación es relevante dado que mucha de la actividad emprendedora de Chile está basada en autoempleo y con poca perspectiva de crecimiento como se analizará más adelante. La **Figura 18** muestra la distribución porcentual del tipo de empleo tanto en emprendedores en etapas iniciales como establecidos.

FIGURA 18: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN TIPO DE EMPLEO

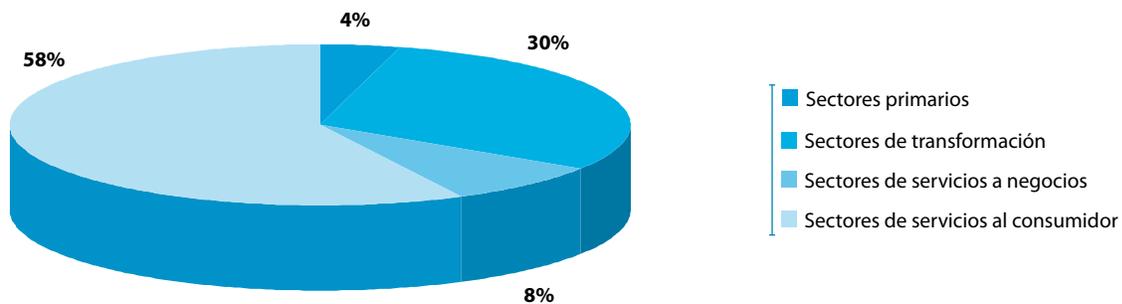


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

5.5 SECTORES INDUSTRIALES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

La distribución sectorial de la actividad emprendedora en etapas iniciales en la VIII Región para el periodo 2007 se puede ver en la **Figura 19**, presenta una pauta similar al indicador nacional. 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) están en tercer lugar y finalmente, con el menor porcentaje, las actividades primarias (agricultura, ganadería, pesca, minería).

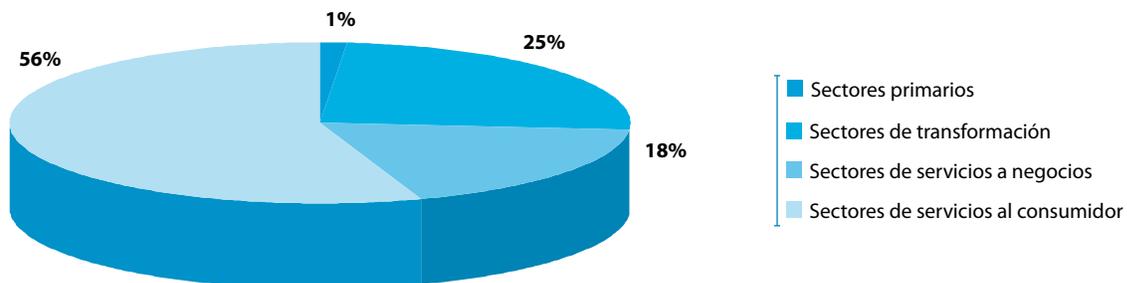
FIGURA 19: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR SECTOR ECONÓMICO



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Respecto a los emprendedores establecidos se observa que esta misma relación prevalece, siendo los sectores de servicios al consumidor los que mayores porcentajes tienen (ver **Figura 20**).

FIGURA 20: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA ESTABLECIDA POR SECTOR ECONÓMICO



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

La actividad emprendedora se desarrolla principalmente en sectores orientados al consumidor final -vender algún producto o servicio-.

Cabe destacar que las actividades en sectores orientados a consumidores, siguen siendo las más habituales tanto en los países y regiones con ingresos medios del entorno GEM. Esto se debe principalmente a la relativa facilidad y bajo requerimiento de capital que tienen muchos de estos emprendimientos, por ejemplo pequeños comercios o autoempleo. Por lo tanto es más común observar este tipo de actividades frente a negocios más sofisticados, más frecuentes en economías desarrolladas. El reto en la Región del Bío-Bío es tratar de ampliar la base de mayores emprendimientos con potencial de desarrollo tanto en el mercado nacional como aquellos con proyección internacional. Evidentemente puede haber buenas oportunidades de negocio en diversos sectores, es decir, no implica que un sector sea mejor que otro para emprender. Lo importante radica en saber “captar” las oportunidades reales que hay en el mercado para que los emprendedores o potenciales emprendedores puedan generar negocios competitivos sin importar el sector. A continuación se analizarán los aspectos competitivos de la actividad emprendedora.

La Región del Bío-Bío como una región en la que prevalecen actividades agrícolas e industriales; puede ser demandante de productos y servicios con tecnologías o en general con grados de sofisticación de mayor alcance. Aún falta en la región un mayor conocimiento de las demandas de las industrias que puedan ser satisfechas por emprendedores de la región.

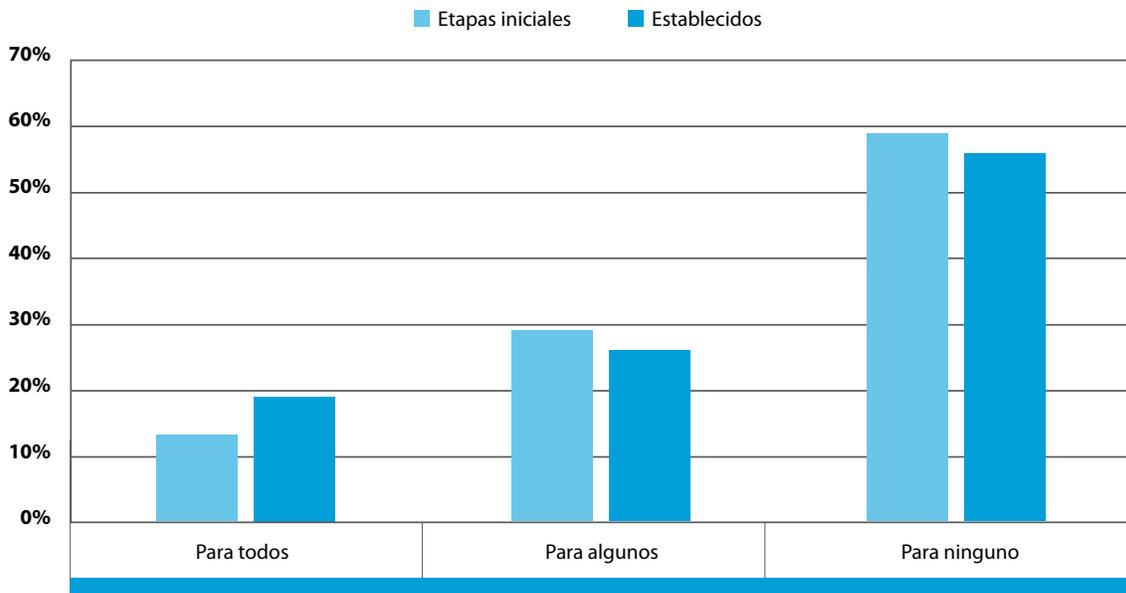
5.6 INNOVACIÓN, COMPETITIVIDAD Y CRECIMIENTO

Un aspecto importante de la actividad emprendedora tiene que ver con la capacidad de innovación, la competitividad y sustentabilidad de la misma. El economista Joseph Schumpeter (1934) sentó las bases para vincular el emprendimiento con la innovación. Su teoría de la “destrucción creativa” plantea que los emprendedores son capaces de “romper” el equilibrio en el mercado porque pueden introducir nuevos productos o servicios o innovaciones. Estas innovaciones pueden hacer más competitivo el mercado y a su vez, ampliar las posibilidades de eficiencia y productividad. Así, la innovación es un medio por el cual los emprendedores pueden contribuir al crecimiento económico.

La metodología del GEM utiliza diferentes medidas o factores que permiten tener una visión acerca de cuál es el “comportamiento de innovación y competitivo” de la actividad emprendedora. Un primer factor está relacionado con lo novedoso que es en el mercado el producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor. Como se puede observar en la **Figura 21**, los emprendedores establecidos son quienes manifiestan que un mayor porcentaje de sus productos o servicios son nuevos en el mercado. Esto es contrario a la media nacional. Dado el tamaño del mercado regional, la probabilidad de tener varios competidores en un mismo rubro es baja, esto lleva a presentar diferentes productos o servicios cada uno de ellos con un grado de sofisticación.

FIGURA 21: NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LOS EMPRENDEDORES

¿QUÉ TAN NUEVO ES SU PRODUCTO O SERVICIO PARA SUS CLIENTES?

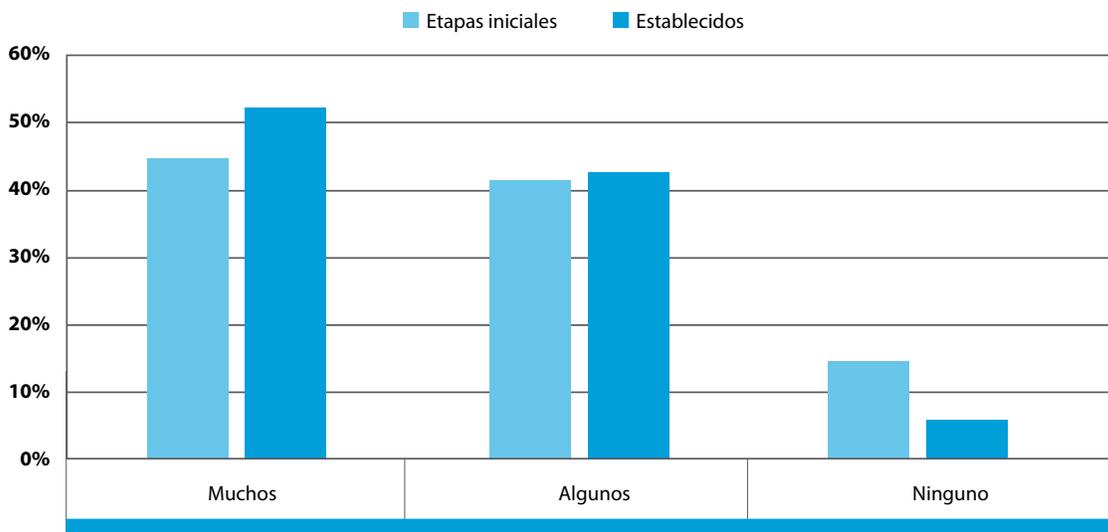


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

El segundo factor está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares. La **Figura 22** muestra que apenas un 14% de los emprendedores en etapas iniciales y un 5% de emprendedores establecidos no perciben competencia directa, situando a la actividad emprendedora con relativa poca capacidad para detectar nuevos nichos de mercado, si bien los emprendedores en etapas iniciales manifiestan tener menos competencia directa y por lo tanto, tener una mejor posición competitiva relativa. Esto refrenda el punto anterior.

FIGURA 22: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA

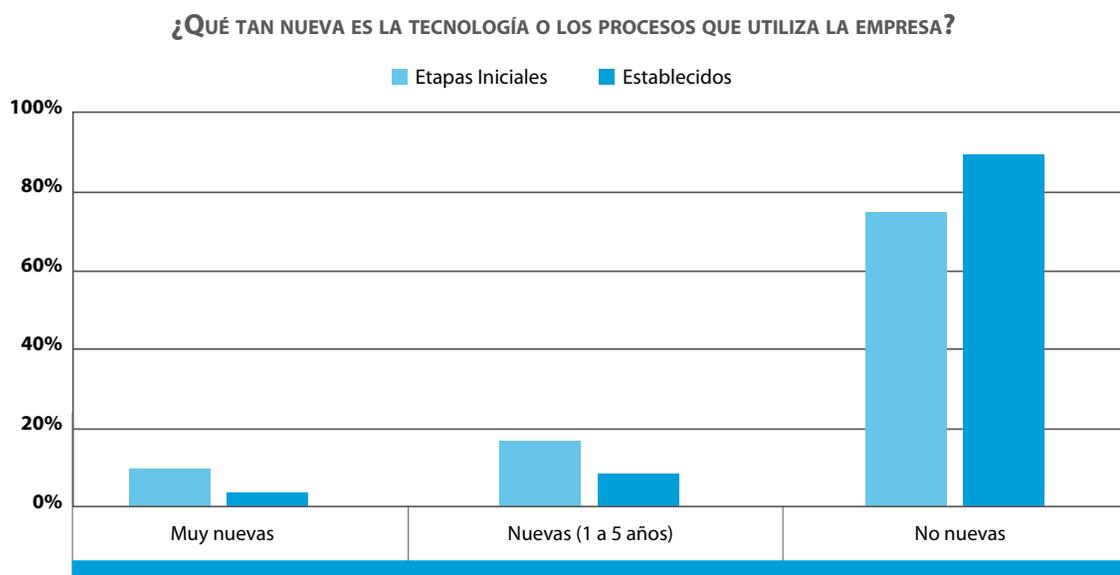
¿CUÁNTOS COMPETIDORES OFRECEN SUS MISMOS PRODUCTOS O SERVICIOS?



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

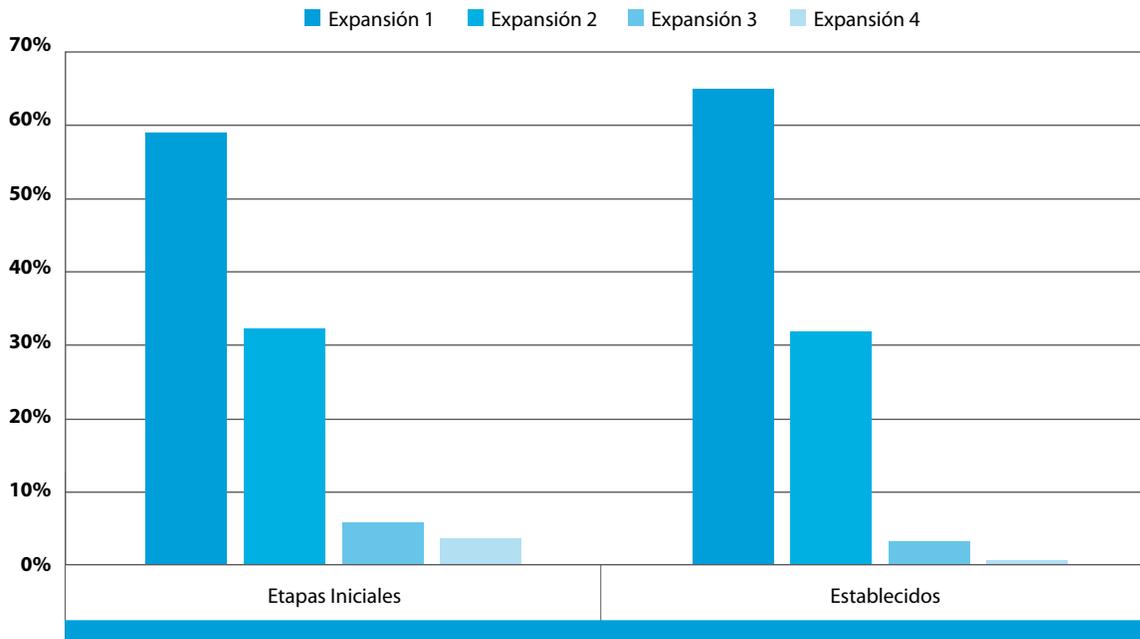
Otro factor está relacionado con la capacidad de aprovechar las nuevas tecnologías de producción o de procesos. Generalmente, podemos asociar el uso de nuevas tecnologías a una mejor utilización de los recursos, mayor productividad, mejor calidad, etc. La **Figura 23** muestra cómo los emprendedores en etapas iniciales son ligeramente más propensos a utilizar nuevas tecnologías. Como ya se constató las actividades predominantes son aquellas que están orientadas al consumidor y que no son muy “sofisticadas” tecnológicamente hablando. Se considera sólo las actividades que requieren un nivel tecnológico de medio a alto, por ejemplo telecomunicaciones o biotecnología, el porcentaje de emprendimientos en etapas iniciales que están en estos sectores es de 1,3% y de 5,8% en emprendedores establecidos. Por otra parte este indicador también es congruente con los indicadores de autoempleo que se analizó antes, dado que los trabajadores autónomos generalmente no están en sectores de alta tecnología. Un hecho que pudiera estar repercutiendo en este indicador es la relativa poca capacidad de transferencia de investigación y desarrollo hacia la actividad emprendedora.

FIGURA 23: USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS



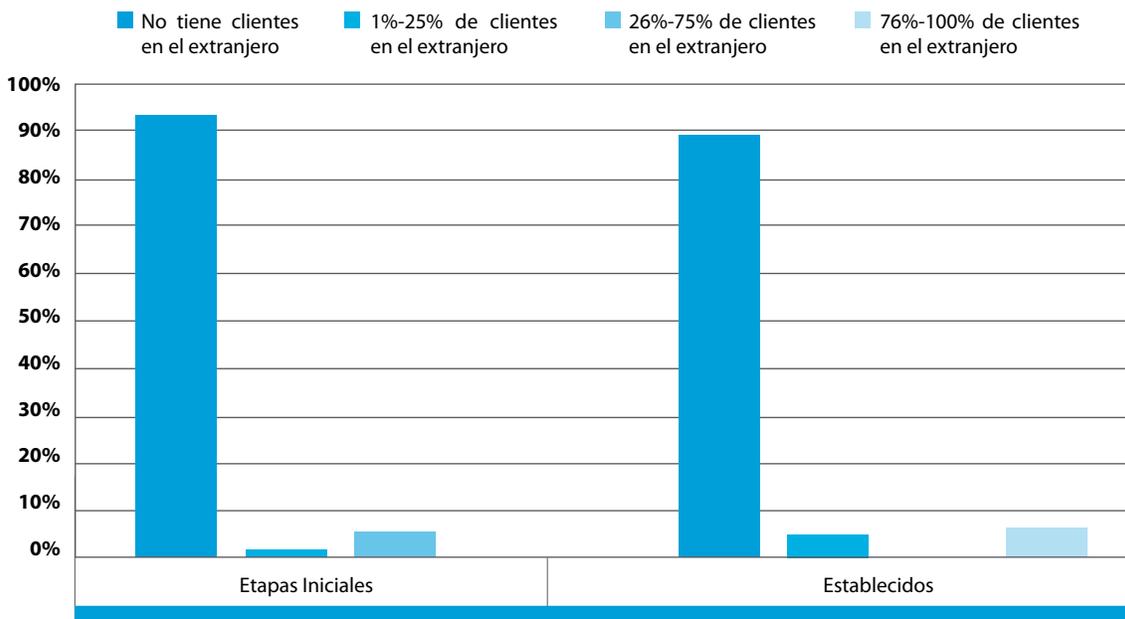
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Otro resultado es la combinación de los factores anteriores relacionados con tecnología más la opinión de los entrevistados en cuanto a su participación de mercado futura. Para este fin el GEM calcula un índice de cuatro puntos, donde 4 indica el máximo impacto en cuanto a expansión de mercado; 3 una expansión del mercado usando tecnología; 2 expansión de mercado sin uso intensivo de tecnología y finalmente 1 que significa poca o nula expansión. Estos indicadores se muestran en la **Figura 24**. Nuevamente se observa que la actividad emprendedora no está muy orientada al crecimiento ni al uso de nuevas tecnologías tanto en productos o servicios como en los procesos.

FIGURA 24: EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO

Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Otro indicador está relacionado con la actividad exportadora de los emprendedores, medido por el porcentaje de clientes que tienen en el extranjero. Como se puede observar en la **Figura 25**, sólo el 6% de los emprendedores establecidos, están fuertemente orientados a mercados exteriores y prácticamente ningún emprendedor en etapas iniciales tiene fuerte orientación exportadora. La gran mayoría de los emprendedores (arriba del 85%) se concentra en el mercado local.

FIGURA 25: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y EXPORTACIÓN

Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

En términos generales la percepción que tienen los emprendedores respecto de la competitividad de sus negocios es baja.

El último aspecto a considerar es la capacidad de generación de empleo. El GEM estima el porcentaje de la población adulta involucrada en la actividad emprendedora en etapas iniciales que manifestaron tener expectativas de crear al menos un empleo durante los próximos 5 años. El 90% de los emprendedores en etapas iniciales manifestó tener intención de crear al menos un empleo. Finalmente cuando se preguntó sobre las expectativas de alto potencial de crecimiento, es decir, si los emprendedores en etapas iniciales tenían la intención de crear 19 o más empleos en los próximos 5 años, el porcentaje es de 10%, menor a la media nacional que es de 14%. El propio GEM analiza en profundidad a este último tipo de emprendimiento que cuya proporción respecto al total de emprendedores es muy poca en todos los países. Sin embargo, su repercusión es muy relevante tanto a nivel económico como social⁵. De ahí que tanto para los propios emprendedores de alto potencial de crecimiento, como para los programas privados y gubernamentales de apoyo sea importante contar información más profunda sobre este tipo de emprendimiento.

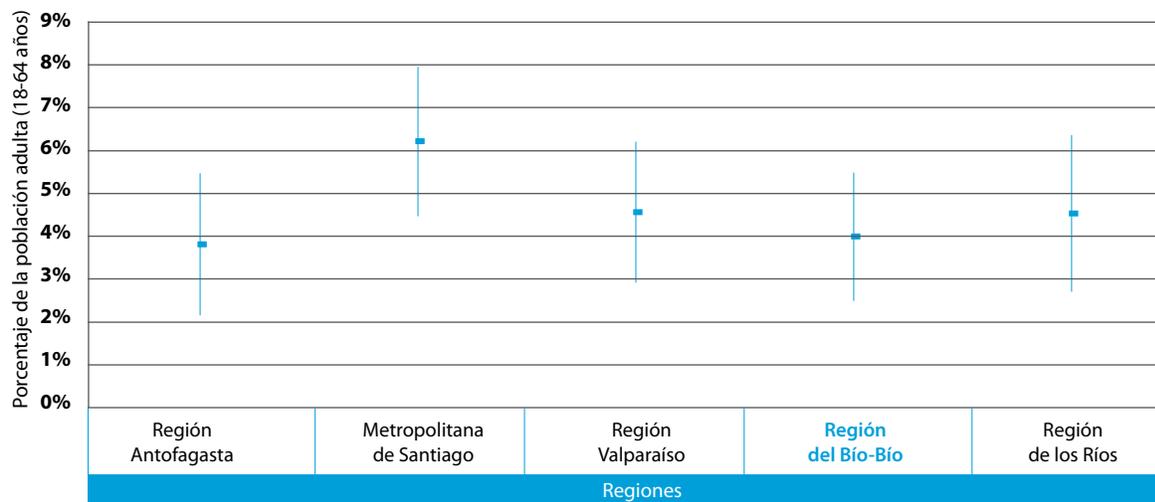
En síntesis se puede decir que en términos generales la percepción que tienen los emprendedores respecto de la competitividad de sus negocios se mantiene baja. Si bien existe un porcentaje de ellos que declararon esperar un buen crecimiento de su empresa y aumentar la participación de mercado en el corto y mediano plazo, los análisis de los factores competitivos indican que un gran porcentaje del emprendimiento en la VIII Región al igual que a nivel nacional aún mantiene pocas o nulas expectativas de crecimiento, es decir, los emprendedores innovadores, dinámicos y con alto potencial de crecimiento son relativamente pocos en Chile y en la Región del Bío-Bío. Esto puede estar altamente correlacionado con algunos determinantes que garantizan la supervivencia de las empresas. Por ejemplo, una empresa que no crece puede presentar problemas de gestión, problemas financieros (acceso a mayor financiamiento), falta de tecnología e innovación, etc. Un estudio reciente sobre emprendedores dinámicos en Chile realizado por Kantis y otros (2008) confirma estos hechos. Adicionalmente esta relativa baja competitividad también puede estar relacionada con otros factores ya analizados como el autoempleo y el tipo sector económico donde se realiza la actividad emprendedora. Para que Chile dinamice la actividad emprendedora, se debe buscar que los emprendedores enfoquen sus esfuerzos en la búsqueda de oportunidades reales de mercado. El uso de tecnologías y modelos de negocios innovadores pueden convertirse en fuente de ventajas competitivas que den mayor perspectiva de desarrollo para la actividad emprendedora del país y de la región.

⁵ Un ejemplo de esto es el informe *GEM Report on High-Expectation Entrepreneurship* que puede ser consultado en www.gem-consortium.org. Chile no está referenciado en los informes del 2006 y 2007 justamente por no contar con los suficientes casos que permitieran estimar un intervalo de confianza aceptable para poder inferir sobre la población y hacerlo comparativo con otros países.

5.7 CIERRE O CULMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

El cierre o culminación de una actividad emprendedora debe verse como parte del “proceso natural” en la dinámica de los negocios. En algunos países esta dinámica equivale a una “rápida regeneración” de la actividad emprendedora. En la **Figura 26** se registran los porcentajes de personas que han descontinuado un negocio por región. La VIII Región presenta un 4% lo cual es menor a la media nacional que es cercana al 5%. Sin embargo, la pregunta a plantear es si se pueden considerar estos indicadores como un sinónimo de fracaso empresarial.

FIGURA 26: PROPORCIÓN DE LA POBLACIÓN QUE HA DESCONTINUADO O CERRADO SU NEGOCIO EN LOS PASADOS 12 MESES

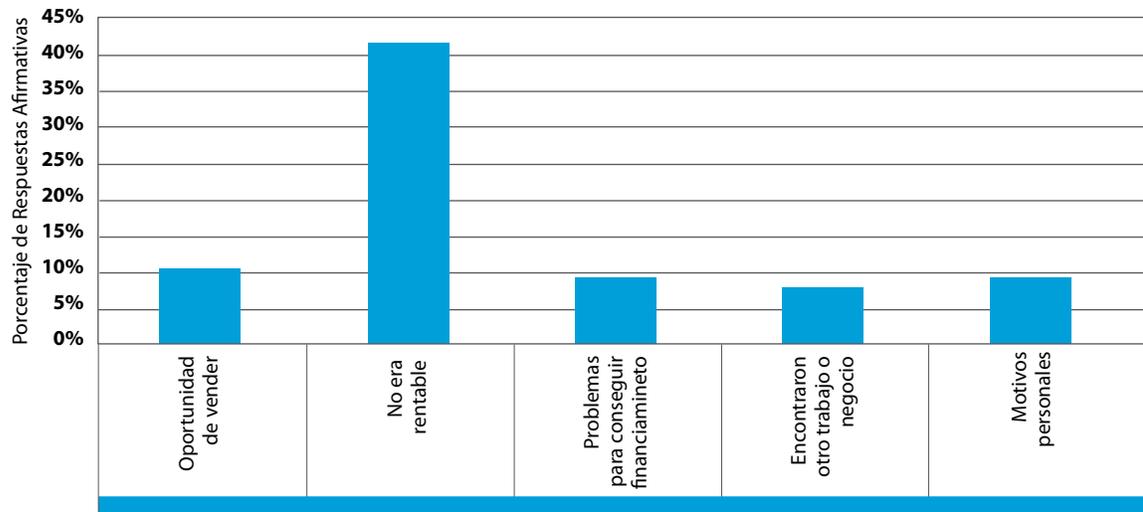


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Generalmente se asume que cerrar un negocio es sinónimo de fracasar. Un estudio de Headd (2003) realizado en Estados Unidos, sugiere que cerca de un tercio de las empresas que cerraron en un determinado periodo eran firmas exitosas. Por lo tanto, las razones para terminar un negocio no siempre deben o pueden asociarse al fracaso empresarial. Desde el año 2006 el GEM registra a las personas que habían tenido algún tipo de actividad emprendedora en los 12 meses anteriores a la aplicación de la encuesta. A ellas se les pregunta sobre cuáles eran los principales motivos por los que habían cerrado o interrumpido su negocio o empresa. Si bien existen diversos motivos y estos varían entre cada país, en aquellos de ingresos medios y bajos el 55% de las razones citadas se refieren a problemas financieros y en los países de altos ingresos sólo alcanzan un 35%. Para el caso de VIII Región la **Figura 27** muestra que efectivamente los problemas relacionados con la rentabilidad del negocio y acceso a financiamiento (problemas financieros) son la principal causa. Estos motivos de cierre también pudieran estar relacionados con los factores competitivos anteriormente analizados, sobre todo en situaciones de inestabilidad financiera que ponen en peligro la supervi-

vencia de la empresa o negocio. Sin embargo, cerca de un 10 % de los entrevistados manifestó que tuvo la oportunidad de vender. Esto demuestra que discontinuar un negocio es un elemento natural y normal en el proceso emprendedor y que ayuda a distribuir no sólo innovación sino recursos financieros y humanos a través de empresas más eficientes.

FIGURA 27: RAZONES PARA EL CIERRE DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



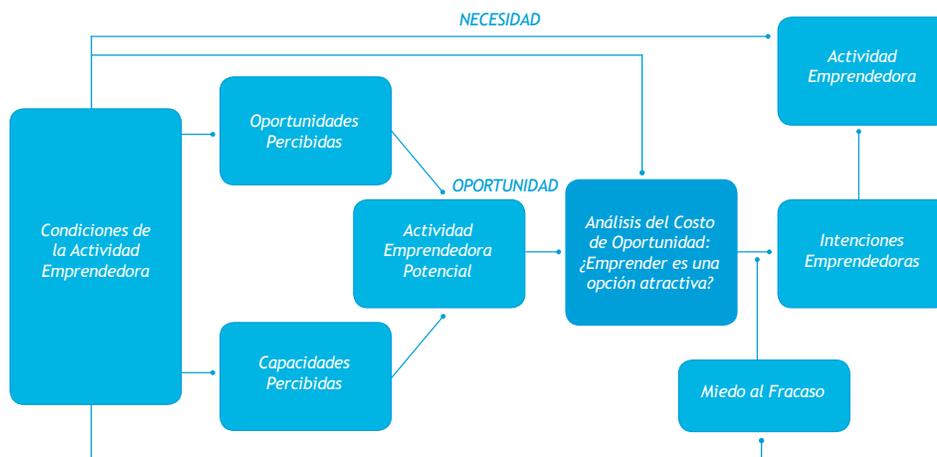
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

6 [PERCEPCIÓN SOBRE EL EMPRENDIMIENTO Y SU VÍNCULO CON LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA]

Un elemento muy importante dentro del contexto emprendedor de los países o regiones es cómo las personas perciben el emprendimiento. Existen una serie de factores que van desde cómo las personas distinguen que tienen las habilidades y el conocimiento para iniciar un nuevo negocio hasta si existen oportunidades para hacer negocios y si éstas son percibidas por los potenciales emprendedores. Adicionalmente factores socio-culturales, demográficos y políticos pueden influir en cómo la gente percibe su propia capacidad emprendedora y también cómo observan las oportunidades de negocio.

La **Figura 28** adaptada de Wennekers (2006) identifica los principales componentes de la actitud emprendedora y es una representación más amplia de la parte inferior del modelo general del GEM descrito en la introducción. Partiendo desde las condiciones para el emprendimiento, podemos observar que éstas pueden afectar la forma en cómo una persona se involucra en una actividad emprendedora. Cabe resaltar que el GEM pone énfasis en la percepción de estos factores (capacidades u oportunidades), no en las capacidades “reales” u oportunidades “reales” (lo cual es sumamente complicado de estudiar y generalizar). Sin embargo, dichas percepciones guardan una relación importante con la dinámica emprendedora (Arenius y Minniti, 2005; Minniti y Nardone, 2007).

FIGURA 28: CONDICIONES NACIONALES Y REGIONALES PARA EL EMPRENDIMIENTO, PERCEPCIONES ACERCA DEL EMPRENDIMIENTO Y COMPROMISO CON LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



Adaptado de Wennekers (2006)

Si bien no existe un patrón general que describa la secuencia con la que una persona se involucra en la actividad emprendedora, claramente hay un vínculo entre la intención y la acción final de emprender. En muchos casos los individuos están motivados por una oportunidad real de negocio, mientras que en otros tienen que emprender por necesidad. Así, el compromiso con la actividad emprendedora también depende de las circunstancias y las condiciones generales de las regiones o países.

En la encuesta a la población adulta se recoge información sobre las percepciones individuales y el conocimiento general sobre el emprendimiento. En ella se pregunta a todas las personas de la muestra (emprendedores o no) si conocen a personas emprendedoras, si perciben buenas oportunidades, si creen que tienen las habilidades y conocimientos para iniciar un nuevo negocio o empresa y si el miedo al fracaso es una restricción para hacerlo. Con estos indicadores se puede estimar cuál es su potencial emprendedor, así como las intenciones emprendedoras. Estos indicadores también revelan una percepción general sobre el emprendimiento en el país. La **Tabla 2** muestra estos indicadores comparando el país con la región.

TABLA 2: PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

<i>¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?</i>	
<i>Chile</i>	<i>Región del Bío-Bío</i>
47,4%	50,3%
<i>¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?</i>	
<i>Chile</i>	<i>Región del Bío-Bío</i>
49,0%	43,8%
<i>¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?</i>	
<i>Chile</i>	<i>Región del Bío-Bío</i>
64,2%	67,5%
<i>El temor al fracaso le impide el iniciar un nuevo negocio</i>	
<i>Chile</i>	<i>Región del Bío-Bío</i>
31,8%	35,5%

Las comparaciones muestran que las personas de la región manifestaron conocer a emprendedores por arriba de la media nacional; igualmente en lo que se refiere a conocimientos. En cuanto a las oportunidades perciben menos que la media nacional y son ligeramente más temerosos al fracaso.

Adicionalmente a todos los encuestados se les hicieron tres preguntas sobre cuál es su percepción más general sobre la creación de negocios. Estos aspectos son si el emprender es considerado una buena elección profesional, si los emprendedores son socialmente bien percibidos y si la exposición mediática que tiene el emprendimiento en Chile es considerable. La **Tabla 3** recoge los porcentajes de respuestas afirmativas para cada una de las tres preguntas planteadas.

TABLA 3: FACTORES DE PERCEPCIÓN DE GENERAL DE LA POBLACIÓN SOBRE EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)

<i>La mayoría de las personas consideran que iniciar un negocio o empresa es una buena carrera o profesión.</i>	
<i>Chile</i>	<i>Región del Bío-Bío</i>
67,3%	65,3%
<i>Aquellas personas que han sido exitosas en iniciar un negocio o empresa tienen un alto nivel de reconocimiento y respeto.</i>	
<i>Chile</i>	<i>Región del Bío-Bío</i>
68,9%	66,9%
<i>Se puede ver con frecuencia en los medios de comunicación historias de nuevos negocios exitosos</i>	
<i>Chile</i>	<i>Región del Bío-Bío</i>
58,7%	57,9%

Estas tres respuestas indican que en general en la región el emprendimiento es bien percibido. El que se considere que emprender es una buena elección laboral y que se reconozca que existe una exposición de los emprendedores en los diferentes medios de comunicación es un signo de aceptación social de la actividad emprendedora. Asimismo reconocer a los emprendedores como personas exitosas es una buena aproximación para determinar el nivel de “cultura emprendedora”. Este aspecto que ya hemos analizado en reportes anteriores nos permite inferir que, en general, en Chile existe una valoración social hacia el empresario, sin embargo, aún prevalecen ciertas barreras culturales y sociales que no enfatizan la actividad emprendedora, como la aversión al riesgo o poco fomento a la creatividad e innovación. Este último aspecto quedó ya de manifiesto en los puntos anteriores donde se analizó la competitividad y el grado de uso de tecnologías. En la siguiente sección se analizará en profundidad cada uno de los aspectos de las condiciones nacionales del marco emprendedor.

7 [EL CONTEXTO EMPRENDEDOR]

En la introducción de este reporte se expuso que el modelo GEM (ver **Figura 2**) considera que el impulso emprendedor es potenciado o limitado por el contexto específico en que se desarrolla la actividad emprendedora. Se explicó que el modelo del GEM establece que la actividad económica de las empresas establecidas varía dependiendo de las condiciones nacionales dentro de un marco más general, mientras que la actividad emprendedora varía específicamente dadas ciertas características únicas de los países. A estas características se les ha denominado condiciones de la actividad emprendedora. Estas características son también contingentes para el análisis realizado por los expertos regionales. El estudio de estas condiciones pretende vincular la relación económica y social que afecta al sector emprendedor, pero no es capturada por las condiciones regionales generales.

CONDICIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO QUE ANALIZA EL GEM

LA METODOLOGÍA DEL GEM HA DEFINIDO UN CONJUNTO DE DIEZ VARIABLES QUE AFECTAN DIRECTAMENTE EL DESEMPEÑO DEL EMPRENDEDOR, EN CUANTO A SU CAPACIDAD PARA IDENTIFICAR, EVALUAR Y TOMAR LAS OPORTUNIDADES DISPONIBLES. ESTAS CARACTERÍSTICAS - QUE NO ESTÁN LISTADAS EN ORDEN DE IMPORTANCIA - SON:

- 1. 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).
- 2. POLÍTICAS DE GOBIERNO:** SE REFIERE AL GRADO EN QUE LAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO (REFLEJADAS EN REGULACIONES, IMPUESTOS) Y LA APLICACIÓN DE ÉSTAS TIENEN COMO OBJETIVO (A) EL APOYAR A LAS EMPRESAS NUEVAS Y EN CRECIMIENTO Y (B) SER NEUTRAS ENTRE EL EFECTO QUE OCASIONAN A LAS NUEVAS EMPRESAS Y A LAS YA ESTABLECIDAS.
- 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. 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.
- 5. 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.
- 6. 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.
- 7. APERTURA DEL MERCADO INTERNO:** SE REFIERE A LA MEDIDA EN QUE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES HABITUALES Y EL MARCO REGULADORIO SON SUFICIENTEMENTE FLEXIBLES EN SU APLICACIÓN, DE MODO DE FACILITAR (O NO IMPEDIR) QUE LAS FIRMAS NUEVAS Y EN CRECIMIENTO PUEDAN COMPETIR Y EVENTUALMENTE REEMPLAZAR A LOS PROVEEDORES ACTUALES.
- 8. 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.
- 9. 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.
- 10. PROTECCIÓN A LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL:** SE REFIERE AL MODO EN COMO SE PROTEGEN LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL DE LAS EMPRESAS NACIENTES Y EN CRECIMIENTO Y EL MARCO LEGAL QUE AYUDA A DICHA PROTECCIÓN.

Para efectuar la medición de los factores anteriormente señalados se utiliza la encuesta estandarizada a expertos. Participaron 39 especialistas contactados por el equipo regional. La encuesta contiene 88 preguntas en escala de Likert de cinco puntos⁶, agrupadas en 16 categorías que permite formar una opinión de cada uno de los diez factores antes mencionados.

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)⁷. 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

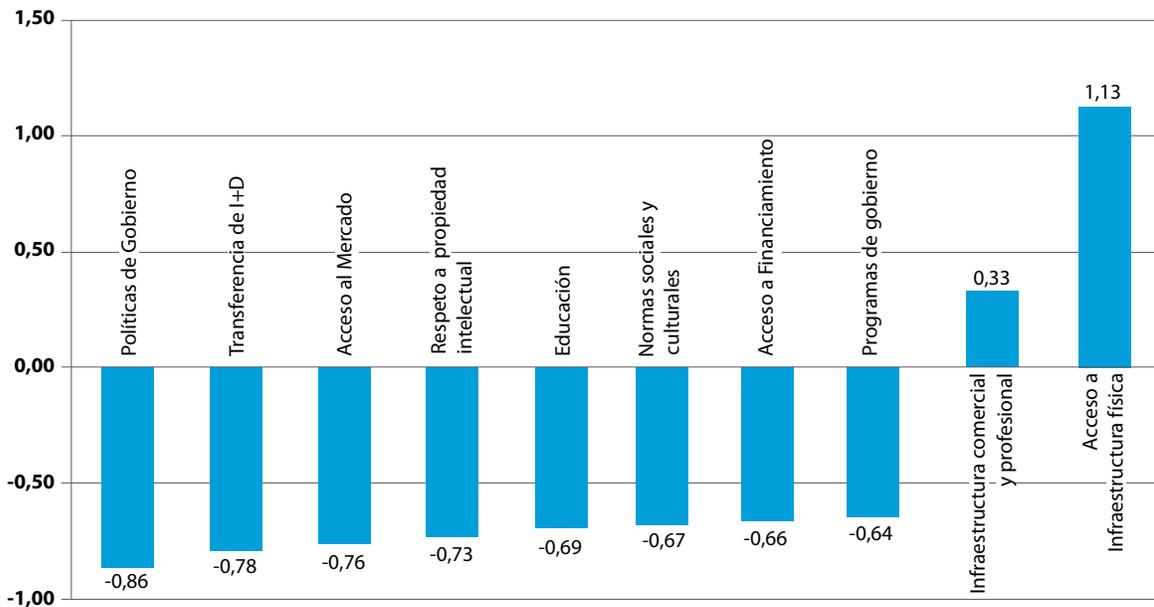
Para reflejar el comportamiento al interior de cada variable se mantiene la escala de Likert original, y se analiza el rango de las respuestas. Aquí se busca identificar hacia dónde se desplaza el grueso de las respuestas. Para ello, se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican acuerdo (completo + parcial). Asimismo, se descartan las respuestas que no muestran preferencia (es decir, “ni acuerdo ni desacuerdo”), recalculándose los porcentajes sobre aquellos que sí marcaron preferencia. Esta metodología tiene el mérito de destacar la varianza de las respuestas.

ANÁLISIS GENERAL DE LOS FACTORES

Los resultados de la evaluación de los factores para la región se observan en la **Figura 29**. Se destacan dos variables positivamente evaluadas en la Región del Bío-Bío: el acceso a infraestructura física y la infraestructura comercial y profesional. La primera se encuentra en un nivel muy alto y la segunda, con una evaluación a nivel medio. Cabe destacar que para esta región, la variable de infraestructura física tiene una evaluación superior comparado con la media nacional, lo cual reafirma que los servicios e infraestructura proporcionan un ambiente adecuado para el emprendimiento.

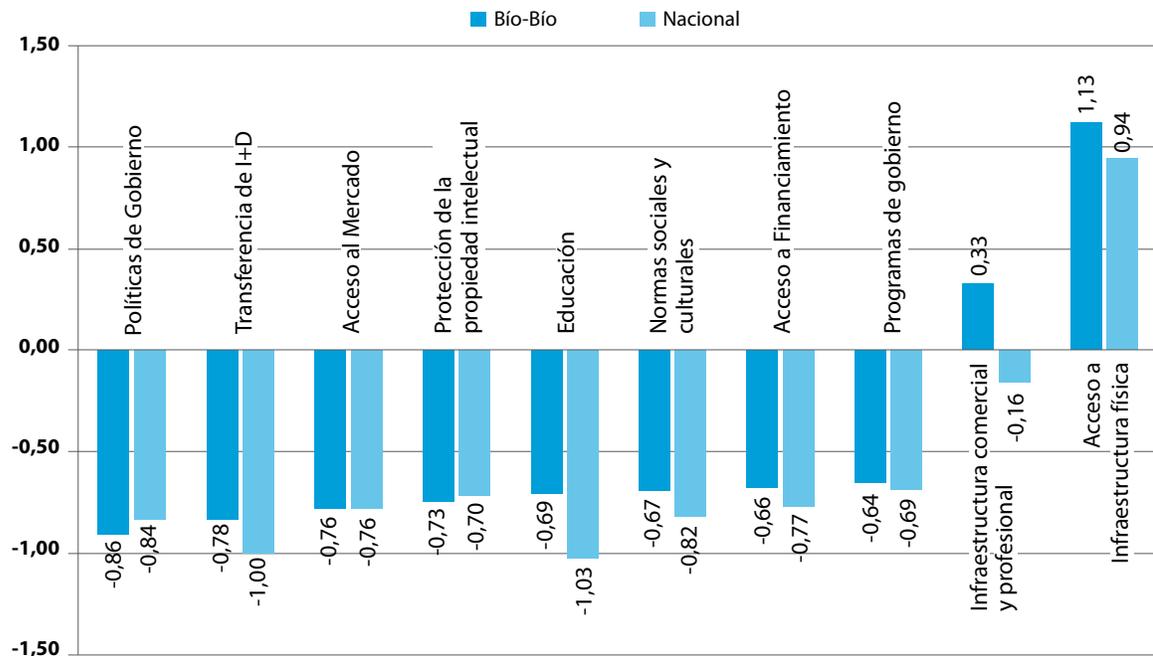
⁶ Completo desacuerdo, desacuerdo parcial, ni acuerdo ni desacuerdo, acuerdo parcial y completo acuerdo.

⁷ Se ponderan los porcentajes de cada respuesta por -2, 1, 0, +1, y +2.

FIGURA 29: EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR: RESULTADO DE ENCUESTAS A EXPERTOS


Fuente: Encuesta a Expertos 2007

En términos generales y al igual que a nivel nacional, el resto de los indicadores presentan resultados bajos, siendo en la mayoría de los casos las tendencias menos negativas que las de nivel nacional. Dentro del rango negativo, se puede observar que la variable que muestra mayor distancia respecto al resultado general es educación; eso significa que en la región, a pesar de ser evaluada negativamente, no logra llegar a los niveles críticos que tiene el país (Figura 30).

FIGURA 30: CONTEXTO EMPRENDEDOR EN CHILE COMPARATIVO ENTRE LA REGIÓN Y EL PAÍS


Fuente: Encuesta a Expertos 2007

POLÍTICAS DE GOBIERNO

Calificación: -0,86

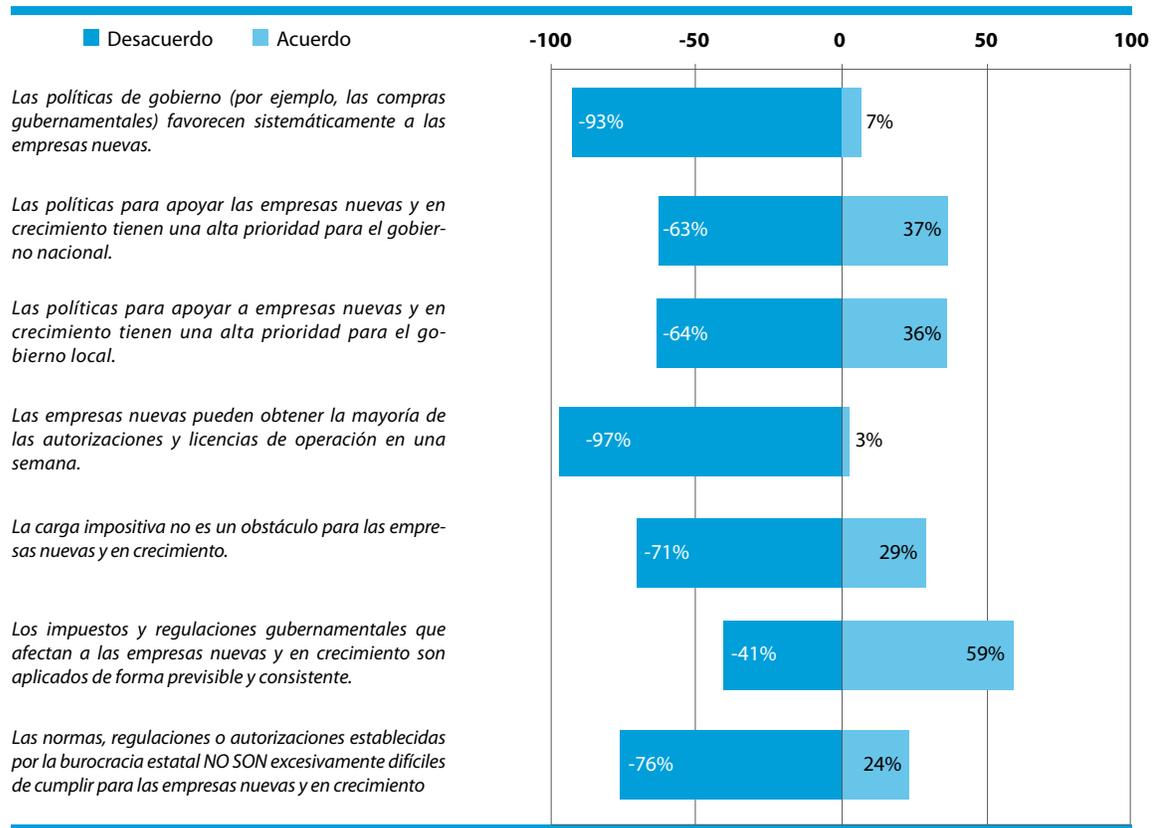
Motivo: a juicio de los expertos, la lentitud en el proceso de tramitación en la creación y operatividad de una empresa es un obstáculo para el emprendimiento. Asimismo, las políticas de gobierno no favorecerían a las empresas nuevas, mismas que tendrían dificultad para cumplir la normativa y burocracia estatal.

Este indicador es muy similar al observado a nivel de país, el cual presentó un resultado de -0,84 (ver **Figura 30**).

Un resumen de las consultas desagregadas se muestra en la **Tabla 4**.

TABLA 4: VISIÓN A LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO RELACIONADAS CON EL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN DEL BÍO-BÍO

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 a través de sus prácticas cotidianas.	El 93% de los encuestados indica que las políticas de gobierno no favorecen a empresas nuevas, al tiempo que el apoyo a éstas no parece ser una prioridad para el gobierno nacional y local.
	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 simplifican y favorecen la formalización de nuevas empresas.	El 97% 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 si el nivel de los impuestos es una carga tal que impida iniciar un nuevo negocio y la previsibilidad y consistencia en su aplicación.	El 44% de los encuestados considera que los impuestos sí afectan la formación de nuevas empresas y un 26% considera que éstos son aplicados de forma previsible y consistente.
	b. Normas: se evalúa si el cumplimiento de las normas requiere el tener experiencia previa o son demasiado onerosas para las empresas nuevas.	El 76% de los encuestados considera que éstas son difíciles de cumplir para empresas nuevas y en crecimiento.

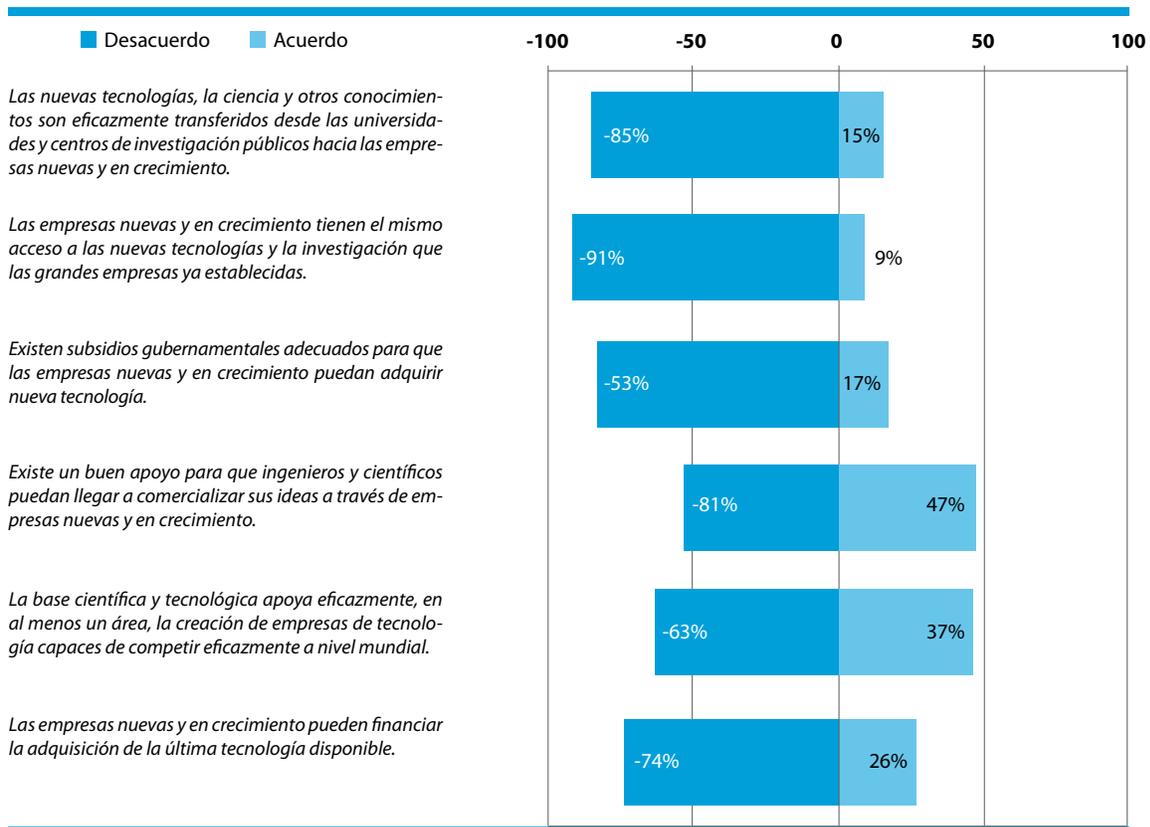
FIGURA 31: EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO


Fuente: Encuesta a Expertos 2007

TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Nivel: -0,78

Motivo: En opinión de la mayoría de los expertos, las empresas nuevas y en crecimiento, no poseen el mismo acceso a las nuevas tecnologías y a la investigación que las empresas ya consolidadas. Al mismo tiempo, tampoco existiría una transferencia tecnológica y científica eficaz desde universidades y centros de investigación hacia las empresas nuevas y en crecimiento, situación que se agrava con los problemas de financiamiento que tienen las empresas para la adquisición de tecnologías (ver **Figura 32**).

FIGURA 32: EVALUACIÓN DE LA TRANSFERENCIA DE I+D


Fuente: Encuesta a Expertos 2007

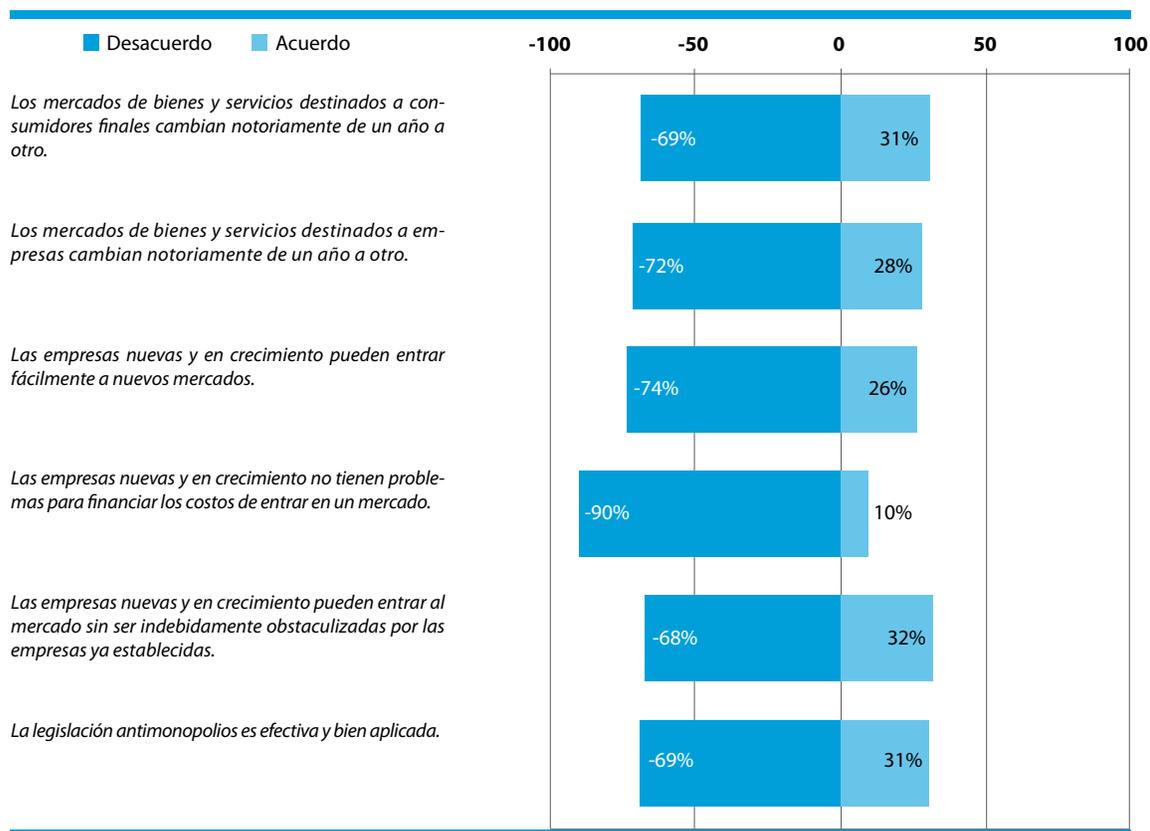
Es destacable que hay un reconocimiento relevante en la región y que existen subsidios gubernamentales adecuados para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir nueva tecnología. A nivel regional se reconoce este hecho en un 47% en comparación a un reconocimiento a nivel país de apenas un 12%.

7.4 APERTURA DEL MERCADO INTERNO

Nivel: -0,76

Motivo: Se considera que para las empresas nuevas efectivamente es costoso entrar al mercado, constituyéndose éste en uno de los principales obstáculos que deben enfrentar. Asimismo, existe una gran inclinación de parte de los expertos de pensar que hay una alta estabilidad en los mercados de bienes y servicios para las empresas, que cambian de año en año, al igual que los mercados de bienes y servicios destinados a consumidores finales, lo cual plantea un escenario complejo y desafiante para las empresas.

Este indicador se sitúa al mismo nivel que el indicador a nivel de país.

FIGURA 33: EVALUACIÓN DE LA FACILIDAD PARA ACCEDER A NUEVOS MERCADO Y CLIENTES

Fuente: Encuesta a Expertos 2007

7.5 PROTECCIÓN A LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Nivel: -0,73

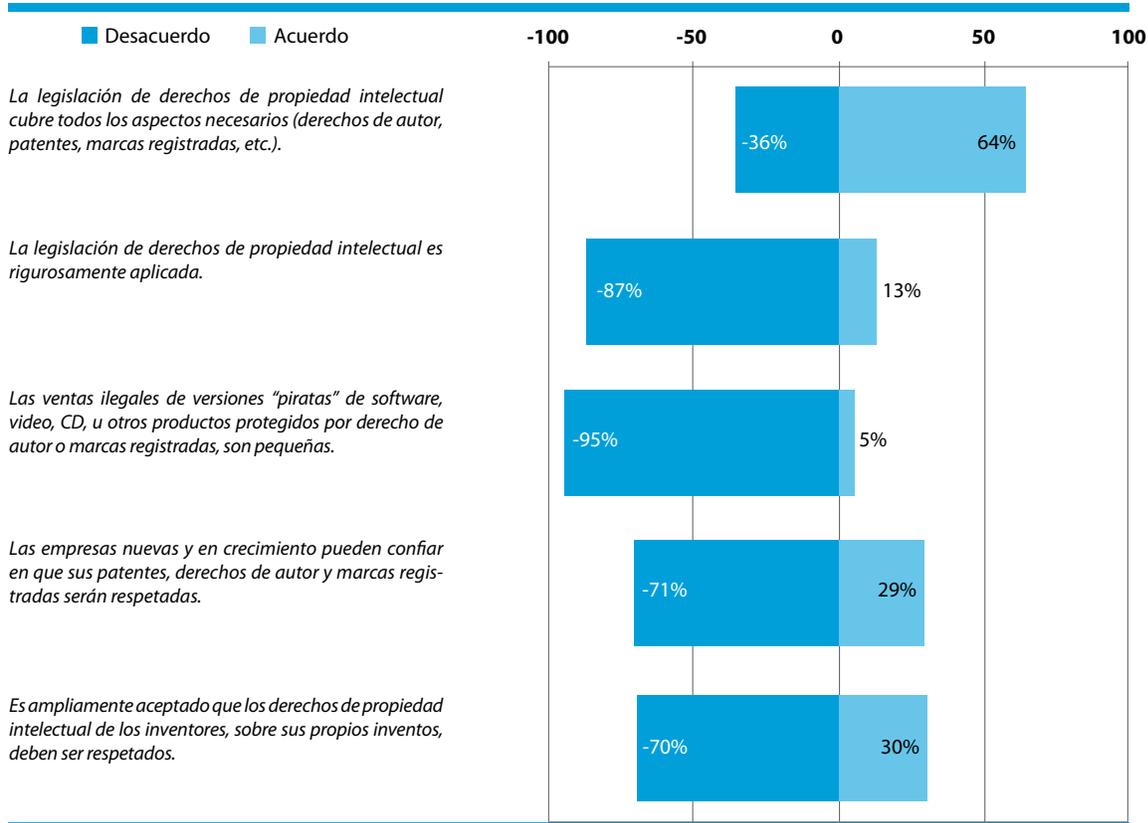
Motivo: a juicio de los expertos existen prácticas que amenazan al contexto innovador, como por ejemplo la “piratería”, que no ayudan al desarrollo de negocios dentro un marco legal o bien se vincula a algún tipo de “emprendimiento por necesidad”. Asimismo se considera que la legislación que protege a la propiedad intelectual no es rigurosamente aplicada, no existiendo confianza en que los registros serán respetados en el futuro.

El indicador de la región se encuentra bajo el indicador a nivel de país, el cual se sitúa en -0,70.

Que el indicador de copias no autorizadas o “piratería” tenga una evaluación tan negativa por parte de los expertos (ver **Figura 34**) no puede ser una base ni freno para el emprendimiento. Las patentes y licencias han perdido su sentido original bajo el con-

cepto de la Sociedad de la Información y el Conocimiento. La visión que se proyecta a futuro es que éstas serán sólo un medio de transacción que permita realizar intercambio de derechos de uso sobre un bien o servicio. Este es un tema que a nivel país debe ser incorporado y tratado en su justa medida, centrado en crear capacidad de innovación, acorde a una nueva sociedad.

FIGURA 34: PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

7.6 EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

Nivel: -0,69

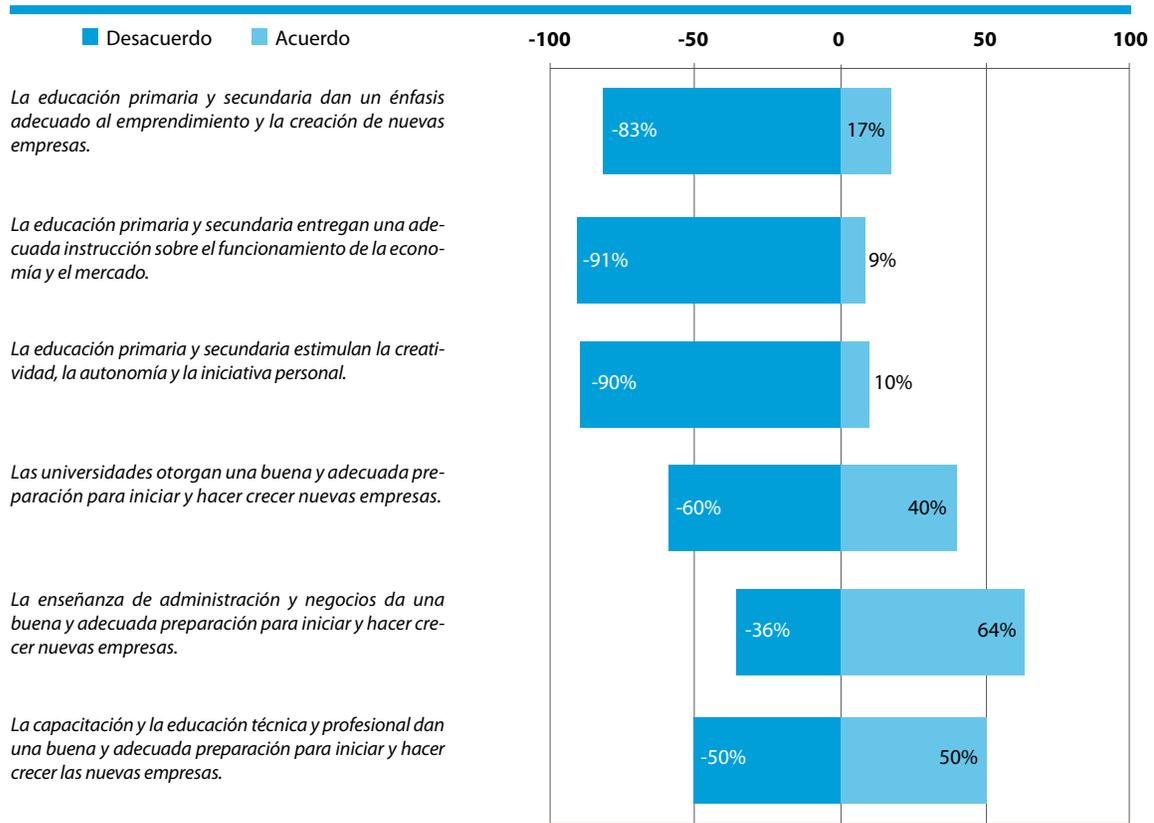
Motivo: La encuesta a los expertos arroja una percepción de escaso énfasis de la educación (primaria y secundaria) en promover y educar conductas tendientes al emprendimiento, tales como la creatividad, iniciativa y autonomía, así como tampoco entregar una adecuada instrucción sobre el funcionamiento de mercado.

Comparando el indicador de la región versus el del país, el primero está posicionado en mejor lugar que el indicador general (-0,82).

Esta variable ya fue informada anteriormente, como una variable a destacar por su diferencia a nivel nacional con la región, y que a pesar que el indicador no es favorable marca una diferencia significativa con la media del país.

Se destaca una mejor percepción en lo que se hace a nivel regional en lo referente a los estudios en el área de administración y negocios. Aquí se debe destacar, el rol que cumplen los centros de formación técnica, institutos profesionales, universidades e instituciones que promueven y fomentan el emprendimiento. Este esfuerzo regional no pasa inadvertido al mirar esta cifra en función de otras regiones o de la media del país.

FIGURA 35: EVALUACIÓN DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

NORMAS SOCIALES Y CULTURALES

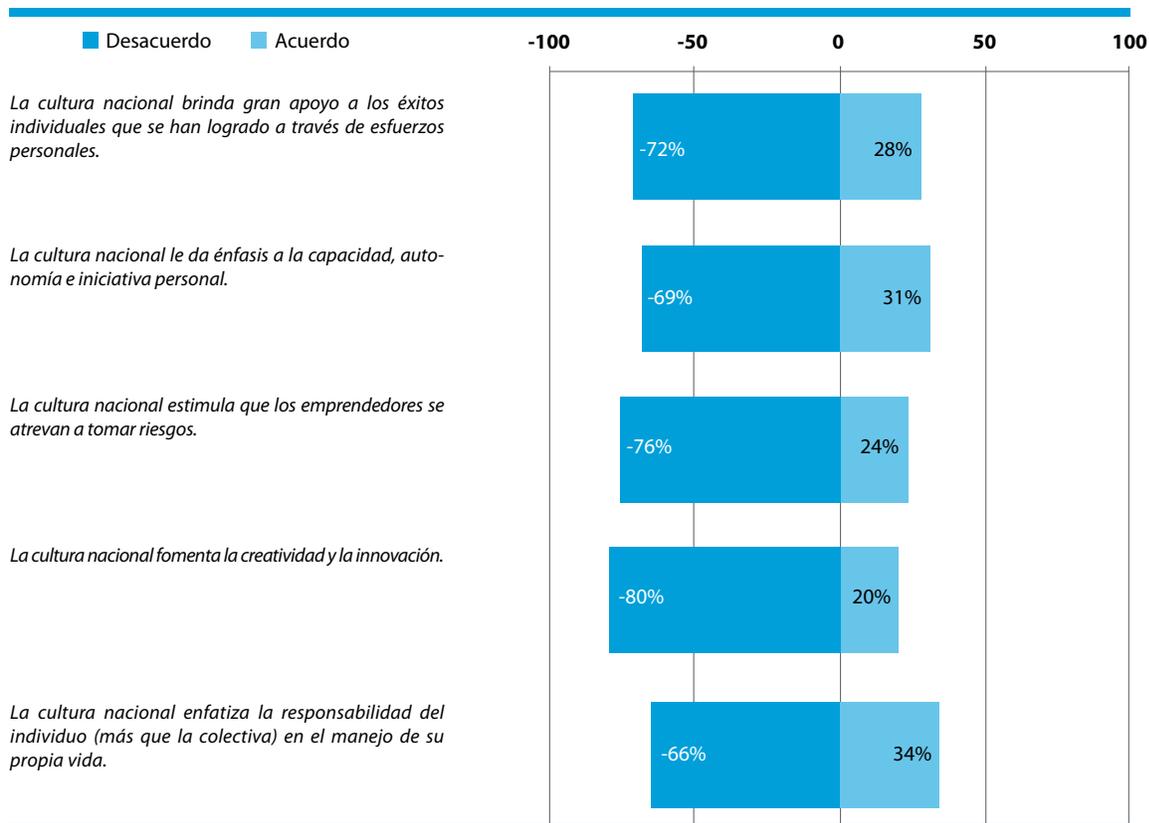
Nivel: -0,67

Motivo: A juicio de los expertos, la cultura no estimula a las personas -potenciales emprendedores- a tomar riesgos y en general, tampoco se fomenta la innovación y la creatividad. Sin embargo, se considera que la cultura nacional brinda gran apoyo a los éxitos individuales, propios de esfuerzos personales.

El indicador se encuentra en mejor posición que el indicador nacional, el cual llega a -0,82.

La medición realizada muestra una impresión negativa respecto a la visión social y cultural de la región al emprendimiento, esto significa que los emprendedores no son tan valorados como el resto de las actividades económicas de la región. La cultura nacional y por así decirlo la “sub-cultura” regional en opinión de los expertos consultados, no estimula de forma suficiente la actividad emprendedora fomentando en los individuos la propensión al riesgo y la búsqueda de oportunidades de negocio. Dado el carácter económico donde prevalecen los empleos generados por las grandes empresas, y la importancia y relevancia que tienen esas empresas en la región, puede verse menoscabada la imagen desde la perspectiva de un emprendedor como muestra la **Figura 36**.

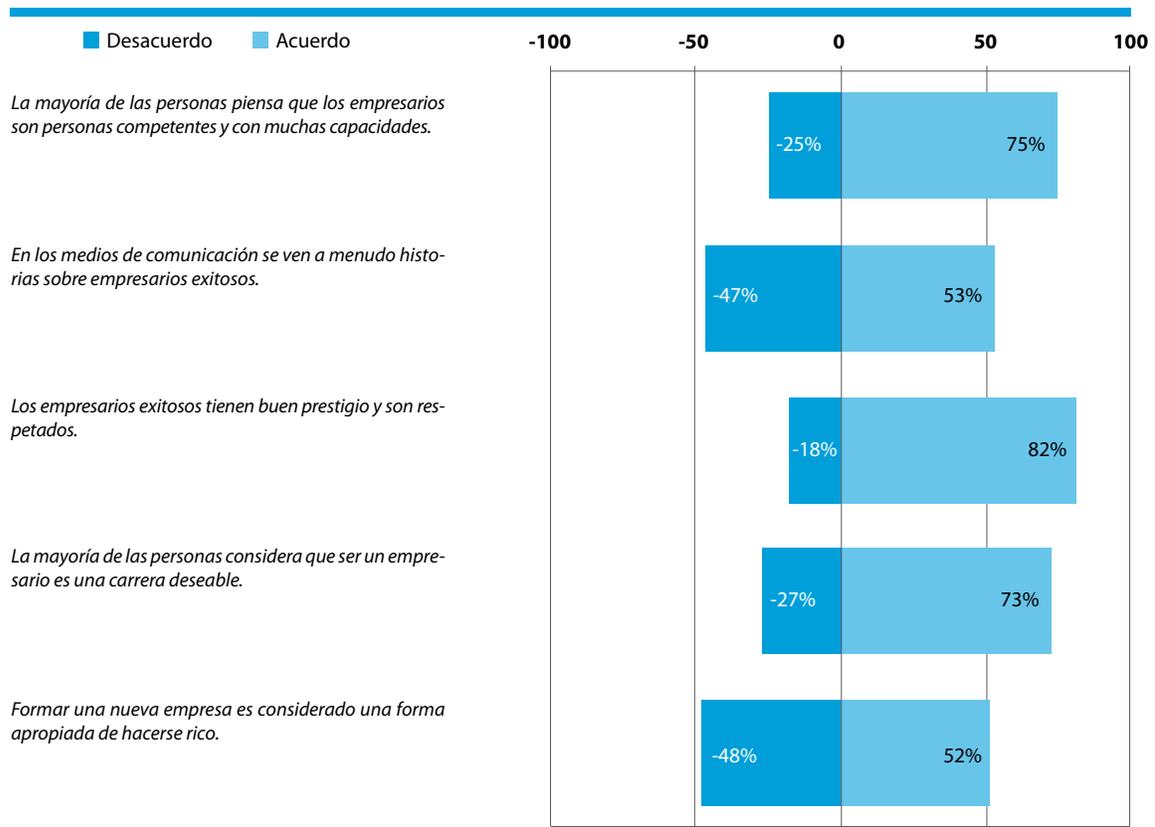
FIGURA 36: EVALUACIÓN DE LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES PROCLIVES AL EMPRENDIMIENTO



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

Aún cuando la cultura y las normas sociales no estimulan el que más personas sean proclives a ser emprendedores, se aprecia una aparente contradicción que “ser empresario” es valorado y reconocido. Generalmente se visualiza al emprendedor como aquella persona que está partiendo un negocio, pero cuando tiene éxito y su empresa ya tiene un tamaño considerable, este emprendedor pasa a ser muy bien valorado en opinión de los expertos de la Región del Bío-Bío (ver Figura 37).

FIGURA 37: VALORACIÓN SOCIAL DEL SER EMPRESARIO



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

ACCESO A FINANCIAMIENTO

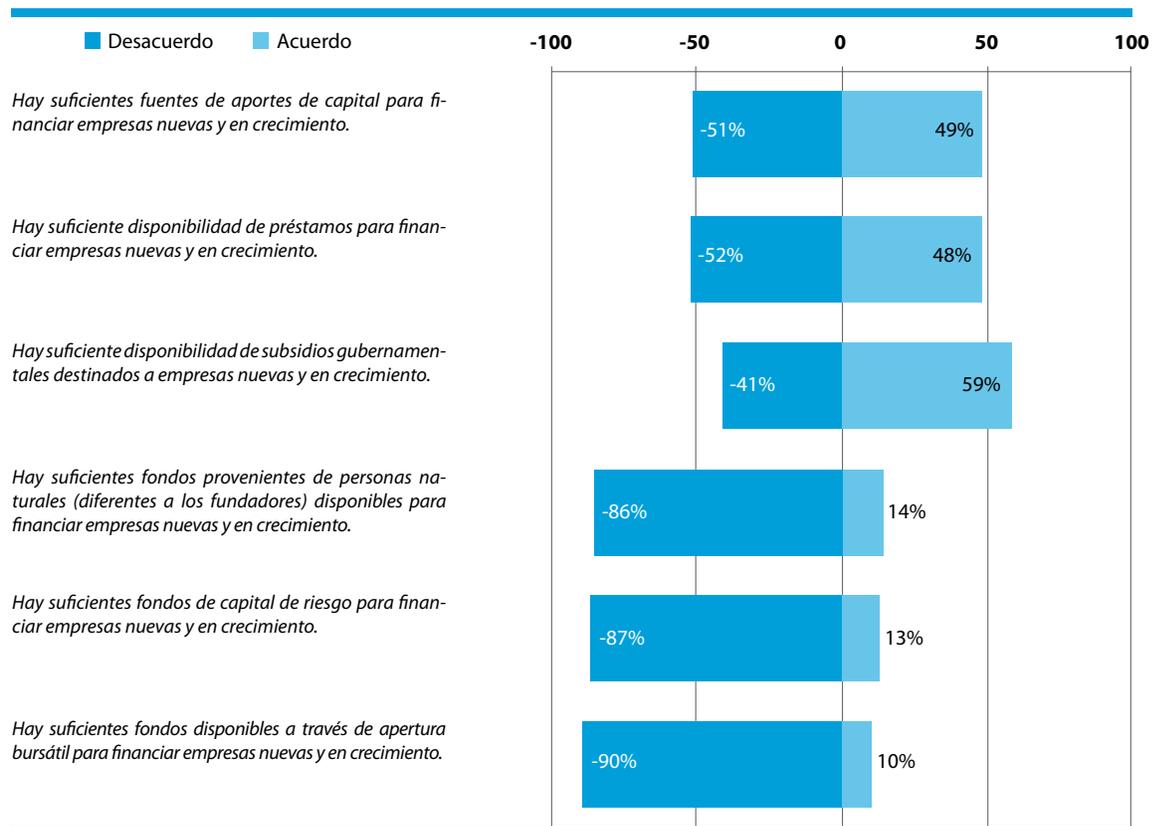
Nivel: -0,66

Motivo: Existe una percepción, relativamente generalizada de que hay pocos fondos para las nuevas firmas. Dicha característica es transversal a tipos de fondos como el capital de riesgo o aquellos provenientes de personas naturales o de la bolsa. No obstante, no constituyen parte de la percepción anterior los subsidios gubernamentales destinados a empresas nuevas y en crecimiento, los cuales poseen una evaluación relativamente positiva dentro de la región.

La evaluación regional supera a la evaluación del país en esta variable, la cual es $-0,77$.

El emprendedor de la región encuentra un escenario más accesible para su financiamiento que los del resto del país (ver **Figura 38**), siendo igualmente bajo pero con matices. Las peores evaluaciones corresponden a los fondos provenientes de personas naturales, apertura bursátil y de capital de riesgo, mientras que el financiamiento proveniente de los aportes de capital, préstamos y subsidios gubernamentales, revelan un equilibrio relativo.

FIGURA 38: EVALUACIÓN DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

PROGRAMAS DE GOBIERNO QUE APOYAN EL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN

LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO QUE APOYAN EL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN SE CONCENTRAN MAYORITARIAMENTE EN INNOVA – CORFO (LA EXCEPCIÓN SON LOS PROGRAMAS ASOCIADOS A LA COMISIÓN NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA (CONICYT) Y A LA FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA (FIA). LOS ESQUEMAS DE INCENTIVOS QUE SE MOSTRARÁN A CONTINUACIÓN EXISTEN BAJO LOS PRINCIPIOS DE FONDO NO REEMBOLSABLE, ES DECIR, NO CONSTITUYE UN CRÉDITO SINO UN SUBSIDIO, ASÍ COMO TAMBIÉN DE CO-FINANCIAMIENTO, CONSIDERANDO QUE LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO NUNCA FINANCIAN EL 100%.

EXISTEN LAS SIGUIENTES 4 ÁREAS DE APOYO A PROYECTOS DE INNOVACIÓN + EMPRENDIMIENTO.

● EMPRENDIMIENTO

ESTÁ ORIENTADO A APOYAR EL EMPRENDIMIENTO INNOVADOR, APOYANDO TANTO A EMPRENDEDORES COMO A ACTORES IMPORTANTES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS INNOVADORAS. ENTREGA CAPITAL SEMILLA EN DOS FASES (LA PRIMERA POR APROXIMADAMENTE \$5 MILLONES Y LA SEGUNDA POR \$34 MILLONES) PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA COMERCIAL DE NUEVAS EMPRESAS INNOVADORAS. LA ASIGNACIÓN SE REALIZA A TRAVÉS DE PATROCINADORES ACREDITADOS Y ESTÁ ENFOCADO EN NUEVAS EMPRESAS, ES DECIR, AQUELLAS QUE NO SUPEREN LOS 18 MESES DE ANTIGÜEDAD.

PROGRAMA DE CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE INCUBADORAS DE NEGOCIOS Y DE REDES DE INVERSIONISTAS ÁNGELES. A TRAVÉS DE ESTE PROGRAMA SE HAN CREADO 21 INCUBADORAS (LA MAYORÍA VINCULADAS A UNIVERSIDADES), UNA RED DE INVERSIONISTAS ÁNGELES Y DOS REDES ADICIONALES EN PROCESO DE CREACIÓN. PARA LA CREACIÓN DE UNA INCUBADORA, SE APORTAN HASTA \$300 MILLONES Y LA MISMA CANTIDAD PARA SU FORTALECIMIENTO. PARA LA CREACIÓN DE REDES DE ÁNGELES EL PROGRAMA APORTA HASTA UN TOPE DE \$180 MILLONES.

APOYO A NEGOCIOS TECNOLÓGICOS: ESTÁ ORIENTADA A EMPRESAS YA ESTABLECIDAS Y CO-FINANCIA LA PUESTA EN MARCHA COMERCIAL DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS INNOVADORES CON FONDOS DE HASTA \$50 MILLONES.

● INNOVACIÓN EMPRESARIAL

APOYA LAS INICIATIVAS AL INTERIOR DE UNA EMPRESA ESTABLECIDA EN ÁREAS DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO DE PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS NUEVOS O MEJORADOS, BAJO ESQUEMAS INDIVIDUALES O ASOCIATIVOS.

PROYECTOS DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL INDIVIDUAL: FINANCIAN PROYECTOS HASTA \$400 MILLONES, CONTEMPLANDO ACTIVIDADES DE I+D, REALIZACIÓN DE PROTOTIPOS, SOLICITUD DE PATENTES, PROSPECCIÓN COMERCIAL, ENTRE OTROS.

CONSORCIOS: ORIENTADO A APOYAR EL CO-FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN DESARROLLADOS ASOCIATIVAMENTE ENTRE UNA ENTIDAD NACIONAL (EMPRESA, UNIVERSIDAD O CENTRO TECNOLÓGICO) Y OTRA ENTIDAD (EXTRANJERA O NACIONAL, EMPRESA, UNIVERSIDAD O CENTRO TECNOLÓGICO). EL CO-FINANCIAMIENTO ES DE \$600 MILLONES PARA FONDOS DE DESARROLLO PUDIENDO HABER UNA FASE PREVIA DE ESTUDIO DE PRE-INVERSIÓN POR \$30 MILLONES.

PATENTES: FINANCIA HASTA \$50 MILLONES LA PROTECCIÓN INTELECTUAL EN SUS DIVERSAS FORMAS (PATENTES DE INVENCIÓN, MODELOS DE UTILIDAD, DISEÑO INDUSTRIAL, DIBUJO INDUSTRIAL, VARIETADES VEGETALES O COPYRIGHT DE SOFTWARE, ENTRE OTROS) REALIZADOS POR PERSONAS, EMPRESAS E INSTITUCIONES NACIONALES.

● **DIFUSIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA**

ESTÁ ORIENTADO A APOYAR LA DIFUSIÓN, ADAPTACIÓN Y ADQUISICIÓN DE TECNOLOGÍAS POR PARTE DE LA EMPRESA PRIVADA. DE ESTA FORMA SE FINANCIAN MISIONES TECNOLÓGICAS (VIAJES COLECTIVOS A FERIAS, EMPRESAS, CENTROS DE TECNOLOGÍA, ENTRE OTROS), CONSULTORÍA ESPECIALIZADA (TRAÍDA DE EXPERTOS EN TECNOLOGÍAS ESPECÍFICAS), CENTROS DE DIFUSIÓN DE TECNOLOGÍA (FORMADO POR VARIAS EMPRESAS DEL MISMO SECTOR PARA PROPAGAR EL USO DE UN TIPO DE TECNOLOGÍA EN EL SECTOR) ASÍ COMO PASANTÍAS (PARA ENVIAR POR UN PERIODO DE TIEMPO A UN PROFESIONAL A UNA EMPRESA O CENTRO TECNOLÓGICO EN EL EXTERIOR PARA QUE ADQUIERA HABILIDADES ESPECIALES QUE APLICARÁ EN LA EMPRESA NACIONAL).

● **INNOVACIÓN PRE-COMPETITIVA Y DE INTERÉS PÚBLICO**

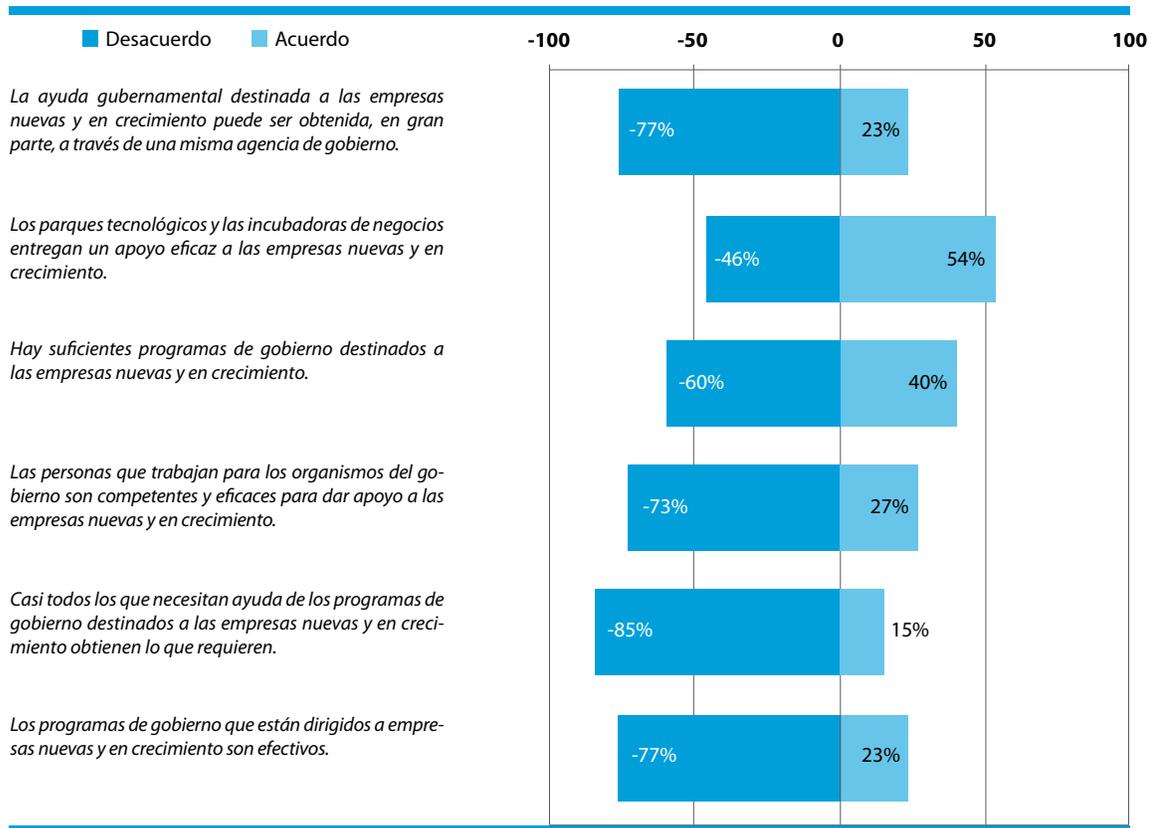
ESTÁ ORIENTADA A APOYAR PROYECTOS QUE MEJOREN EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS Y EL ENTORNO PARA LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO TECNOLÓGICO, EN ASPECTOS COMO MARCOS REGULATORIOS, SISTEMAS DE INCENTIVOS, ARTICULACIÓN EFICIENTE DE SISTEMAS PRODUCTIVOS CON EXTERNALIDADES, ENTRE OTROS. ESTÁ DIRIGIDO SOBRE TODO A UNIVERSIDADES, CENTROS TECNOLÓGICOS, CENTROS DE FORMACIÓN, ENTRE OTROS.

PROGRAMAS DE GOBIERNO

Nivel: -0,64

Motivo: La razón principal, a juicio de los expertos, radica en que los programas de gobierno destinados a las empresas nuevas y en crecimiento no parecen ser suficientes para cubrir la demanda existente. Se considera además que la baja efectividad de dichos programas, así como la falta de una “ventanilla única” gubernamental lo cual no es un apoyo competente para las empresas nuevas y en crecimiento.

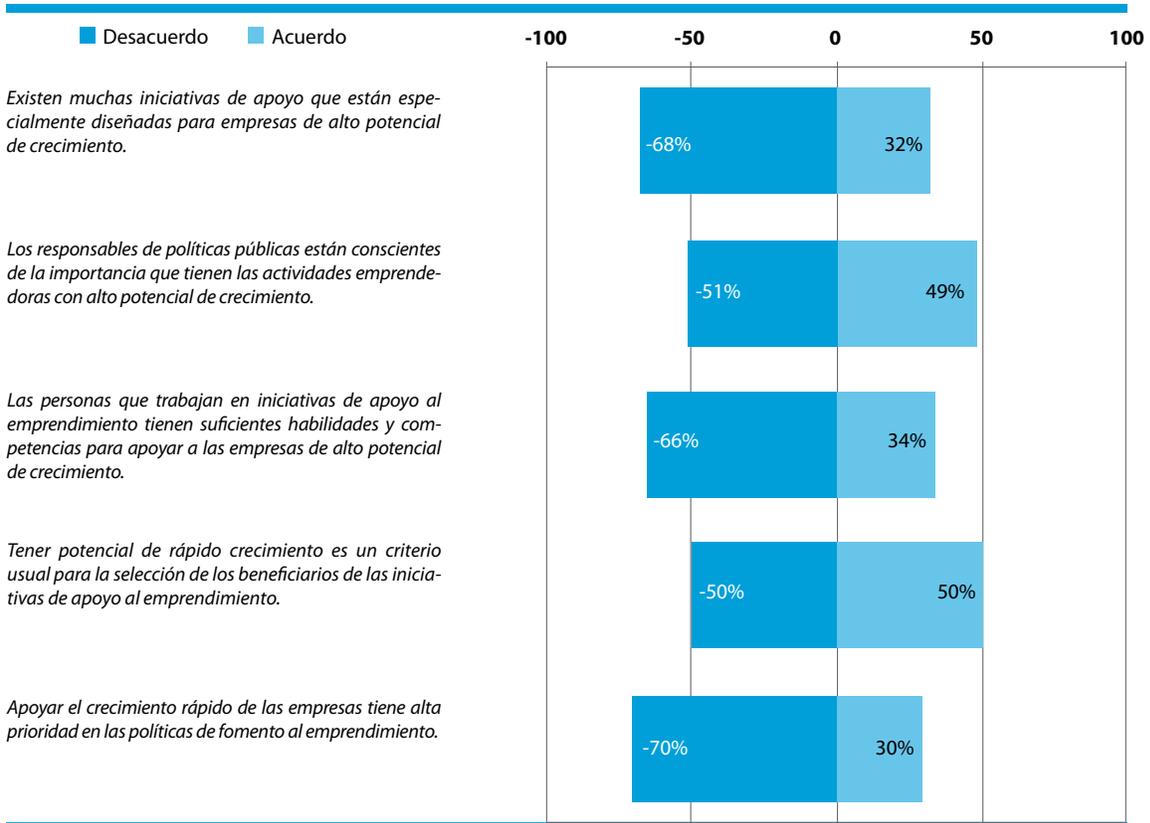
En este punto es necesario destacar el rol que cumplen las incubadoras de empresas como el elemento mejor valorado. Se entiende que la importancia que le pueden dar los programas de gobierno a la creación de incubadoras es reconocido por los expertos (ver **Figura 39**).

FIGURA 39: EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO

Fuente: Encuesta a Expertos 2007

Existe la percepción por parte de los expertos, que las empresas llamadas de “alto potencial de crecimiento” tienen mayores oportunidades para obtener beneficios de los programas de apoyo al emprendimiento, al tiempo que existe conciencia de ello, por parte de las autoridades (ver Figura 40). Sin embargo, para que esto se materialice, debe existir previamente capacidad para distinguir este tipo de iniciativas a partir de criterios objetivos, lo que exige de parte de los funcionarios de las agencias gubernamentales mayores capacidades, aspecto que no presenta una buena evaluación dentro de esta encuesta.

FIGURA 40: EVALUACIÓN DE LA PREOCUPACIÓN DEL GOBIERNO POR EL DESARROLLO DE EMPRESAS DE ALTO POTENCIAL DE CRECIMIENTO



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

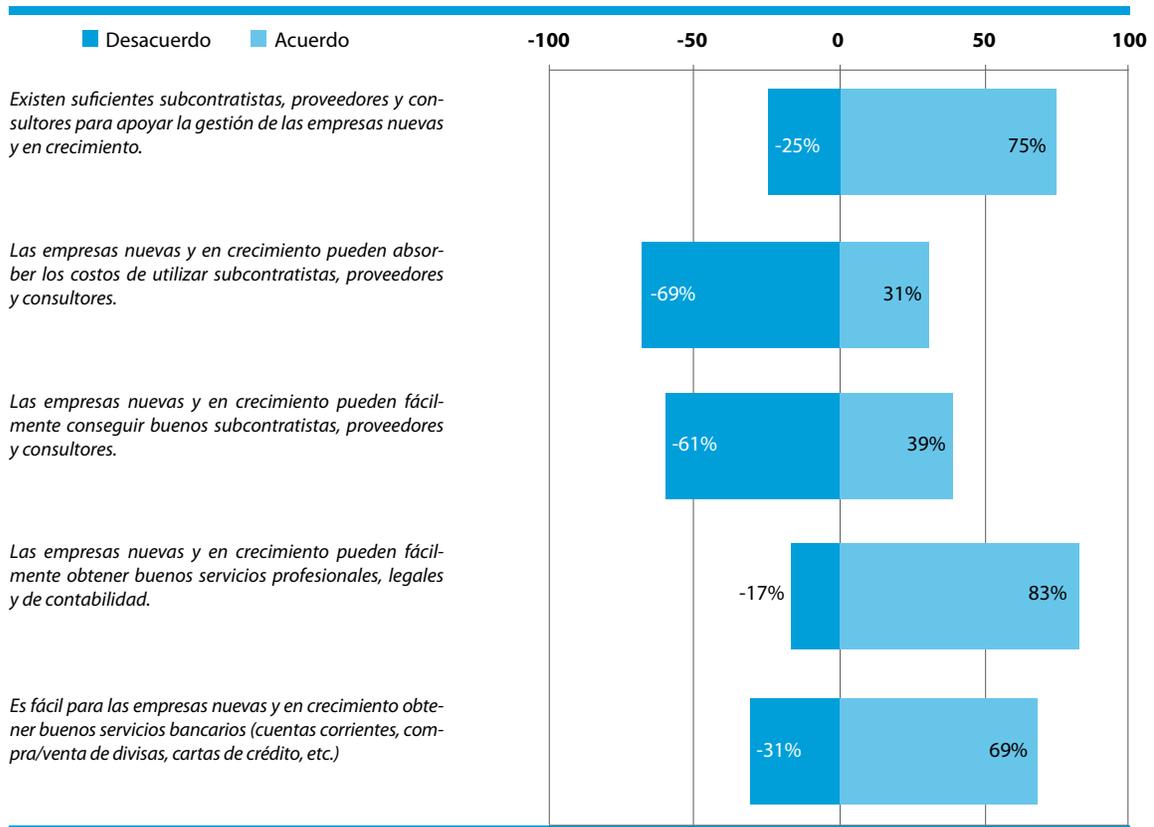
7.10 INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

Nivel: 0,33

Motivo: Se considera que las empresas nuevas y en crecimiento pueden conseguir fácilmente buenos servicios profesionales, legales y de contabilidad en la región. Asimismo, parece haber suficiencia de subcontratistas, proveedores y consultores que brinden servicios a las empresas.

El indicador regional es positivo, al contrario que el indicador a nivel de país, el cual marcó un nivel de -0,16.

Estos servicios al ser reconocidos como un elemento positivo, constituyen una consecuencia de los indicadores que anteriormente se han mencionado, como la existencia de profesionales -dado el nivel educacional- y espacios de desarrollo intelectual que existen en la Región del Bío-Bío (ver Figura 41). Este acceso a mano de obra calificada que sirve de apoyo a la gestión, trae consecuencias en la facilidad de crecimiento de las empresas. A pesar de ello, el factor económico que impide hacer uso de estos recursos limita finalmente el accionar de las mismas.

FIGURA 41: EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL


Fuente: Encuesta a Expertos 2007

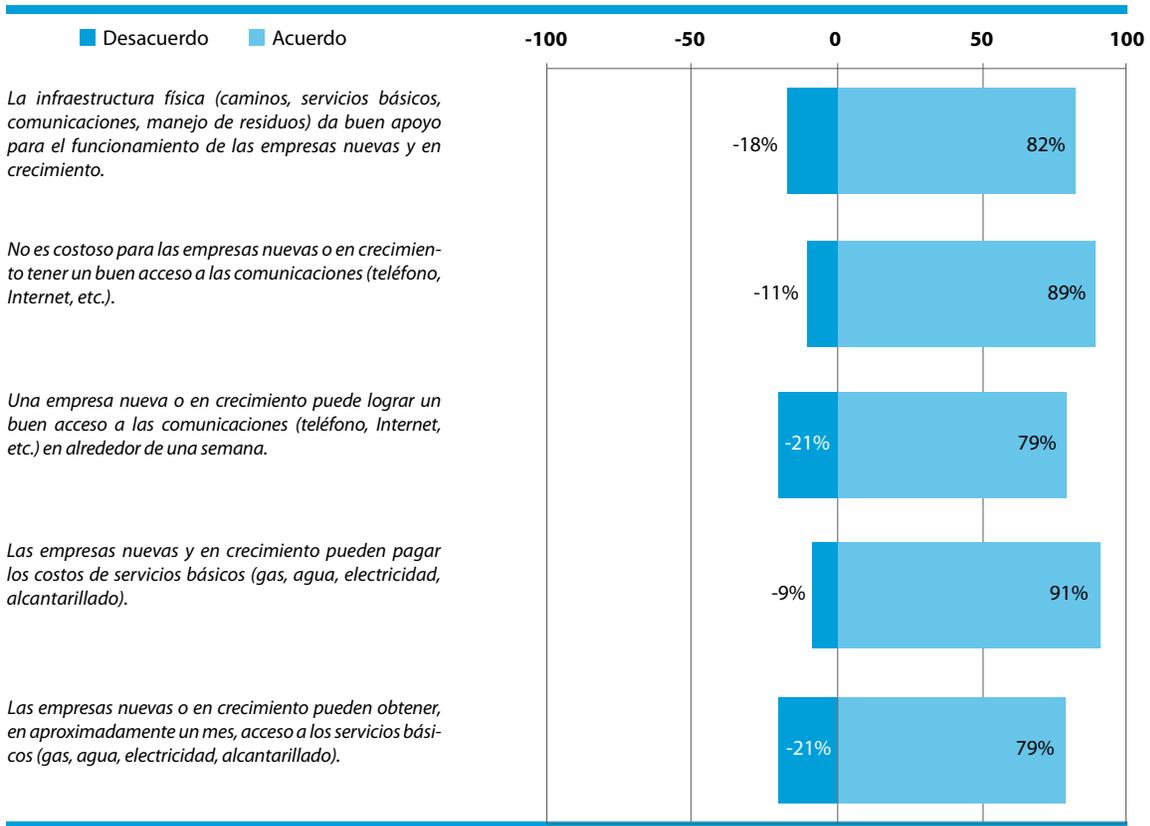
ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Nivel: 1,13

Motivo: Se aprecia que las empresas nuevas y en crecimiento pueden pagar los costos de servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado) en la región. Tampoco es costoso para ellas el acceso a las comunicaciones (teléfono e internet). En el mismo sentido, la infraestructura física (camino, servicios básicos, comunicaciones, manejo de residuos) da buen apoyo para el funcionamiento de las empresas nuevas y en crecimiento.

La evaluación para la región de este parámetro sobrepasa a la evaluación del mismo en el contexto nacional (0,94).

Se muestra así que la región tiene una buena estructura física que ayuda a que las empresas no tengan que incurrir en altos costos para iniciar sus operaciones (ver Figura 42).

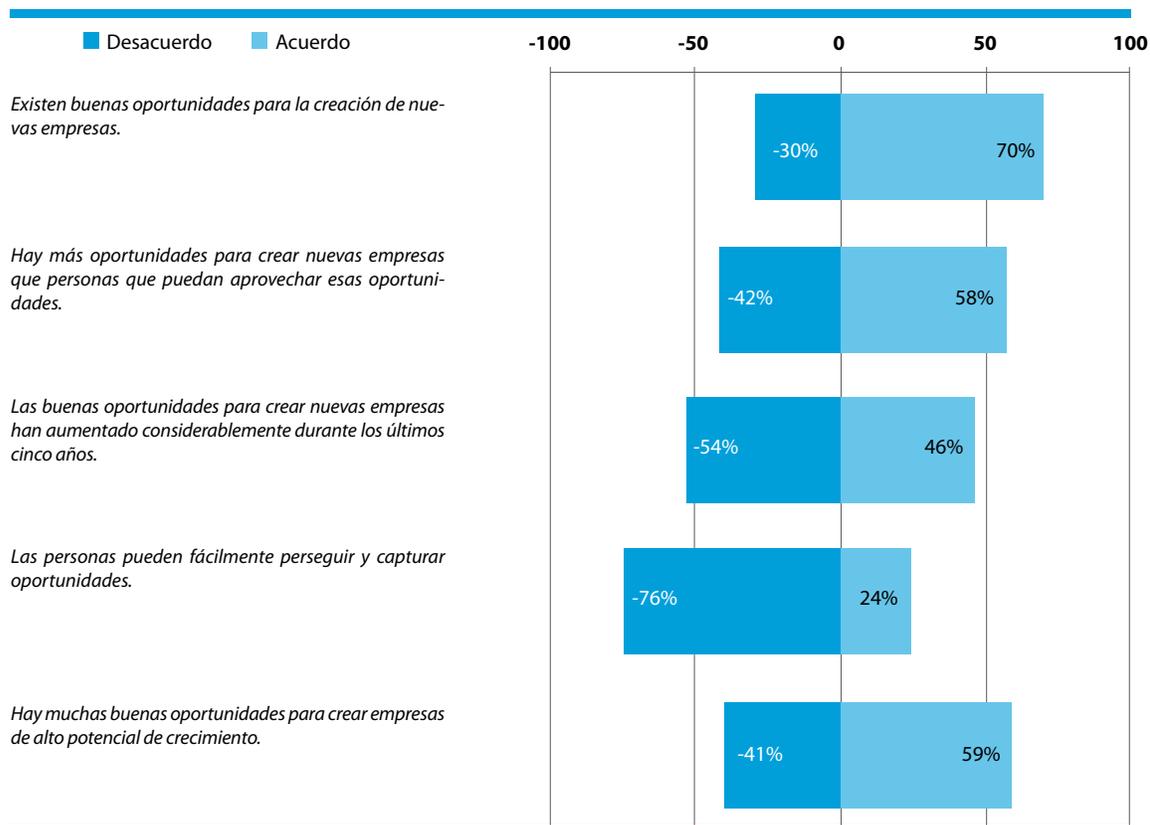
FIGURA 42: EVALUACIÓN DEL ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA PARA LOS NEGOCIOS

Fuente: Encuesta a Expertos 2007

7.12 OPORTUNIDADES DEL EMPRENDEDOR

Las oportunidades resultan ser un elemento fundamental para el emprendimiento, dado que están impulsadas por la percepción de oportunidades combinadas con las habilidades y las motivaciones para explotarlas. En este caso que el indicador esté más bajo que en el país, puede deberse a dos razones: una de ellas podría tener relación con que verdaderamente la región no presente grandes oportunidades, lo que implica que se impulsarán proyectos afines a la necesidad económica de los emprendedores. La segunda razón podría obedecer a la falta de habilidades y motivaciones para explotarlas, como elementos que constituyen el emprendimiento en una segunda fase (ver **Figura 43**). Siguiendo con este razonamiento las habilidades no parecen ser la respuesta, dado que todos los antecedentes anteriores han destacado un buen nivel de conocimientos en la región. Por tanto sólo, resta pensar que no habría motivación para explotarlas, lo cual puede deberse a una intención por emplearse más que por emprender.

FIGURA 43: OPORTUNIDADES DISPONIBLES

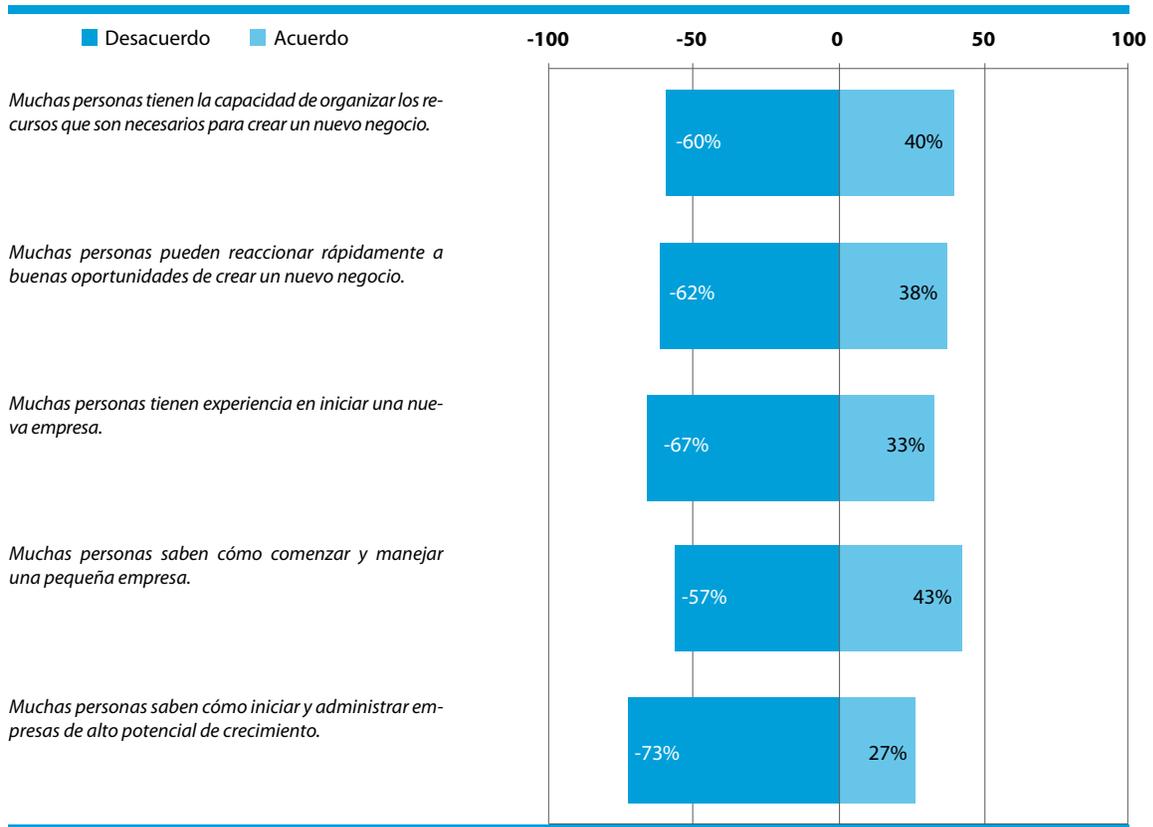


Fuente: Encuesta a Expertos 2007

7.3 CAPACIDAD DE FORMAR UNA NUEVA EMPRESA

En cuanto a la capacidad de formar una nueva empresa, la valoración de esta cualidad presenta indicadores negativos. Esta percepción está acorde con el análisis nacional donde prevalece la opinión que en general en Chile y en específico en la VIII Región no hay la suficiente capacidad y conocimientos específicos para iniciar y administrar una empresa en crecimiento. Sin embargo, las evaluaciones son mejores que la media nacional por lo que a pesar de las evaluaciones negativas, se considera que la región tiene el suficiente capital humano capaz de iniciar una nueva empresa como lo demuestra el indicador de la capacidad para comenzar y manejar una pequeña empresa (ver Figura 44) que es el que se destaca en la región.

FIGURA 44: CAPACIDAD DE FORMAR UNA NUEVA EMPRESA



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

8 [REFLEXIONES: EMPRENDER EN LA OCTAVA REGIÓN]

Este reporte constituye una primera aproximación al análisis regional de la dinámica emprendedora. El GEM ha destacado la importancia de estudiar el contexto emprendedor de los países y por lo tanto comprender de forma específica las realidades regionales sin duda es un aporte significativo. Los diferentes indicadores analizados dan cuenta de que el emprendimiento en la VIII Región tiene un potencial importante, si bien en términos competitivos este primer reporte nos indica que las actividades emprendedoras son en su mayoría de poco valor agregado. Sin embargo, el contexto emprendedor presenta algunas oportunidades importantes. Lo fundamental de este análisis es que la Región destaca en las siguientes dimensiones:

En primer lugar, su acceso a la infraestructura física es un elemento representativo de los caminos, comunicaciones, precios accesibles de servicios básicos y rapidez en acceder a los recursos mencionados. Este parámetro que está por sobre la media a nivel nacional, implica un orgullo para los residentes en la región, el cual se encuentra en un alto nivel de competitividad. Como consecuencia de esto, se puede decir que no existen impedimentos en cuanto a infraestructura para iniciar emprendimientos.

En segundo lugar, se destaca infraestructura comercial y profesional. A nivel país el indicador es negativo, no así en la Región del Bío-Bío. Lo que representa este parámetro es la existencia de subcontratistas, proveedores y consultores para el apoyo de las empresas nuevas y en crecimiento y asimismo, la calidad y accesibilidad económica a ellos. Del mismo modo, constituyen apoyos para el emprendimiento los servicios legales, de contabilidad y servicios bancarios. Consecuentemente, un emprendedor puede optar a servicios de asesorías en todos los ámbitos necesarios para emprender.

Los otros parámetros están evaluados a nivel bajo, pero ninguno es crítico. Dentro de estos otros parámetros es importante revisar al menos algunos en que la percepción es mejor que la media del país. Destaca fundamentalmente el tema de la educación, que a nivel país es crítico pero a nivel regional no se plantea del mismo modo. Esto muestra que se valora fundamentalmente la enseñanza de la administración y negocios, preparación en el tema emprendimiento en las universidades, la educación técnico profesional, la capacitación y los programas de formación continua que dan una adecuada preparación para iniciar negocios. Esto es destacado en la región comparado con los bajos niveles para incentivar el emprendimiento en los niveles primarios y secundarios.

El indicador más bajo y negativo está relacionado con la percepción de las políticas de gobierno. Este elemento muestra que no se favorece a las empresas nuevas pues no es rápido ni fácil iniciar las nuevas empresas. Asimismo, las normas son más difíciles de cumplir por las nuevas empresas. El aspecto positivo dentro de esta variable está en relación con los impuestos, los cuales son previsibles y consistentes. Esta variable se distingue de aquella en que se evalúan los programas de gobierno, en los que se destaca el fomento a parques tecnológicos e incubadoras.

Si la región tiene suficiente infraestructura, conocimientos entregados por los centros educacionales y oportunidades no tan sólo para emprender sino que también para crear en empresas de alto impacto, entonces lo que resta pensar es que todavía falta la suficiente motivación para emprender. Esto se puede deber a que las personas buscan todavía ser contratadas, dado que la valoración social al fenómeno de emprendimiento es baja. Esto significa que aquellos que tienen su locus de control interno desarrollado y piensan que van a tener éxito, son los que se atreven a emprender.

La Región del Bío-Bío comparada con las otras regiones analizadas este año aparece con actividad emprendedora inicial más baja, sin embargo esto no constituye una conclusión categórica. La baja existencia de actividad emprendedora naciente este año, no teniendo un análisis histórico es simplemente una fotografía que se debe comparar en los análisis a futuro. Este estudio es un punto de partida para poder evaluar a futuro el comportamiento de estas variables. Se espera que este reporte sea justamente el inicio del estudio más profundo y consistente de la VIII Región del Bío-Bío y con esto ayudar al conocimiento sobre el emprendimiento, actividad que es y será fundamental para el desarrollo regional y por consecuencia para todo Chile.

9 [REFERENCIAS]

- Allen, I.E., N. Langowitz y M. Minniti (2007). Global Entrepreneurship Monitor, 2006 Report on Women and Entrepreneurship. Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Amorós, J.E. y O. Cristi (2008). “Entrepreneurship and competitiveness development: A longitudinal analysis of Latin American countries”, International Entrepreneurship and Management Journal, forthcoming.
- Amorós, J.E. y G. Echeopar (2007). Global Entrepreneurship Monitor, Reporte Nacional de Chile 2006. Universidad Adolfo Ibáñez y Universidad del Desarrollo. Santiago, Chile.
- Amorós, J.E. y O. Pizarro (2007). Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2006-2007. Universidad del Desarrollo. Santiago. Chile.
- Amorós, J.E., P. Cortés, G. Echeopar y T. Flores (2006). Global Entrepreneurship Monitor, Reporte Nacional Chile 2005. Universidad Adolfo Ibáñez y Universidad del Desarrollo. Santiago, Chile.
- Arenius, P. y M. Minniti (2005). “Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship”, Small Business Economics, 24: 233-247.
- Autio E. (2005). GEM Report on High-Expectation Entrepreneurship. London Business School, Mazars y Babson College. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Bosma, N, K. Jones, E. Autio y J. Levie (2008). Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report 2007. Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Bosma, N. y R. Harding (2007). Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report 2006. Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Banco Mundial (2007). Doing Business 2008. Disponible en <http://espanol.doingbusiness.org/home.aspx>.
- Benavente, J.M. (2007). Presentación: Diagnóstico y Proyección de la Innovación Tecnológica en Chile. CEPAL-ILPES.
- Crespi, G. (2003). Pyme en Chile: Nace, Crece y...Muere. Fundes Internacional. Santiago, Chile.
- Dether, M. (2001). Cultura Emprendedora. Programa Permanente de Capacitación para Dirigentes. IDEB.
- Dether, M. (2002). Problema conocido, no es más problema. Disponible en <http://www.justoahora.com/nws/v15.htm#1>.

- Gibb, A.A. (1999). "Creating an Entrepreneurial Culture in Support of SMEs", *Small Enterprise Development*, 10(4): 27-38.
- Kantis, H., S. Diaz y M. Pizarro (2008). *Innovación y Emprendimiento: Comercialización de las innovaciones a través de la creación de nuevas empresas*. ENDEVOR, Santiago, Chile.
- Klapper, L., R. Amit, M.F. Guillen y J.M. Quesada (2007). "Entrepreneurship and Firm Formation Across Countries", *World Bank Policy Research Working Paper WPS 4313*, August.
- Maloney, W. y D. Lederman (2004). "R&D and Development", *Econometric Society 2004 Latin American Meetings 216*, Econometric Society, revised.
- Minniti, M. y C. Nardone (2007). "Being in Someone Else's Shoes: the Role of Gender in Nascent Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 28: 223-238.
- Minniti, M., I. E. Allen y N. Langowitz (2006). *Global Entrepreneurship Monitor, 2005 Report on Women and Entrepreneurship*. Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Pulgar, R. (2006). *Análisis de la evolución y perspectivas de la Banca de Desarrollo en Chile*. Unidad de estudios de desarrollo. División de Desarrollo económico. CEPAL.
- Rasheed, H. (2000). *Developing entrepreneurial potential in Youth: The effects of entrepreneurial education and venture creation*. Proceeding of USADE.
- Reynolds, P.D., N.S Bosma, E. Autio, S. Hunt, S., N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-Garcia, y N. Chin (2005). "Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003", *Small Business Economics*, 24(3): 205-231.
- Stevenson, H. (2000). Plenary address. "Why the entrepreneurship has won!". Coleman White Paper. USADE.
- Titelman, D. (2003), "La banca de desarrollo y el financiamiento productivo", *Serie financiamiento del desarrollo N° 137*, CEPAL, Santiago.
- Van Stel, A.J., D.J. Storey y A.R. Thurik (2007). "The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 28, pp.171-186.
- Wennekers, A.R.M., A.J. van Stel, A.R. Thurik y P.D. Reynolds (2005). "Nascent entrepreneurship and the level of economic development", *Small Business Economics*, 24(3): 293-309.
- Wennekers, A.R.M. (2006). "Entrepreneurship at country level; Economic and non-economic determinants". ERIM Ph.D. Series Research in Management, Erasmus University Rotterdam.
- World Economic Forum (2007) *The Global Competitive Report 2006-2007*. Disponible en <http://www.gcr.weforum.org>

[SOBRE LOS AUTORES]

Olga Pizarro Stiepovic

Ingeniero Comercial, Bachiller en Matemáticas Universidad de Concepción, Magister en Dirección de Empresas, Universidad Adolfo Ibañez. Se desempeña como Director de Postgrados de la Universidad del Desarrollo, así como Profesor de Habilidades Directivas y Directora del CEEM, Centro de Estudios Empresariales de la Mujer de la misma casa de estudios.

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 desempeña como profesor de entrepreneurship e investigador en el Centro para el Emprendimiento y la Innovación de la Universidad del Desarrollo.

Massiel Guerra

Ingeniero Comercial, Universidad de Chile. Actualmente en proceso de titulación del programa de Magíster en Políticas Públicas, Universidad de Chile-Universidad de Chicago. Se ha desempeñado como coordinadora en el Centro de Investigación de Empresas y Negocios (CIEN) de la Universidad del Desarrollo y docente de la Facultad de Economía y Negocios de dicha casa de estudios.

11 [COORDINACIÓN DEL GEM CHILE]

El proyecto GEM Chile 2007 ha sido desarrollado en conjunto por los centros de emprendimiento de la Universidad Adolfo Ibáñez y la Universidad del Desarrollo.

Centro de Innovación y Emprendimiento Universidad Adolfo Ibáñez

www.uai.cl

Contacto: Michelle Ballesteros,
Coordinadora de Emprendimiento
michelle.ballesteros@uai.cl

Tel: (562) 675 4562

Centro para el Emprendimiento y la Innovación de la Universidad del Desarrollo

www.fenudd.cl

Contacto: Patricio Cortés
Director Ejecutivo CEI
pcortes@udd.cl

Tel: (562) 299 9276

12 [AUSPICIADORES REPORTE REGIÓN DEL BÍO-BÍO]



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

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

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.

En el año 2007 el programa de MBA de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo ha ocupado el primer puesto a nivel latinoamericano en la enseñanza del emprendimiento en el Ranking de Escuelas de Negocios de la revista América-Economía.



[www.gemchile.cl]

