



Global Entrepreneurship Monitor
Reporte Nacional
de Chile
2015

Vesna Mandakovic/ Adriana Abarca/ J. Ernesto Amorós

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Nacional de Chile 2015

Primera Edición

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Inscripción N° 265767

Santiago – Chile

ISBN: 978-956-7961-86-3

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Los resúmenes globales, nacionales y los micro-sitios de cada equipo nacional pueden ser encontrados en www.gemconsortium.org. Toda la información sobre el proyecto en Chile está disponible en

www.gemchile.cl. Tanto el sitio web del GEM Global como el del GEM Chile suministran una lista actualizada del creciente número de artículos científicos que se basan en datos del GEM.

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

Portada: Antonia Larraín.

Diagramación: Antonia Larraín.

Edición: Jacinto Gorosabel O.

Impreso en Chile

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	10
RESUMEN EJECUTIVO	12
1. INTRODUCCIÓN	23
1.1 MARCO CONCEPTUAL	25
1.2 METODOLOGÍA GEM	26
1.3 PRINCIPALES INDICADORES GEM	28
1.4 SOBRE ESTE REPORTE	29
2. LOS VALORES SOCIALES HACIA EL EMPRENDIMIENTO Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES	31
2.1 COMPARACIÓN INTERNACIONAL	32
2.2 ASPECTOS SOCIALES Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES DE ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO EN CHILE	34
3. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA: CICLO DE VIDA, EL EMPRENDEDOR Y SU NEGOCIO	39
3.1 LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	39
3.2 MOTIVACIONES PARA EMPRENDER	45
3.3 DISTRIBUCIÓN POR SECTORES	48
3.4 EDAD Y GÉNERO	50
3.5 NIVEL EDUCATIVO	54
3.6 NIVEL DE INGRESOS	55
3.7 DESCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS	56
4. CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	59
4.1 EXPECTATIVAS DE ALTO CRECIMIENTO	60
4.2 COMPETITIVIDAD	65
4.3 ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS EMPLEADOS	70
5. FACTORES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER	73
5.1 METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA A EXPERTOS	73
5.2 ANÁLISIS GENERAL DE LAS CONDICIONES PARA EMPRENDER	75
5.3 ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LAS CONDICIONES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN CHILE	79

6. REFERENCIAS	91
7. FICHA METODOLÓGICA	95
7.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA	95
7.2 ENCUESTA A EXPERTOS	95
7.3 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS EXPERTOS SEGÚN ESPECIALIDAD	96
7.4 EXPERTOS CONSULTADOS	96
8. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE	101
8.1 EQUIPO GEM CHILE	102
9. COLABORADOR	105
10. PATROCINADORES	109

FIGURAS

FIGURA 1-1: PAÍSES PARTICIPANTES DEL GEM 2015, AGRUPADOS POR REGIÓN GEOGRÁFICA Y DESARROLLO ECONÓMICO

FIGURA 1-2 : EL MARCO CONCEPTUAL GEM

FIGURA 1-3: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM

FIGURA 2-1: VALORACIÓN Y ATRIBUTOS HACIA EL EMPRENDIMIENTO EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015 POR REGIÓN GEOGRÁFICA

FIGURA 2-2: VALORACIÓN Y ATRIBUTOS HACIA EL EMPRENDIMIENTO EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015 POR FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO

FIGURA 2-3: INTENCIÓN DE INICIAR UNA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015 SEGÚN FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO

FIGURA 2-4: PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO

FIGURA 3-1: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES (TEA) EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015 SEGÚN FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO

FIGURA 3-2: BALANCE DE LAS MOTIVACIONES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES

FIGURA 3-3: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR REGIÓN EN CHILE

FIGURA 3-4: PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES POR MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER EN LAS REGIONES PARTICIPANTES DE GEM CHILE

FIGURA 3-5: DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES

FIGURA 3-6: DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS

FIGURA 3-7: EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES SEGÚN GRUPO DE EDAD

FIGURA 3-8: EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS SEGÚN GRUPO DE EDAD

FIGURA 3-9: TASA DE EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES (TEA) SEGÚN SEXO

FIGURA 3-10: TASA DE EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS SEGÚN SEXO

FIGURA 3-11: PROPORCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

FIGURA 3-12: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN INGRESO FAMILIAR

FIGURA 3-13: RAZONES EXPRESADAS TRAS LA DESCONTINUACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO

FIGURA 4-1: EXPECTATIVAS DE GENERACIÓN DE EMPLEO COMO PORCENTAJE DEL TOTAL DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN LOS PAÍSES DE LA OECD PARA EL CICLO 2015

FIGURA 4-2: NÚMERO DE TRABAJADORES Y POTENCIAL NÚMERO DE TRABAJADORES EN LOS NEGOCIOS DE LOS EMPRENDEDORES SEGÚN ETAPA DE EMPRENDIMIENTO

FIGURA 4-3: NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS

FIGURA 4-4: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA

FIGURA 4-5: USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PROCESOS

FIGURA 4-6: EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO

FIGURA 4-7: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y ORIENTACIÓN INTERNACIONAL

FIGURA 4-8: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE EMPLEADOS (EEA) EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES DEL GEM, POR DESARROLLO ECONÓMICO

FIGURA 5-1: INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO Y CHILE (1/2)

FIGURA 5-2: INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO Y CHILE (2/2)

FIGURA 5-3: EVOLUCIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE CHILE, 2012-2015

FIGURA 5-4: APOYO FINANCIERO PARA EL EMPRENDIMIENTO

FIGURA 5-5: EVALUACIÓN DE LA TRANSFERENCIA DE I+D

FIGURA 5-6: EVALUACIÓN DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

FIGURA 5-7: EVALUACIÓN DE LA FACILIDAD PARA ACCEDER A NUEVOS MERCADOS Y CLIENTES

FIGURA 5-8: EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

FIGURA 5-9: EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO

FIGURA 5-10: EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO

FIGURA 5-11: EVALUACIÓN DE LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES PROCLIVES AL EMPRENDIMIENTO

FIGURA 5-12: EVALUACIÓN DE ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA PARA LOS NEGOCIOS

TABLAS

TABLA 3-1: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015 POR REGIÓN GEOGRÁFICA

TABLA 3-2: EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

TABLA 3-3: EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN PAÍSES MIEMBROS DE LA OECD

TABLA 4-1: EXPECTATIVAS DE GENERACIÓN DE EMPLEO EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015 POR REGIÓN GEOGRÁFICA, EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES

TABLA 5-1: CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

TABLA 5-2: PROMEDIO DE CADA CONDICIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS PAÍSES OECD



PRESENTACIÓN

Hace ya varios años que las palabras emprendimiento e innovación dejaron de ser conceptos abstractos y lejanos, pasando a convertirse en conductas y actitudes concretas que han sido puestas en práctica por cientos de miles de personas en todo el planeta, convirtiéndose de paso en una poderosa palanca impulsora del desarrollo económico de los países.

Chile no ha sido una excepción. La serie de reformas que comenzó a implementarse en el país en las últimas décadas, paulatinamente, fue traspasando mayores responsabilidades a los agentes privados, y fue el espíritu emprendedor de los chilenos, en un contexto de creciente liberalización de los mercados y de integración a la economía mundial, el responsable del fuerte crecimiento económico experimentado en este período. La revolución tecnológica que comenzó a manifestarse con mayor fuerza en la década de los noventa dio un impulso adicional al potencial emprendedor de los chilenos, y en ese contexto nacen importantes programas públicos de apoyo para potenciar las actividades de emprendimiento e innovación en el país.

La economía chilena atraviesa en la actualidad por una difícil situación, ya que el ritmo de expansión de los niveles de actividad se está contrayendo en forma significativa, situación que no solo obedece a fenómenos puramente coyunturales derivados de un panorama internacional desfavorable. Se suma a lo anterior, una pérdida en el potencial de crecimiento cuyo origen esencial se encuentra en una caída en las ganancias de productividad como fuente de expansión económica. Al respecto, existe un amplio consenso sobre el rol que desempeñan, tanto la innovación como el impulso emprendedor, en la recuperación del ritmo de crecimiento perdido, evitando así que el actual momento económico se convierta en un estado permanente. No es casualidad que el actual Gobierno esté destinando un

importante volumen de recursos públicos a iniciativas vinculadas al emprendimiento y la innovación, ni que el 2016 haya sido declarado por la Presidenta Michelle Bachelet como el Año de la Productividad, o que distintos sectores estén proponiendo medidas tendientes a conseguir este objetivo.

Para la materialización de este propósito, resulta fundamental contar con antecedentes que nos permitan conocer —de la mejor forma y con la mayor claridad posibles— el estado de la cancha en la que se está jugando el partido del emprendimiento y la innovación, así como el ambiente que se percibe en el estadio, tanto entre los protagonistas del encuentro, como a nivel del público que brinda el marco de apoyo al encuentro. Conocer cuáles son las características de la actividad emprendedora en Chile, las aspiraciones de los emprendedores, el estado del ecosistema emprendedor, y la percepción que existe en el país hacia el emprendimiento, constituye un requisito clave para orientar adecuadamente las políticas públicas que persigan este propósito.

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que mide la dinámica del emprendimiento en más de cien países, y que en Chile se realiza desde hace más de diez años con una mirada nacional y regional, constituye una herramienta indispensable para quienes están interesados en hacer un seguimiento a este tema desde distintas perspectivas. Esta versión 2015 es particularmente oportuna, en atención a la prioridad que se le está asignando al emprendimiento en el ámbito de las políticas públicas, así como al debate que se ha generado respecto del impacto que pueden tener distintas iniciativas —tanto las de carácter global como las que tienen una orientación particular— sobre el emprendimiento y la innovación.

Finalmente, queremos agradecer a las universidades e instituciones asociadas a nivel regional que participaron en el año 2015: Universidad de Tarapacá, Corporación Privada para el Desarrollo de la Universidad Arturo Prat, Corporación para la Competitividad e Innovación Región de Atacama, Universidad Católica del Norte (sede Antofagasta y Coquimbo), Universidad Técnica Federico Santa María (casa central y Sede Concepción), Universidad del Desarrollo (sede Concepción), Universidad de la Frontera e Inacap. Agradecemos toda la ayuda y tiempo dedicado a los 318 informantes claves que respondieron la encuesta sobre las condiciones nacionales y regionales para el emprendimiento. Asimismo extendemos nuestro agradecimiento a las más de 6.231 mujeres y hombres encuestados, de forma anónima, cuya información es el pilar fundamental de esta investigación. Sumado a esto, también agradecemos a cada una de las emprendedoras y emprendedores que, con su trabajo, contribuyen día a día al crecimiento de nuestro país.

Hernán Cheyre
Director de Emprendimiento
Facultad de Economía y Negocios, UDD

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM, ha estado presente en Chile desde el año 2002, desde entonces ha venido monitoreado la dinámica emprendedora de la población adulta del país y de sus regiones, con la finalidad de analizar los factores que impulsan la creación y desarrollo de nuevas empresas, y detectar las áreas de oportunidad que ayuden al diseño de mejores programas y políticas en favor del emprendimiento.

Con 17 años de vida, el proyecto GEM Internacional se ha convertido en un reconocido referente internacional en la medición de indicadores sobre la valoración social del emprendimiento, características de la actividad emprendedora y, sobre todo, respecto de los diagnósticos de los ecosistemas de emprendimiento en diferentes países.

En esta edición de GEM Chile 2015, revela que en el país sigue prevaleciendo una visión favorable hacia el emprendimiento. De hecho, el 50% de las personas manifiesta que le gustaría iniciar un nuevo negocio en los próximos años. No obstante, este año se advierte un quiebre en la tendencia alcista que venían mostrando a través del tiempo algunos indicadores relevantes. En particular, destaca lo referido a **la percepción de oportunidades por parte de los emprendedores, que baja considerablemente el año 2015, tanto en aquellos que se encuentran en las etapas iniciales de su emprendimiento, como en quienes ya tienen un negocio establecido**. Esta percepción más desfavorable probablemente está relacionada con el proceso de desaceleración que atraviesa la economía nacional, sumado a un clima generalizado de mayor incertidumbre. A pesar de lo anterior, **la valoración social del emprendimiento sigue siendo muy positiva**, lo cual es fundamental para seguir impulsando la actividad emprendedora. Y para generar un ecosistema más favorable para los emprendedores, se requiere del esfuerzo conjunto y alineado entre diversos agentes públicos y privados.

Con respecto a la actividad emprendedora, los resultados muestran que en **el período 2015, después de cuatro años de alza, la tasa de emprendimiento en etapas iniciales (TEA) dejó de crecer** mostrando incluso una pequeña disminución de 26,8% a 26%. Sin embargo, esta variación no es estadísticamente significativa. De esta forma, el país sigue destacando entre los miembros de la OECD como la economía que presenta la mayor prevalencia de personas adultas que se declaran emprendedoras.

Otro aspecto que merece destacarse es la motivación para el emprendimiento. A pesar de que la mayoría de las emprendedoras y emprendedores del país siguen manifestando que inician su actividad principalmente motivados porque consideran el emprendimiento como una oportunidad de desarrollo, **los resultados correspondientes al año 2015, muestran que los emprendedores por necesidad aumentaron significativamente, pasando de 17 % el 2014 a 27% el año pasado**. Si bien este indicador está aún muy por debajo del nivel que se observaba seis años atrás, (en torno a 35%), la variación da cuenta de un importante giro que podría explicarse por la mayor debilidad e inestabilidad que se observa en el mercado laboral. En consecuencia, a pesar de que Chile continúa exhibiendo elevadas tasas de emprendimiento en comparación con otros países de la región y con los miembros de la OECD, se advierte una mayor prevalencia de emprendedores que se declaran auto-empleados o trabajadores por cuenta propia, es decir, no generan empleos adicionales y su impacto económico directo de corto plazo

puede no ser muy significativo. La mayoría de estos emprendimientos se presentan en sectores de servicios, y usualmente se trata de negocios poco competitivos. Generalmente, la combinación de auto-empleado y una actividad poco competitiva genera una alta rotación y/o abandono de la actividad emprendedora al poco tiempo. Los resultados obtenidos permiten constatar que la actividad emprendedora en negocios establecidos alcanza al 8,2 % de la población adulta.

Con todo, las aspiraciones de los emprendedores en Chile siguen siendo muy positivas. Cuando se comparan estas cifras en el contexto internacional, poniendo énfasis en los países de la OECD, Chile sigue destacando como aquel donde los emprendedores tienen mayores intenciones de crear nuevos empleos. Obviamente esto es muy positivo y debe constituir un incentivo para dar mayor apoyo a estas empresas que, al menos en una intención inicial, tienen el deseo de seguir creciendo. Sin embargo, es necesario tener presente que los resultados de largo plazo, es decir, la sustentabilidad del negocio, no va a depender solo de una buena gestión del mismo y de desenvolverse en un entorno favorable para el desarrollo de estas nuevas empresas.

Con respecto a la competencia, aproximadamente el 50% de los emprendedores señala que ofrecen productos y servicios novedosos, pero también hay una mayoría que manifiesta que hay otros emprendedores ofreciendo sus mismos productos o servicios. Aun cuando las nuevas empresas ofrecen productos o servicios relativamente novedosos. **Otra característica relevante es el muy poco uso y/o desarrollo de nuevas tecnologías.** La gran mayoría de los emprendedores no incorpora dentro de sus procesos productivos o de prestación de servicios nuevas tecnologías. Como ya se comentó, gran parte de los emprendedores tienen empresas que venden algún producto o servicio en áreas en las que hay muy bajas barreras de entrada, por lo que mantenerse en una posición competitiva en el tiempo resulta difícil. Sigue persistiendo el fenómeno de la "copia fácil" de productos o servicios, que si bien suelen (o solían) ser competitivos en otros mercados, rápidamente son adoptados localmente por muchas empresas. Una sana reacción ante la falta de competitividad que perciben los emprendedores en los rubros tradicionales, es la creciente búsqueda de innovaciones para posicionar sus productos y servicios en los mercados internacionales. Esta alternativa también es una opción válida para enfrentar los altos niveles de competencia local.

Como conclusión general acerca de la evolución de la actividad emprendedora en el año 2015, puede señalarse que persiste un alto interés por emprender (aproximadamente un tercio de la población adulta del país manifiesta estar directamente relacionada con la creación, desarrollo y administración de un negocio que nació a partir de una iniciativa emprendedora). Esto, en un contexto en que la valoración social del emprendimiento ha subido en forma significativa. Como **elemento negativo destaca la mayor importancia relativa que adquirió el emprendimiento por necesidad, junto con la menor percepción de oportunidades futuras.** Con todo, cabe resaltar que la mayoría de los emprendimientos son todavía de poco impacto, lo cual hace muy necesaria la creación de condiciones que permitan y faciliten el desarrollo de empresas competitivas en el largo plazo.

Respecto del contexto para emprender, el informe GEM analiza nueve dimensiones que miden las condiciones de la actividad emprendedora. Cinco de ellas fueron evaluadas por los expertos de manera más negativa que el año anterior. Los expertos consultados siguen valorando de forma muy negativa los apoyos financieros disponibles para que las nuevas empresas puedan crecer y proyectarse en el tiempo, tanto por falta de capital propio de los emprendedores como, principalmente, por la escasez y complejidad de obtener fuentes privadas de financiamiento. Mencionan también que la modesta transferencia de I+D junto con una mala educación para el emprendimiento, son todavía limitantes importantes en el ecosistema de emprendimiento chileno. Perciben que todavía existe una gran distancia entre las universidades y los centros de investigación con los emprendedores, lo cual se traduce en una prácticamente nula transferencia de investigación y desarrollo.

Otros aspectos que siguen siendo evaluados en forma negativa son la dinámica del mercado interno y la dificultad que existe para competir y desafiar a las empresas establecidas. La economía chilena sigue presentando bajos niveles de dinamismo y elevadas barreras de entrada a varias industrias, lo que dificulta la inserción de nuevas empresas con potencial para dinamizar estos sectores. De hecho, al comparar estos factores con lo que se observa en economías menos desarrolladas que la chilena, el país sigue presentado una muy importante brecha en la dinámica de mercado, reflejo de las barreras existentes. ***Cabe destacar también que persiste una valoración negativa respecto del impacto que tiene la carga impositiva sobre el emprendimiento: un 65% considera a este factor como una traba para emprender.***

Entre los aspectos positivos, Chile sigue destacando en cuanto a la existencia de programas y políticas públicas pro-emprendimiento, incluso cuando se compara con economías más desarrolladas. En el presente ciclo se mejoró la evaluación respecto al año anterior, y se continúan reconociendo en forma positiva los esfuerzos gubernamentales orientados a generar un mejor ecosistema para el emprendimiento. ***En general, mejoró la evaluación de los programas pro-emprendimiento, especialmente la percepción de los subsidios gubernamentales, factor que fue el mejor valorado dentro del apoyo financiero.***

Un elemento que también mantiene su evaluación positiva es aquel que se relaciona con las normas sociales y culturales que favorecen la creación de nuevas empresas. Se hace un reconocimiento muy positivo al esfuerzo personal que implica la creación de una nueva empresa, y al hecho de que la sociedad en su conjunto apoye a los emprendedores. Sin embargo, entre los aspectos negativos, persiste la percepción asociada con la estigmatización al fracaso empresarial, así como un relativo bajo estímulo para tomar riesgos. Si los emprendedores exitosos mantienen su prestigio social y reconocimiento, aunado a un ambiente pro-emprendimiento y pro-nueva empresa, sin duda se puede seguir consolidando una mejor cultura del emprendimiento.

Finalmente, aun cuando siguen existiendo muchas buenas oportunidades de negocios, aún hay brechas entre quienes tienen deseos de emprender y quienes efectivamente pueden desarrollar un emprendimiento dinámico y con capacidad de crecimiento.

Con todo, se aprecia que el contexto para emprender presenta importantes desafíos y oportunidades, especialmente en lo relativo a la dinamización de los mercados locales con mayor competencia, permitiendo el desarrollo de empresas con mejor potencial de crecimiento e internacionalmente competitivas. No es este un desafío fácil, pero ser exitosos en esta materia permitirá a Chile fortalecer los pilares fundamentales para su desarrollo económico y social.

CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN CHILE

Tasa de actividad emprendedora en Chile

El 25,9% de la población entre 18-64 años declara estar en fase inicial de actividad emprendedora (TEA), y un 8,2% se declara en actividad establecida.

El año pasado la actividad emprendedora en fase inicial fue de un 26,8% y la actividad establecida un 8,8%. Esta diferencia resulta ser no significativa.

Motivación

El 72,6% de los emprendedores iniciales manifestó que su motivación para emprender fue una oportunidad de negocio y, el 27,3%, señala haberlo hecho por necesidad.

En el año 2014, el 81,2% de los emprendedores iniciales declararon emprender para aprovechar una oportunidad de negocio y el 17,6% manifestó hacerlo por necesidad. Este contraste entre ambos ciclos es significativo.

Edad

La edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 39 años, mientras que la edad promedio de los establecidos es de 47 años.

Para el ciclo anterior la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales fue de 38 años y los establecidos 46 años.

Escolaridad

El 66% de los emprendedores en etapas iniciales tiene niveles educativos más allá de la educación obligatoria, y para los establecidos esa cifra alcanza el 62%.

Comparado con el año anterior, el 64% de los emprendedores en etapas iniciales declaró tener niveles de educación más allá de la educación obligatoria.

Sector económico

El 55,3% de los emprendedores iniciales y el 50,3% de los establecidos poseen negocios en sectores de actividad relacionados con consumidores finales.

Cifra similar al año pasado en lo referido a los emprendedores iniciales, donde el 55,5% declaró estar en el sector de servicio al consumidor, y algo distinto en el caso de los emprendedores establecidos (44,7%).

Nivel de ingresos

El 53% de los emprendedores en etapas iniciales se encuentran en los estratos socioeconómicos ABC1 y C2, para los establecidos la misma medición alcanza el 62%.

El año pasado prácticamente la mitad de los emprendedores se encontraba en cada uno de los estratos socioeconómicos ABC1 y C2.

VALORES SOCIALES HACIA EL EMPRENDIMIENTO Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES EN CHILE

Oportunidades percibidas

El 62% de los emprendedores en etapas iniciales y el 55,4% de los emprendedores establecidos considera que habrán buenas oportunidades de negocio para los próximos 6 meses.

Cifra menor que el 2014, donde el 73,4% de los emprendedores en etapas iniciales y el 62,3% de los establecidos declaraba que habrá buenas oportunidades de negocio en los próximos 6 meses.

Capacidades percibidas

El 65,7% de la población adulta considera que poseen los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa.

La medición para el año anterior arrojó un 87,1% para los emprendedores en etapas iniciales y un 87,3% para los establecidos.

Intenciones emprendedoras

Al igual que el ciclo anterior, un 50% de la población no involucrada en actividades emprendedoras señala que espera crear un nuevo negocio dentro de los próximos tres años.

Miedo al fracaso

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

El año pasado el 23% de los emprendedores en etapas iniciales y el 23,8% de los establecidos declaraba tener miedo al fracaso.

Emprendimiento como una elección de carrera deseable

El 65,8% de los emprendedores en etapas iniciales y 70,7% de los emprendedores establecidos señala que la mayoría de las personas considera que el emprendimiento es una opción de carrera deseable.

El 2014 las cifras para esta misma pregunta correspondieron a un 66,8% para los emprendedores en etapas iniciales y un 64,1% para los establecidos.

Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores

El 67% de los emprendedores en etapas iniciales y el 67,7% de los emprendedores establecidos piensa que los emprendedores exitosos son respetados y gozan de un gran prestigio.

En el ciclo anterior se registró un 64,6% para los emprendedores iniciales y un 66,2% para los establecidos.

Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento

El 58,7% de los emprendedores en etapas iniciales y el 66,8% de los emprendedores establecidos considera que existe una alta cobertura mediática, pues los medios de comunicación con frecuencia muestran historias de emprendimientos exitosos.

El año pasado la medida alcanzó a un 62,7% para los emprendedores en etapas iniciales y un 72,5% para los establecidos.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES EN CHILE

Emprendedores en etapas iniciales con altas perspectivas de generación de empleo

Se estima que el 13,6% de la población adulta (18-64 años) tiene un emprendimiento en etapa temprana en el que quiere generar 20 o más empleos en los próximos cinco años.

En el ciclo anterior el 15,95% de los emprendedores en etapas iniciales tenía altas expectativas de crecimiento.

Novedad de los productos o servicios ofrecidos

El 49% de los emprendedores en etapas iniciales y el 45% de los emprendedores establecidos consideran que su negocio ofrece productos o servicios que son novedosos para sus clientes.

Cifra similar a la que manifestaron el año pasado, con un 47% para emprendedores iniciales y 41% para establecidos.

Intensidad de la competencia esperada

El 42% de los emprendedores en etapas iniciales y el 54% de los emprendedores establecidos considera que muchos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios.

Para los emprendedores en etapas iniciales la medición se mantiene, mientras que para los establecidos el año pasado alcanzó un 60%.

Uso de nuevas tecnologías o nuevos procesos

Solo el 12,9% de los emprendedores en etapas iniciales y el 3,9% de los emprendedores establecidos declara que usa muy nuevas tecnologías (o nuevos procesos) en sus negocios.

Para el año pasado el registro era de 14,3% para emprendedores en etapas iniciales y de 4,6% para emprendedores establecidos.

Expectativa de expansión de mercado

El 62,3% de los emprendedores en etapas iniciales y el 58,7% de los emprendedores establecidos señala que tendrá una moderada expansión de mercado.

La medición anterior alcanzó un 62,1% para emprendedores iniciales y 52,9% para los ya establecidos.

Actividad emprendedora y orientación internacional

El 27,7% de los emprendedores en etapas iniciales y el 32,5% de los emprendedores establecidos manifiestan que entre el 1% y 25% de sus clientes provienen del extranjero.

Cifra menor comparada con el 2014, ya que el 39,2% de los emprendedores iniciales y el 42,1% de los establecidos manifestaban mediana orientación internacional.

ECOSISTEMA DEL EMPRENDIMIENTO EN CHILE

- Las dos dimensiones peor evaluadas en los dos últimos ciclos son: **apoyo financiero y transferencia de I+D.**
- En términos de apoyo financiero los expertos afirman que los emprendedores **no disponen de suficiente capital** propio para comenzar una nueva empresa o financiar una en crecimiento, sumado a que no existe la suficiente oferta de capitales ángeles para estos propósitos.
- La opinión generalizada es que las empresas nuevas y en crecimiento **no pueden costear las últimas tecnologías**, y que los subsidios y ayudas gubernamentales no son suficientes para adquirir nuevas tecnologías.
- La educación para el emprendimiento a nivel mundial es una de las dimensiones peor evaluadas, debido a que en la enseñanza primaria y secundaria no se estimula la creatividad, autosuficiencia e iniciativa personal. Chile sigue la tendencia en este sentido, pues el 94% de los **expertos afirma que no se le dedica suficiente atención al espíritu emprendedor** y a la creación de empresas.
- En nuestro país el 81% de los expertos piensa que a las **empresas nuevas no les resulta fácil entrar a nuevos mercados** y, que además les resulta difícil asumir los costos de entrada.
- La mitad de los expertos **asegura que en Chile existen suficientes proveedores, consultores** y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.
- El 51% de los expertos asevera que el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento debería ser una **prioridad de la política del gobierno** central.
- El 55% opina que las **políticas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas** y en crecimiento son efectivos.
- Los expertos concuerdan que **es parte de nuestra cultura apoyar y valorar el éxito individual** conseguido gracias al esfuerzo personal.







1. INTRODUCCIÓN

Desde 1997 el proyecto GEM ha estado presente con sus estudios en 10 países. Desde entonces ha procurado subsanar la carencia de datos en torno a la actividad y dinámica emprendedora de los países. Como consecuencia natural del crecimiento del proyecto, en el 2004 se conformó la Global Entrepreneurship Research Association (GERA) para servir como órgano de supervisión del GEM. GERA es una organización sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos nacionales, las dos instituciones fundadoras, Babson College y London Business School, así como por miembros de las instituciones patrocinadoras del proyecto, entre los que se encuentra la Universidad del Desarrollo.

A través de los años, GEM se ha expandido cubriendo prácticamente todas las regiones del mundo. En el 2015 participaron en este estudio 62 economías, como se presentan en la Figura 1-1. Estas economías se muestran agrupadas de acuerdo a la región geográfica a la que pertenecen y al nivel de desarrollo que tienen. Estas 62 economías corresponden al 90% del PIB mundial. Actualmente GEM es el estudio más grande sobre la actividad emprendedora en el mundo que provee datos armonizados sobre la actividad emprendedora nacional y las condiciones en las que se desarrolla. El 2002 Chile se unió al proyecto completando en el presente año trece ciclos de participación.

FIGURA 1-1: PAÍSES PARTICIPANTES DEL GEM 2015, AGRUPADOS POR REGIÓN GEOGRÁFICA Y DESARROLLO ECONÓMICO

	Basadas en Recursos	Basadas en Eficiencia	Basadas en Innovación
África	Botsuana	Marruecos	
	Burkina Faso	Sudáfrica	
	Camerún		
	Egipto		
	Senegal		
	Túnez		
Asia y Oceanía	India	China	Australia
	Filipinas	Indonesia	Israel
	Irán	Kazajstán	Japón
	Vietnam	Líbano	República de Korea
		Malasia	Taiwán
		Tailandia	
		Turquía	
América Latina y el Caribe		Argentina	Puerto Rico
		Barbados	
		Brasil	
		Chile	
		Colombia	
		Ecuador	
		Guatemala	
		México	
		Panamá	
		Perú	
Europa		Uruguay	
		Bulgaria	Alemania
		Croacia	Bélgica
		Hungría	Eslovaquia
		Letonia	Eslovenia
		Macedonia	España
		Polonia	Estonia
		Rumania	Finlandia
			Grecia
			Irlanda
			Italia
			Luxemburgo
			Noruega
			Países Bajos
			Portugal
			Reino Unido
			Suecia
			Suiza
América del Norte			Canadá
			Estados Unidos

1.1 MARCO CONCEPTUAL

El marco conceptual del GEM ha evolucionado en los últimos años, sin comprometer la posibilidad de comparación de los datos, pero brindando mayor claridad para entender las relaciones entre las distintas variables que afectan el emprendimiento¹.

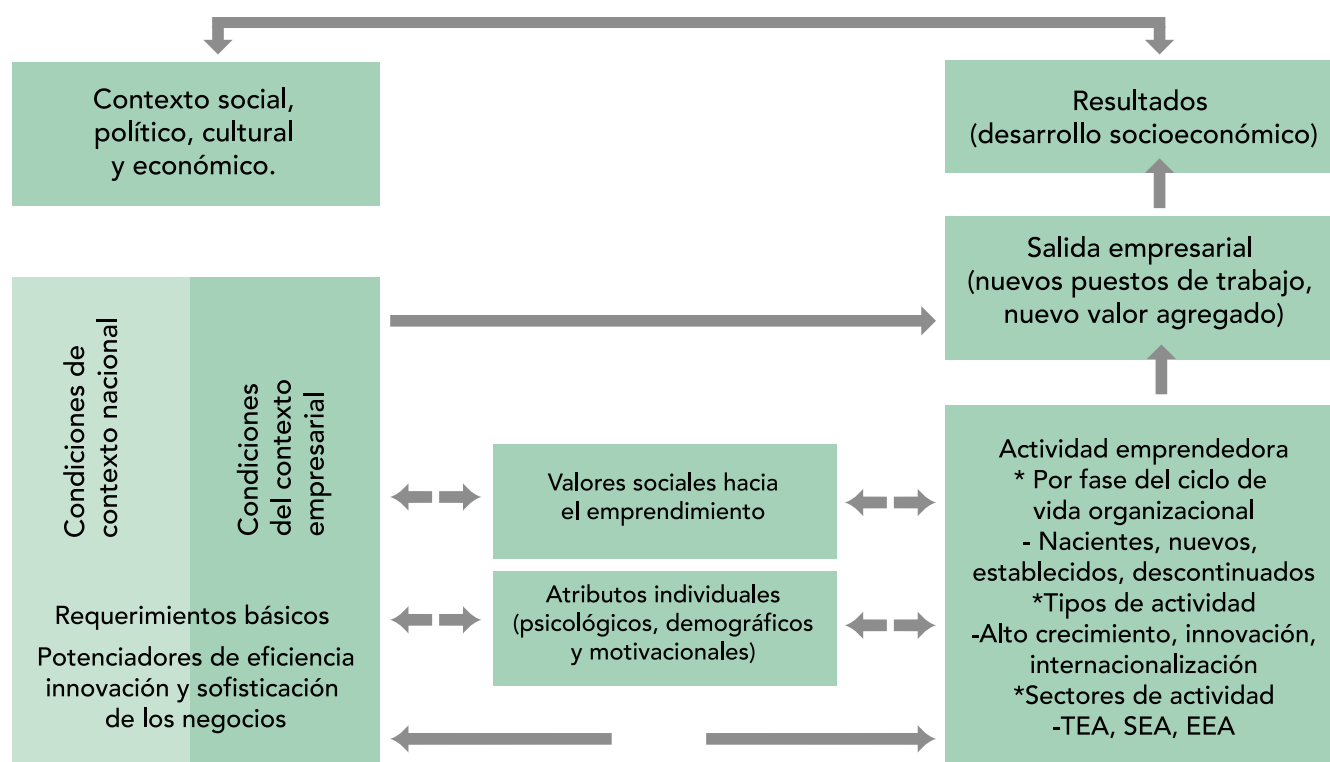
La Figura 1-2, muestra el marco conceptual del GEM. El contexto social, cultural, económico y político está representado por las Condiciones de Contexto Nacional que impactan a la sociedad a través de las tres fases de desarrollo económico (basados en las variables “factores”, “eficiencia” e “innovación”), y las Condiciones del Contexto Emprendedor, que afectan directamente a la actividad emprendedora (más detalles en el Capítulo 5).

Los valores sociales hacia el emprendimiento incluyen aspectos asociados a la legitimidad del emprendimiento dentro de la sociedad (opción de carrera deseable, alto estatus de los emprendedores, entre otras). Los atributos individuales tienen que ver con características demográficas (género, edad, etc.) y auto percepciones (oportunidades percibidas, miedo al fracaso y percepción de capacidades). Tanto los valores sociales como los atributos hacia el emprendimiento son desarrollados en el Capítulo 2 del informe.

La actividad emprendedora engloba múltiples fases del ciclo de vida organizacional (nacientes, nuevos, establecidos y discontinuados), su impacto potencial (alto crecimiento, innovación, internacionalización) y tipo de actividad (tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA); emprendimiento social (SEA); actividad emprendedora de empleados (EEA)). Las definiciones se presentan detalladamente en la Sección 1.4 de este capítulo.

¹ Detalles sobre la evolución del marco conceptual en <http://negocios.udd.cl/gemchile/files/2015/05/REPORTE-GEM-NACIONAL-2014.pdf>

FIGURA 1-2 : EL MARCO CONCEPTUAL GEM



1. 2 METODOLOGÍA GEM

En la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos del GEM hay una colaboración entre cada equipo nacional y el equipo central de datos del GERA, apoyado por dos cuerpos formados por representantes de los equipos nacionales: el Comité Asesor de Investigación e Innovación (quienes definen aspectos sobre el marco conceptual, las definiciones operacionales y la metodología, incluyendo herramientas para el trabajo de campo) y el equipo de Calidad de Datos. El equipo de datos del GERA coordina con los equipos nacionales el proceso de recolección de datos, definición de muestras nacionales (o regionales) representativas, diseño e implementación del trabajo de campo y codificación de la información recogida.

Con el fin de capturar las interacciones entre los individuos y el entorno en el que actúan, GEM utiliza dos cuestionarios para recolectar datos primarios:

La *Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey, APS)* se aplica a un mínimo de 2.000 adultos, entre 18 y 64 años, en cada país participante en el proyecto. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara o una combinación de ambos, principalmente durante los meses de mayo a agosto de cada año. En esta encuesta se hacen preguntas precisas acerca de la participación en —y la actitud hacia— el emprendimiento. De esta forma se recopilan los datos con los que se analiza en profundidad los elementos del marco conceptual del GEM, que tienen relación directa con las valores sociales hacia el emprendimiento, los atributos individuales y las actividades emprendedoras de las personas a nivel nacional, situando a los diferentes países dentro de este contexto internacional.

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

Ambas encuestas son idénticas para todos los países, economías o regiones que participan en el GEM, de tal manera que contar con estas herramientas estandarizadas aplicadas de acuerdo a procedimientos también estandarizados, permiten asegurar la calidad de los datos y que ellos sean comparables entre los países/regiones participantes². Cada año se agregan o modifican algunas de las preguntas, tanto a la APS como a la NES, con la finalidad de obtener la mejor información sobre temas especiales. Por ejemplo, los temas especiales más recientes fueron emprendimiento y bienestar y, emprendimiento social.

Cabe destacar que Chile es uno de los países del GEM que ha puesto mayor énfasis en el enfoque regional, lo cual ha permitido tener una mayor cantidad y calidad de datos. Así, en el 2015, se han realizado un poco más de 6.200 encuestas a la población adulta y una amplia consulta a expertos nacionales que nos ha llevado a tener 318 expertos de 7 regiones del país.

Los datos recogidos por los equipos nacionales son parte del conjunto global de datos del GEM y todas las actividades computacionales son realizadas por el equipo de expertos en el GERA. El informe anual global es producido por los investigadores que participaron en los equipos nacionales.

² La información actualizada sobre los procedimientos de recolección de datos está disponible en el Manual de Datos del GEM en www.gemconsortium.org.

1.3 PRINCIPALES INDICADORES GEM

Sobre la base del marco conceptual del GEM y de los datos recogidos, un conjunto de numerosos indicadores se calculan y se presentan en los informes mundiales y nacionales. El GEM cubre el ciclo de vida del proceso emprendedor y mira a la persona a partir del momento en que compromete recursos para iniciar un negocio del cual tiene la expectativa de ser dueño (emprendedor naciente); después cuando ya es dueño y dirige un nuevo negocio y ha pagado salarios por más de 3 meses, pero por no más de 42 meses (dueño de un nuevo negocio); y finalmente, cuando es dueño y dirige un negocio establecido que ha estado en operación por más de 42 meses (dueños de negocios establecidos). La Figura 1-3 resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

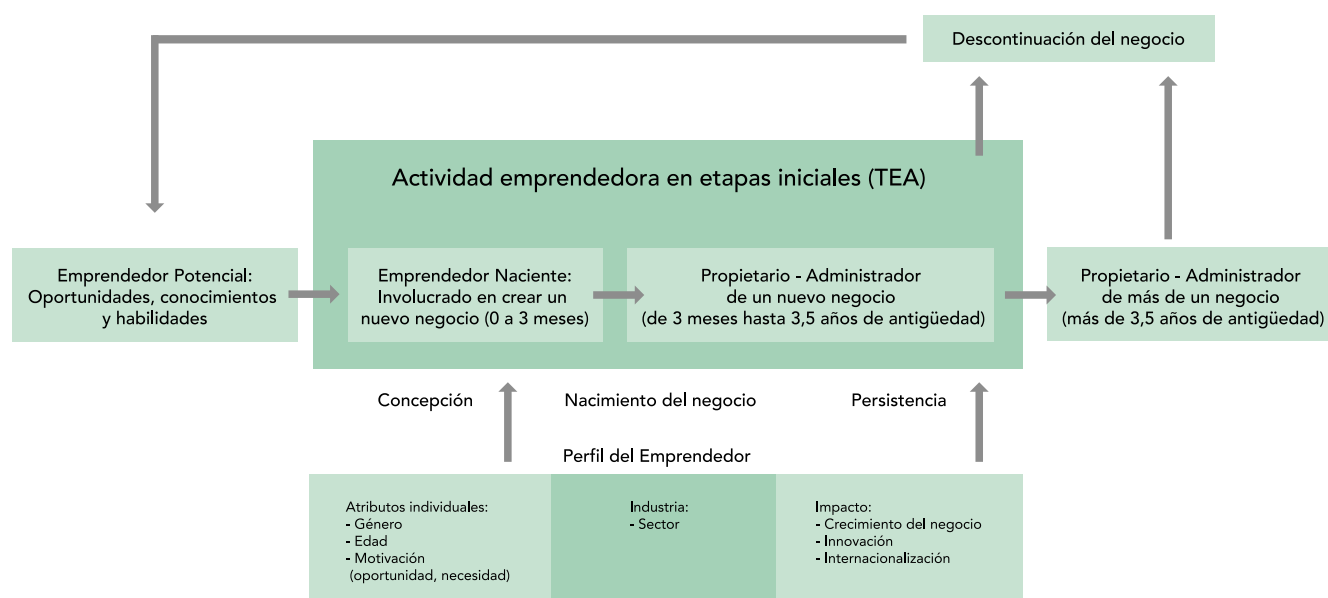
Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribuciones por más de tres meses a cualquier persona, incluyendo los dueños, es considerado el “momento del nacimiento” de un negocio. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios depende de la antigüedad de la nueva empresa.

Los que han pagado salarios o sueldos por más de 3 meses y menos de 42 meses pueden ser considerados nuevos empresarios. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La suma de los emprendimientos nacientes y de los dueños de nuevos negocios es lo que el GEM denomina Actividad Emprendedora de Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity). El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas.

Aun cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus actividades pueden tener un efecto beneficioso en la economía, porque tanto el ingreso de nuevos competidores y los eventuales nuevos productos y servicios que estos ofrecen, pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño. Este indicador se puede enriquecer adicionalmente por el suministro de información relacionada con la inclusión (sexo, edad), el impacto (el crecimiento del negocio, la innovación, la internacionalización) y la industria (sectores). Las definiciones se presentan en la Figura 1-3.

Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como emprendedores establecidos. Sus negocios han sobrevivido el denominado “valle de la muerte” y han dejado las etapas iniciales. Un país con una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la sobrevivencia de las empresas. Sin embargo, si un país exhibe altos niveles de emprendimientos establecidos combinados con un bajo grado de actividad emprendedora en etapas iniciales, indica un bajo nivel de dinamismo en la actividad emprendedora.

FIGURA 1-3: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM

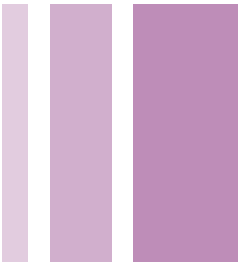


Adicional al TEA, desde el año 2011, se calcula la tasa de participación de los empleados en las actividades emprendedoras o EEA por sus siglas en inglés (Entrepreneurial Employee Activity), este indicador está relacionada con el desarrollo o el lanzamiento de nuevos productos o servicios, o la creación de una nueva unidad de negocio, un nuevo establecimiento o filial dentro de un negocio establecido.

1.4 SOBRE ESTE REPORTE

La información presentada en este reporte está dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. Analiza los indicadores de la dinámica emprendedora (valores sociales hacia el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora) así como el contexto para emprender en Chile, y también incluye algunos indicadores globales de los diferentes países que participaron en el GEM 2015, poniendo especial énfasis en mostrar comparaciones entre los países de América Latina, países cuyas economías están basadas en eficiencia (grupo al que pertenece Chile según la clasificación del WEF), y los países miembros de la OECD.





2. LOS VALORES SOCIALES HACIA EL EMPRENDIMIENTO Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES

Los valores sociales hacia el emprendimiento evidencian la legitimidad cultural que tiene el emprendimiento en un determinado país, entendiéndose como el estatus y respeto hacia el emprendimiento (Klyver y Thornton, 2010). Es precisamente la cultura, historia, regulación y ambiente empresarial lo que afecta la percepción respecto del emprendimiento que, a su vez, impacta en la intención y decisión de emprender de los individuos (Kwon y Arenius, 2010).

Así, el GEM mide la valoración social hacia el emprendimiento desde tres dimensiones: (1) si se considera que iniciar un negocio es una forma de carrera laboral (en contraste con ser empleado); (2) si los emprendedores exitosos son reconocidos y admirados por la sociedad en su conjunto; y (3) si los medios de comunicación dan cobertura (y promueven) a los emprendedores exitosos generando una cultura pro-emprendimiento.

Por su parte, los atributos individuales reflejan las percepciones que tiene la población acerca de emprender. Particularmente, el GEM estudia los atributos individuales mediante cuatro dimensiones básicas: (1) percepción de oportunidades, (2) percepción de capacidades, (3) miedo al fracaso y (4) intenciones emprendedoras. Una quinta dimensión, incluida por algunos países en su análisis, mide el impacto de los modelos de referencia en la actividad emprendedora, elemento que analizaremos para el caso de Chile.

2.1 COMPARACIÓN INTERNACIONAL

La Figura 2-5 muestra indicadores del GEM referentes a la valoración social³ y a los atributos individuales para cada uno de los países participantes en el ciclo 2015, por región.

Con respecto a la valoración social del emprendimiento, África es la región donde el emprendimiento es una opción de carrera deseable y el estatus asociado a los emprendedores exitosos es también relevante, en comparación con el resto de las regiones del mundo. En tanto, en Asia y Oceanía, el 69% de la población económicamente activa considera que existe una atención positiva de los medios hacia el emprendimiento.

La Figura 2-2 nos muestra los mismos resultados anteriores, agrupados por nivel de desarrollo económico de los países. En las economías basadas en factores, dos tercios de la población económicamente activa considera que el emprendimiento es una opción de carrera deseable, con una proporción similar de individuos que consideran que existe una atención positiva de los medios hacia el emprendimiento. Es más, los individuos consideran que hay un alto estatus asociado a ser emprendedor (74%). Estos resultados muestran que los emprendedores son visibles, bien recompensados y se considera como una buena opción de carrera.

En los países cuya economía está basada en la eficiencia, se observa un patrón distinto, los individuos perciben que ser emprendedor es una buena opción de carrera (66%) aunque menos visible (61%) y admirada que en las economías basadas en factores (66%).

El patrón en economías basadas en la innovación, es que los emprendedores tienen un alto estatus (67%) y buena cobertura en los medios (59%), pero menos de la mitad de los individuos considera que es una opción deseable de carrera. Esto estaría asociado a las mejores condiciones que ofrece el mercado laboral.

En la Figura 2-2 también se observan los indicadores relacionados directamente con características individuales sobre las oportunidades, capacidades, miedo al fracaso y propensión a emprender. Las regiones que reúnen a los países en vías de desarrollo tienen en promedio una mayor percepción de oportunidades, manifiestan mayores capacidades emprendedoras y menor miedo al fracaso que los países más desarrollados. Esto se acentúa particularmente en África y posteriormente en América Latina y el Caribe, donde existe una alta propensión a emprender (Amorós y Bosma, 2014).

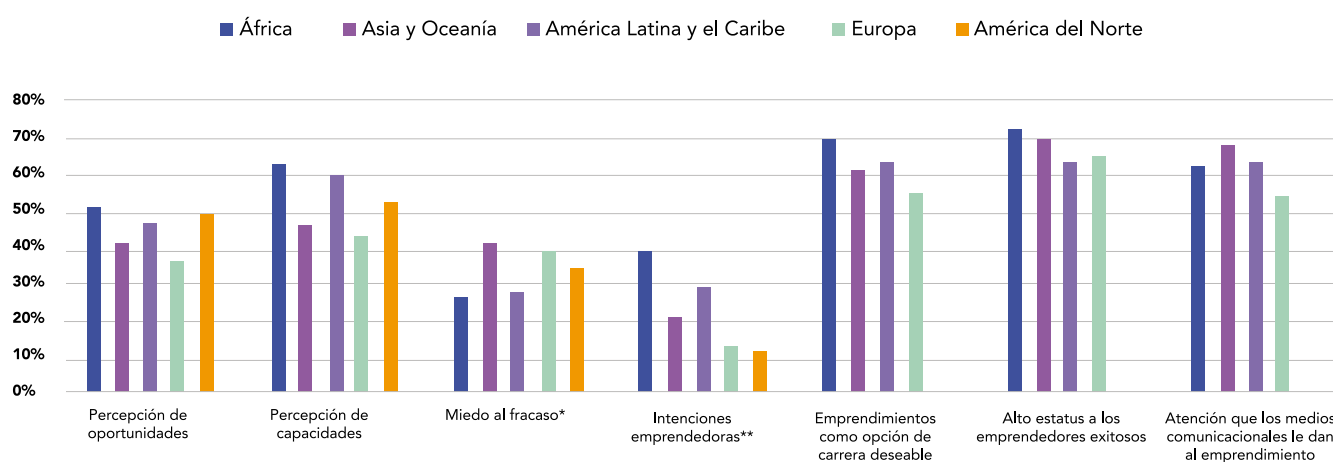
Respecto de los tres indicadores de atributos personales, las economías basadas en la eficiencia muestran menores niveles que las economías basadas en recursos, pero mayores que las economías basadas en la innovación. Esta diferencia es menos clara en la capacidad de detectar oportunidades, que es similar en economías basadas en la eficiencia y la innovación (40%).

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

³ Estas preguntas son opcionales y no se incluyeron en: Senegal, El Líbano, Panamá, Canadá, Noruega y Estados Unidos

laboral, pero también puede estar vinculada a la visualización de buenas oportunidades dadas las muchas carencias del mercado. Respecto de la intención de iniciar una actividad emprendedora, la Figura 2-3 muestra el detalle entre los países participantes del GEM el año 2015, los que fueron agrupados de acuerdo a su fase de desarrollo económico. Como ya se comentó, son los países menos desarrollados, es decir los basados en factores de producción, los que presentan los mayores indicadores, especialmente los países africanos.

FIGURA 2-5 : VALORACIÓN Y ATRIBUTOS HACIA EL EMPRENDIMIENTO EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015 POR REGIÓN GEOGRÁFICA

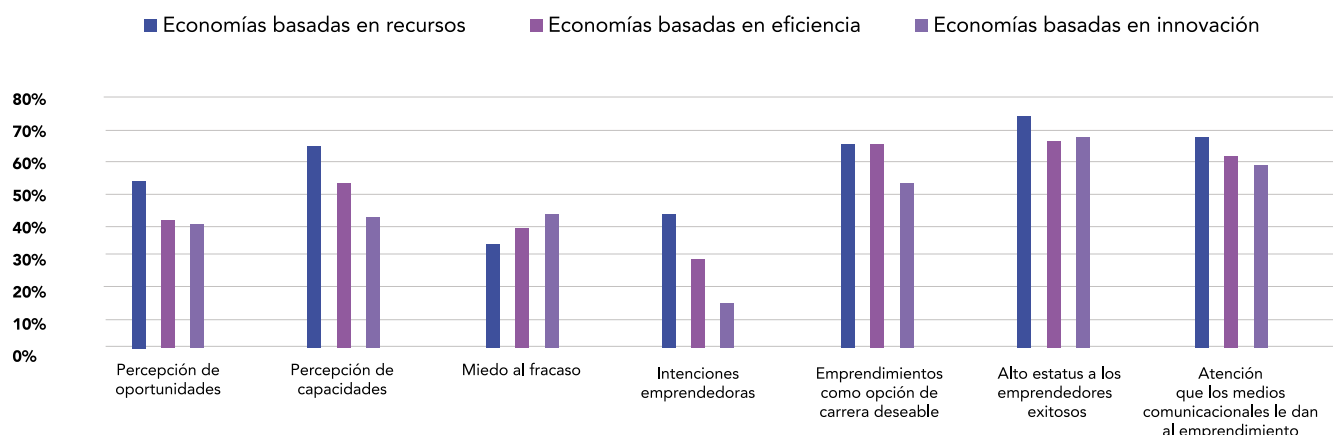


*Porcentaje de la población entre 18-64 años que percibe buenas oportunidades para comenzar un negocio.

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

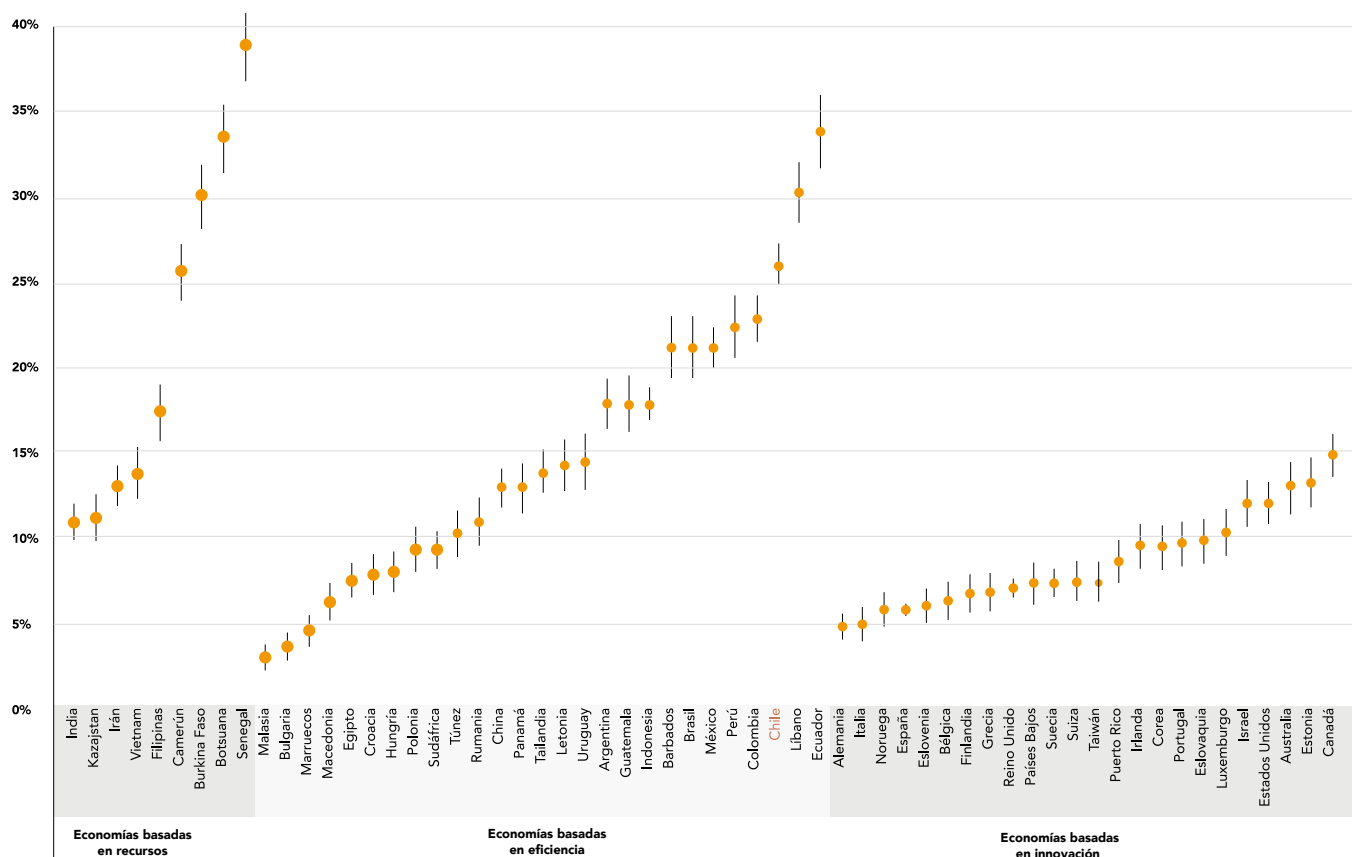
Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

FIGURA 2-2: VALORACIÓN Y ATRIBUTOS HACIA EL EMPRENDIMIENTO EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015 POR FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

FIGURA 2-3: INTENCIÓN DE INICIAR UNA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015 SEGÚN FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

2.2 ASPECTOS SOCIALES Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES DE ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO EN CHILE

Respecto a la valoración del emprendimiento en Chile, no se observan cambios significativos el año 2015 respecto del anterior, en cuanto a considerar al emprendimiento como una opción de carrera deseable (69%), así como al alto estatus que tienen los emprendedores exitosos (64%). Sí se observa un cambio en la percepción de los encuestados respecto a la atención que prestan los medios de comunicación al emprendimiento, pasando de un 65,2% el año 2014 a un 60,4% el 2015.

Para tener un análisis más detallado de las percepciones de las personas encuestadas en el país y debido a que existe heterogeneidad, resulta relevante agrupar a la población en función de las diferentes fases de la actividad emprendedora, incluyendo también a aquellos que no tienen relación alguna con un emprendimiento.

De esta manera, se puede analizar a quienes respondieron afirmativamente a cada una de las preguntas realizadas sobre el tema. Adicionalmente existe una pregunta relacionada con el hecho de conocer a otros emprendedores. Los porcentajes de respuestas afirmativas se muestran en la Figura 2-4.

Conocimiento de otros emprendedores

Un factor que impacta en el fomento del ecosistema emprendedor es el capital social. El hecho de conocer a otro emprendedor facilita el acceso a recursos tanto tangibles como intangibles, proporciona información crítica para el desarrollo del negocio y para su legitimidad en el medio, y también ayuda a la negociación que finalmente se traduce en la reproducción y renovación de elementos. En Chile el año 2015 el 43,7 % de los encuestados declara conocer a otro emprendedor, valor inferior al 48,6% reportado el año 2014.

El 34% de la población adulta, que no posee ningún contacto con el emprendimiento, menciona conocer a alguna persona que está iniciando un nuevo negocio. Sin embargo, en el caso de quienes sí están ligados directa o indirectamente con el emprendimiento los resultados son distintos. Alrededor del 64% de las personas con alguna relación con el emprendimiento, sea porque son emprendedores o inversionistas informales, como los emprendedores nacies, mencionan conocer a otro emprendedor. Este porcentaje es cercano al 77% para los nuevos empresarios y al 58% para los emprendedores establecidos.

Percepción de capacidades

Esta dimensión hace referencia al porcentaje de los individuos de la población adulta que considera que posee el conocimiento, las habilidades y la experiencia requerida para empezar un negocio. En Chile el año 2015, el 65,7% de los encuestados considera tener las capacidades para emprender, porcentaje levemente superior al 64,9% reportado el 2014.

Esta percepción de capacidad puede afectar de manera positiva a la actividad emprendedora de los países (Arenius y Minnitti, 2005). En este contexto es posible advertir que en nuestro país no solo aquellos que son emprendedores estiman poseer los conocimientos y habilidades para poder iniciar un nuevo negocio. Un 53% de la población que no está involucrada con el emprendimiento considera que posee estas características y la experiencia necesaria. Es interesante resaltar que este porcentaje ha mostrado una tendencia al alza en los últimos 3 años.

Como era esperable, en todo caso, las personas involucradas en algún tipo de actividad emprendedora se evalúan con mayores capacidades para iniciar un nuevo negocio. Los valores que se observan para los emprendedores en Chile no varían considerablemente dependiendo de la etapa en que se encuentra el negocio. Este porcentaje es cercano al 87% para los nuevos empresarios y 91% para los emprendedores establecidos.

Oportunidades percibidas

La medición de oportunidades percibidas hace referencia al porcentaje de la población económicamente activa que considera que en los próximos 6 meses habrán buenas oportunidades para empezar un negocio cerca del área donde vive. Este indicador exhibe un deterioro importante, pasando de un 67% en 2014 a un 57,4% en 2015.

Comparando este resultado con el contexto internacional, se observa que, con independencia de la fase de actividad emprendedora en que se encuentren, Chile tiene un porcentaje mayor de percepción de oportunidades (57,4%) que el promedio de los países basados en la eficiencia (40%). Comparado con países de la región, Chile ocupa el segundo lugar, antecedido por Colombia con 58%.

Al diferenciar por fases de actividad emprendedora, se observa que tienen una mejor percepción de oportunidad los emprendedores nacientes y nuevos, con porcentajes mayores al 60%. En tanto, los emprendedores ya establecidos tienen una percepción de oportunidad similar a la de los individuos que no tienen relación alguna con actividades emprendedoras, que corresponde alrededor de 55%.

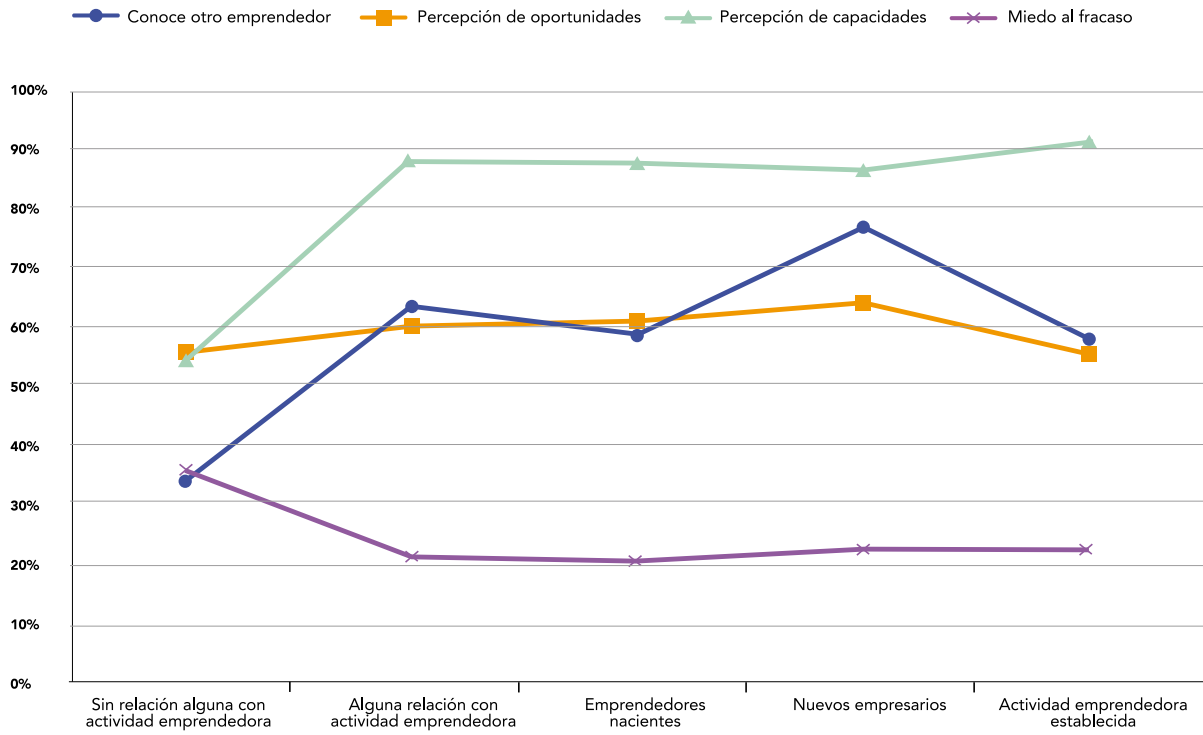
Miedo al fracaso

Uno de los principales desafíos que enfrentan los potenciales emprendedores es la posibilidad de fracasar. Tomando en cuenta que una proporción muy grande de emprendimientos no logra sobrevivir más allá de los cuatro primeros años desde su constitución, el “miedo al fracaso” es algo que puede presentarse como una barrera socio-emocional a la hora de tomar la decisión de emprender. Aun cuando las personas posean diferentes niveles de miedo al fracaso, una institucionalidad adecuada puede proveer un marco facilitador para incentivar la creación de nuevos negocios. Hay que tener en cuenta que esta dimensión del emprendimiento está fuertemente influenciada por factores sociales y culturales. En Chile se ha mejorado mucho la percepción negativa sobre el fracaso, pero en general aún existe una estigmatización al emprendedor que tuvo un revés empresarial.

Cerca del 36% de las personas que no tienen ninguna relación con el emprendimiento manifestaron que el miedo al fracaso es una barrera para emprender, situación que se mantiene desde el año 2014.

Como era esperable, los emprendedores tienen mucho menos temor al fracaso, sobre todo en las etapas iniciales. Alrededor del 22% de los emprendedores manifestó que el temor a fracasar era un factor que inhibe a la hora de iniciar un nuevo negocio, sin embargo en la práctica lograron sortearlo. Para poder reducir la brecha entre un negocio potencial de uno real, es importante considerar que el proceso emprendedor incluye, dentro de sí, el fracaso empresarial. Este debe considerarse como una oportunidad de aprendizaje, un tropiezo, y no como una situación negativa.

FIGURA 2-4. PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO







3. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA: CICLO DE VIDA, EL EMPRENDEDOR Y SU NEGOCIO

3.1 LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

La actividad emprendedora es un fenómeno que puede analizarse en una variedad de contextos. El GEM entiende la actividad emprendedora como un proceso continuo y se enfoca en el rol jugado por el individuo dentro del proceso emprendedor. En particular, estudia el comportamiento del emprendedor en lo que respecta a iniciar y gestionar un negocio. Esto incluye: (1) los nuevos emprendedores que participan en la creación de un negocio, (2) aquellos emprendedores dueños de nuevos negocios, (3) quienes declaran ya poseer un negocio establecido. A continuación se presentarán los resultados más relevantes de la actividad emprendedora, tanto a nivel mundial como nacional.

En la Tabla 3-1 se presentan los diferentes indicadores respecto de la actividad emprendedora de los países que participaron en el ciclo GEM 2015, clasificados por región geográfica. América Latina y el Caribe es la región que tiene el mayor promedio, con un 12,9% en actividad emprendedora naciente, siendo Ecuador el país con mayor índice (25,9%). Se entiende como actividad emprendedora naciente el porcentaje de la población entre 18 a 64 años que está activamente involucrado en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no ha pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.

Si observamos la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales, es decir, la proporción de personas entre 18 y 64 años que actualmente se encuentra involucrada dentro de un emprendimiento, ya sea como emprendedor naciente o como propietario de un nuevo negocio, observamos que tanto África como América Latina y el Caribe, tienen prácticamente la misma cifra (19,8%). Mientras que Europa es la región que presenta el menor TEA con un 9,8%.

Si analizamos el TEA en mayor profundidad observaremos:

- (a) Tanto África con un 30,2%, como América Latina y el Caribe con un 29,6%, expresan que su actividad emprendedora en etapas iniciales fue impulsada por necesidad.
- (b) En materia de emprendimientos por oportunidad el resultado lo lidera América del Norte con un 81,7%, seguido por Asia y Oceanía con un 75,7%,
- (c) Si se realiza la medición como porcentaje del TEA que declara emprender impulsados por una oportunidad de mejora, la economía que lo lidera es Tailandia con un 75,9%. Sin embargo, la región geográfica que presenta un valor más alto para este indicador fue América del Norte, con un 62,5%.
- (d) Suiza fue la economía que obtuvo el primer lugar en emprendimiento basado en índice motivacional, con una medición del 6,5%.

En el caso de Chile, la medición de actividad emprendedora naciente fue de un 16,5%; respecto del TEA la proporción fue de 25,9% cifra menor al 26,8% del año anterior. En lo referido a negocios, gerentes y propietarios establecidos, la medición alcanzó un 8,2%. En relación a la motivación, un 25,3% de los emprendedores en etapas iniciales (TEA), dice estar impulsado por necesidad, y un 67,4% por oportunidad. A nivel global, Chile se encuentra sobre el promedio regional en TEA con 6 puntos porcentuales más.

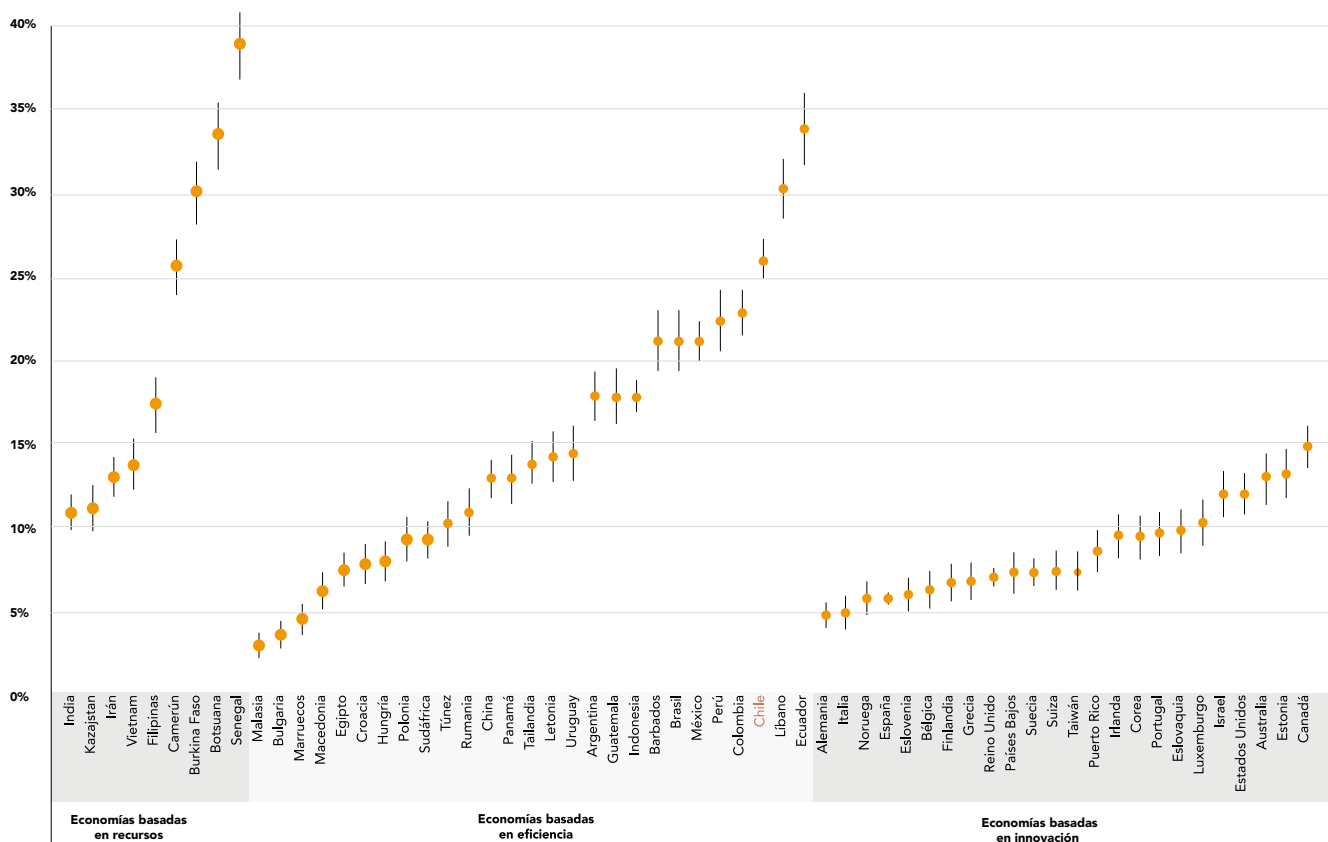
**TABLA 3-1: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015
POR REGIÓN GEOGRÁFICA**

Región	País	Actividad Emprendedora Naciente	Nuevos negocios gerentes y propietarios	Fase Inicial de Actividad Emprendedora (TEA)	Actividad Emprendedora de los Empleados	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Descontinuación de Negocios (% del TEA)
África	Botsuana	23,0	11,9	33,2	1,6	4,6	14,7
	Burkina Faso	19,7	11,2	29,8	0,6	27,8	8,1
	Camerún	16,5	10,0	25,4	0,7	12,8	9,0
	Egipto	4,0	3,4	7,4	1,3	2,9	6,6
	Marruecos	1,3	3,2	4,4	0,4	5,2	2,2
	Senegal	24,9	15,0	38,6	2,3	18,8	13,3
	Sudáfrica	5,5	3,8	9,2	0,3	3,4	4,8
	Túnez	5,4	4,9	10,1	1,9	5,0	7,2
	Total	12,5	7,9	19,8	1,1	10,1	8,3
Asia y Oceanía	Australia	7,3	5,8	12,8	8,5	8,7	4,5
	China	6,8	6,3	12,8	1,4	3,1	2,7
	Corea	5,0	4,3	9,3	2,4	7,0	2,0
	Filipinas	7,6	10,1	17,2	2,3	7,3	12,2
	India	7,7	3,2	10,8	0,3	5,5	2,3
	Indonesia	6,1	12,1	17,7	0,2	17,1	3,7
	Irán	7,9	5,3	12,9	1,0	14,0	6,7
	Israel	8,4	3,7	11,8	6,5	3,9	4,6
	Kazajstán	8,0	3,2	11,0	0,9	2,4	3,1
	Libano	10,8	20,4	30,1	3,3	18,0	10,6
	Malasia	0,8	2,3	2,9	0,3	4,8	1,1
	Tailandia	4,5	9,5	13,7	0,7	24,6	3,4
	Taiwán	2,5	4,8	7,3	4,1	9,6	3,8
	Vietnam	1,0	12,7	13,7	0,6	19,6	3,7
	Total	6,0	7,4	13,1	2,3	10,4	4,6
América Latina y el Caribe	Argentina	11,7	6,3	17,7	2,4	9,5	6,3
	Barbados	11,5	10,7	21,0	1,1	14,1	3,8
	Brasil	6,7	14,9	21,0	1,0	18,9	6,7
	Chile	16,5	9,8	25,9	5,2	8,2	8,5
	Colombia	15,6	7,5	22,7	2,3	5,2	7,2
	Ecuador	25,9	9,8	33,6	0,9	17,4	8,3
	Guatemala	10,8	7,6	17,7	1,2	8,1	4,0
	México	16,2	5,0	21,0	1,2	6,9	6,4
	Panamá	5,2	7,7	12,8	0,5	4,2	2,2
	Perú	17,8	4,9	22,2	0,7	6,6	8,8
	Puerto Rico	6,6	1,9	8,5	0,6	1,4	0,9
	Uruguay	10,6	3,8	14,3	4,2	2,1	4,7
	Total	12,9	7,5	19,9	1,8	8,5	5,7
Europa	Alemania	2,8	1,9	4,7	4,5	4,8	1,8
	Bélgica	4,5	2,0	6,2	6,1	3,8	1,9
	Bulgaria	2,0	1,5	3,5	0,4	5,4	1,4
	Croacia	5,1	2,6	7,7	4,9	2,8	2,9
	Eslovaquia	6,5	3,4	9,6	3,6	5,7	5,4
	Eslovenia	3,2	2,8	5,9	5,6	4,2	1,8
	España	2,1	3,6	5,7	1,1	7,7	1,6
	Estonia	8,7	4,7	13,1	6,3	7,7	2,0
	Finlandia	4,0	2,8	6,6	5,8	10,2	2,7
	Grecia	3,9	2,8	6,7	1,0	13,1	3,4
	Hungría	5,3	2,7	7,9	2,1	6,5	2,8
	Irlanda	6,5	3,0	9,3	6,6	5,6	3,1
	Italia	3,2	1,7	4,9	1,4	4,5	1,9
	Letonia	8,6	6,0	14,1	3,3	9,6	3,4
	Luxemburgo	7,1	3,2	10,2	6,4	3,3	4,2
	Macedonia	3,0	3,1	6,1	2,3	5,9	2,3
	Noruega	2,3	3,3	5,7	9,9	6,5	1,6
	Países Bajos	4,3	3,0	7,2	6,3	9,9	2,1
	Polonia	5,7	3,5	9,2	4,0	5,9	2,7
	Portugal	5,6	4,0	9,5	4,0	7,0	3,2
	Reino Unido	4,0	2,9	6,9	4,1	5,3	2,3
	Rumania	6,1	5,1	10,8	4,6	7,5	3,3
	Suecia	4,8	2,6	7,2	6,4	5,2	2,7
	Suiza	4,6	2,8	7,3	6,5	11,3	1,7
	Total	4,8	3,1	7,8	4,5	6,6	2,6
América del Norte	Canadá	9,7	5,5	14,7	7,1	8,8	5,0
	Estados Unidos	8,3	4,0	11,9	7,0	7,3	3,6
	Total	9,0	4,8	13,3	7,0	8,1	4,3

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

En la siguiente Figura 3-1 observamos la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales para las economías participantes en el ciclo del GEM 2015. Están agrupadas según el tipo de economías y en forma ascendente. Si las barras verticales de cada lado de la estimación del TEA no coinciden, implica que tienen diferencias estadísticamente significativas.

FIGURA 3-1: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES (TEA) EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015 SEGÚN FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

Como se ha mencionado, en ciclos anteriores se ha comprobado que el TEA no guarda relación directa con la fase de desarrollo económico en la que se encuentran los países. Las economías basadas en recursos presentan mayores indicadores de actividad emprendedora en etapas iniciales, es decir, son más activas a la hora de desarrollar nuevos negocios. Esto dependerá de los diferentes factores asociados al emprendimiento y a las motivaciones de los individuos para poner en marcha una nueva iniciativa.

La Tabla 3-2 muestra la evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales para los países participantes del ciclo 2015 en América Latina y el Caribe, desde el año 2002 hasta el 2015. No necesariamente todos los años participan la totalidad de los países, por esta razón hay años sin mediciones para algunos de ellos. Este año Chile disminuyó su TEA frente al año anterior, con un 25,9% de la población entre 18 y 64 años que se considera emprendedor en etapas iniciales frente al 26,8% del año anterior, esta cifra rompe el ciclo alcista que presentaba desde el 2012. Nuestro país sigue manteniéndose como una economía con alto TEA al igual que Ecuador con un 33,6%. Aquellos con menos actividad son Puerto Rico con un 8,5% y Panamá con un 12,8%.

TABLA 3-2: EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

País	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Argentina	14,2	19,7	12,8	9,5	10,2	14,4	16,5	14,7	14,2	20,8	18,9	15,9	14,4	17,7
Barbados													12,7	21
Belice													7,1	
Bolivia							29,8		38,6				27,4	
Brasil	13,5	12,9	13,5	11,3	11,7	12,7	12,0	15,3	17,5	14,9	15,4	17,3	17,2	21,0
Chile	15,7	16,9		11,1	9,2	13,4	13,0	14,8	16,8	23,7	22,6	24,3	26,8	25,9
Colombia					22,5	22,7	24,5	22,6	20,6	21,4	20,1	23,7	18,5	22,7
Costa Rica									13,4		15,0		11,3	
Ecuador			27,2				17,2	15,8	21,2		26,6	36,0	32,6	33,6
El Salvador													19,5	
Guatemala								19,2	16,3	19,3		12,3	20,4	17,7
Jamaica				17,0	20,3		15,6	22,7	10,5	13,7		13,8	19,3	
México	12,4			5,9	5,3		13,1		10,4	9,6	12,1	14,8	19,0	21,0
Panamá								9,6		20,8	9,5	20,6	17,1	12,8
Perú			40,3		40,1	25,9	25,6	20,9	27,2	22,9	20,2	23,4	28,8	22,2
Puerto Rico						3,1						8,3	10,0	8,5
República Dominicana						16,8	20,4	17,5						
Suriname													2,1	
Trinidad & Tobago									15,0	22,7	15,0	19,5	14,6	
Uruguay					12,6	12,2	11,9	12,2	11,7	16,7	14,6	14,1	16,1	14,3
Venezuela		27,3		25,0		20,2		18,7		15,4				

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

Se realiza el mismo análisis para los países pertenecientes a la OECD. La Tabla 3-3 nos muestra que Chile encabeza la lista de actividad emprendedora en etapas iniciales con un 25,9%, seguido por Canadá con un 14,7%. En general, Chile se encuentra muy por sobre el promedio de los países miembros (9,5%). Este año el país que exhibió el indicador más bajo fue Alemania con 4,7%, para el ciclo anterior fue Japón con un 3,8%.

TABLA 3-3: EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN PAÍSES MIEMBROS DE LA OECD

País	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Alemania	5,2	5,2	5,1	5,4	4,2		3,8	4,1	4,2	5,6	5,3	5,0	5,3	4,7
Australia		11,6	13,4	10,9	12,0				7,8	10,5			13,1	12,8
Austria				5,3		2,4					9,6		8,7	
Bélgica	3,0	3,9	3,5	3,9	2,7	3,1	2,9	3,5	3,7	5,7	5,2	4,9	5,4	6,2
Canadá	8,8	8,0	8,8	9,3	7,1							12,2	13,0	14,7
Chile	15,7	16,9		11,1	9,2	13,4	13,0	14,8	16,8	23,7	22,6	24,3	26,8	25,9
Corea	14,5						10,0	7,0	6,6	7,8	6,6	6,9		9,3
Dinamarca	6,5	5,9	5,3	4,8	5,3	5,4	4,4	3,6	3,8	4,6	5,4		5,5	
Eslovenia	4,6	4,0	2,6	4,4	4,6	4,8	6,4	5,4	4,7	3,7	5,4	6,5	6,3	5,9
España	4,6	6,8	5,1	5,7	7,3	7,6	7,0	5,1	4,3	5,8	5,7	5,2	5,5	5,7
Estados Unidos	10,5	11,9	11,3	12,4	10,0	9,6	10,8	8,0	7,6	12,3	12,8	12,7	13,8	11,9
Estonia													9,4	
Finlandia	4,6	3,1	4,4	5,0	5,0	6,9	7,3	5,2	5,7	6,3	6,0	5,3	5,6	6,6
Francia	3,2	1,4	6,0	5,4	4,4	3,2	5,6	4,3	5,8	5,7	5,2	4,6	5,3	
Grecia		6,8	5,8	6,5	7,9	5,7	9,9	8,8	5,5	8,0	6,5	5,5	7,9	6,7
Hungría	6,6		4,3	1,9	6,0	6,9	6,6	9,1	7,1	6,3	9,2	9,7	9,3	7,9
Irlanda	9,1	8,1	7,7	9,8	7,4	8,2	7,6		6,8	7,2	6,1	9,2	6,5	9,3
Israel	7,1		6,6			5,4	6,4	6,1	5,0		6,5	10,0		11,8
Italia	5,9	3,2	4,3	4,9	3,5	5,0	4,6	3,7	2,3		4,3	3,4	4,4	4,9
Japón	1,8		1,5	2,2	2,9	4,3	5,4	3,3	3,3	5,2	4,0	3,7	3,8	
Luxemburgo													7,1	10,2
México	12,4			5,9	5,3		13,1		10,4	9,6	12,1	14,8	19,0	21
Noruega	8,7	7,5	7,0	9,2	9,1	6,5	8,7	8,5	7,7	6,9	6,8	6,3	5,7	5,7
Nueva Zelanda	14,0	13,6	14,7	17,6										
Países Bajos	4,6	3,6	5,1	4,4	5,4	5,2	5,2	7,2	7,2	8,2	10,3	9,3	9,5	7,2
Polonia	4,4		8,8							9,0	9,4	9,3	9,2	9,2
Portugal			4,0			8,8			4,4	7,5	7,7	8,2	10,0	9,5
Reino Unido	5,4	6,4	6,2	6,2	5,8	5,5	5,9		6,4	7,3	9,0	7,1	10,7	6,9
República Checa					7,8					7,6		7,3		
Suecia	4,0	4,1	3,7	4,0	3,4	4,2			4,9	5,8	6,4	8,2	6,7	7,2
Suiza	7,1	7,4		6,1		6,3		7,7	5,0	6,6	5,9	8,2	7,1	7,3
Turquía					6,1	5,6	6,0		8,6	11,9	12,2			

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

3.2 MOTIVACIONES PARA EMPRENDER

Los emprendedores se ven motivados a iniciar una nueva empresa por diversas y variadas razones, entre las que se cuentan motivaciones económicas, el deseo de mayor independencia, reconocimiento y estatus, desarrollo personal o incluso bienestar para la sociedad. El GEM diferencia en su metodología entre aquellos individuos que declaran emprender por oportunidad y quienes declaran hacerlo por necesidad, entendiendo por esta “no tener una mejor opción de trabajo”, es decir, aquella persona que necesita dar una solución a su situación financiera actual o a problemas personales, o simplemente porque no pudo conseguir empleo en el mercado laboral formal y se ve impulsado a comenzar un negocio.

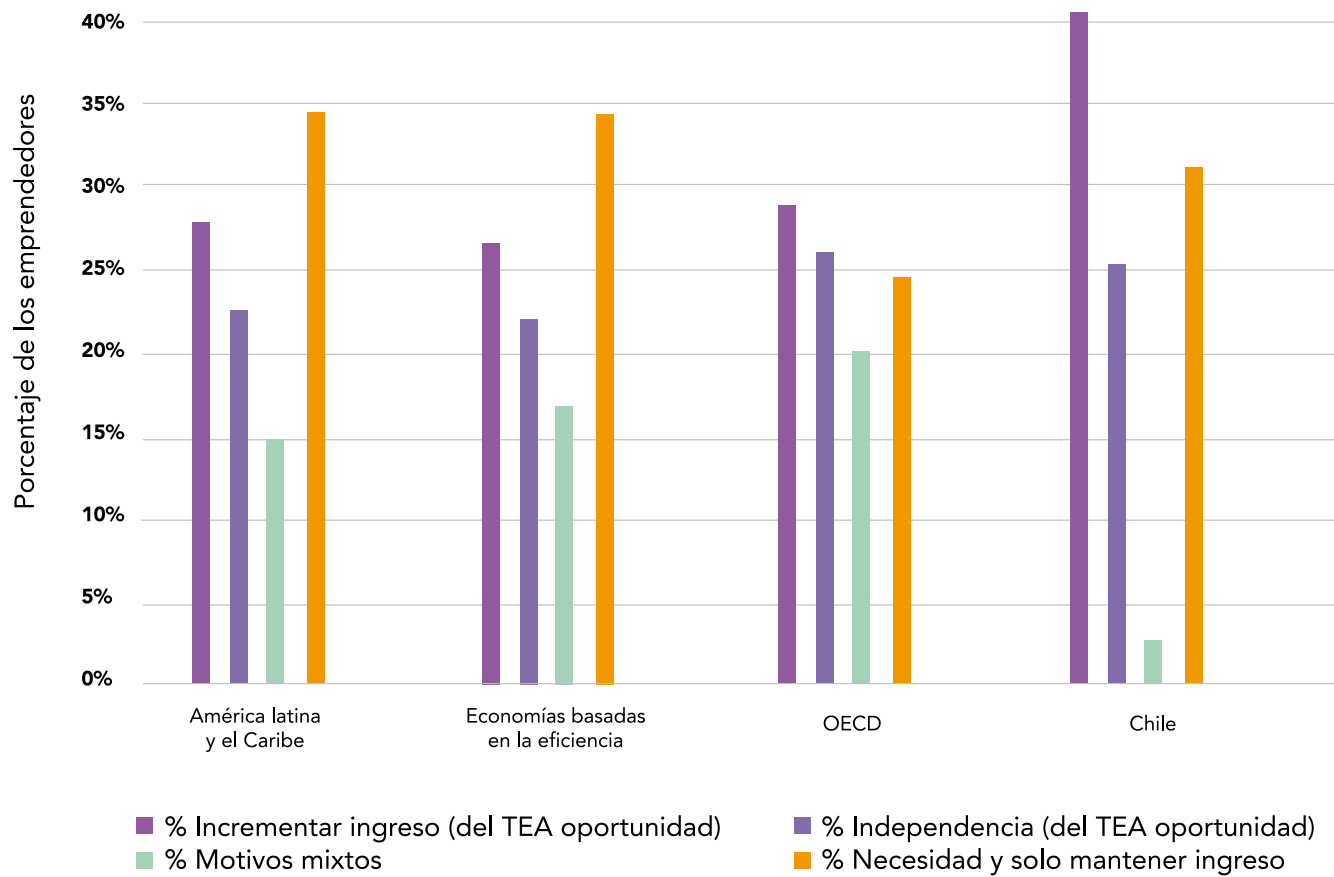
En el caso de los emprendedores que declaran ser motivados por oportunidad, el GEM distingue tres impulsos principales:

- (1) Búsqueda de más independencia
- (2) Incrementar sus ingresos
- (3) Mantener su nivel de ingreso⁴

La Figura 3-2 compara las motivaciones para emprender en América Latina y el Caribe, en los países de la OECD, en las economías basadas en eficiencia y en nuestro país. En el ciclo anterior, respecto de los emprendedores por oportunidad el 34% de los encuestados en Chile, declaraba que su motivación era incrementar su ingreso. En el año 2015 esa cifra subió a 41 %. Mientras que los que declaran que emprenden para tener mayor independencia bajaron de un 29% a un 25% (% del TEA oportunidad).

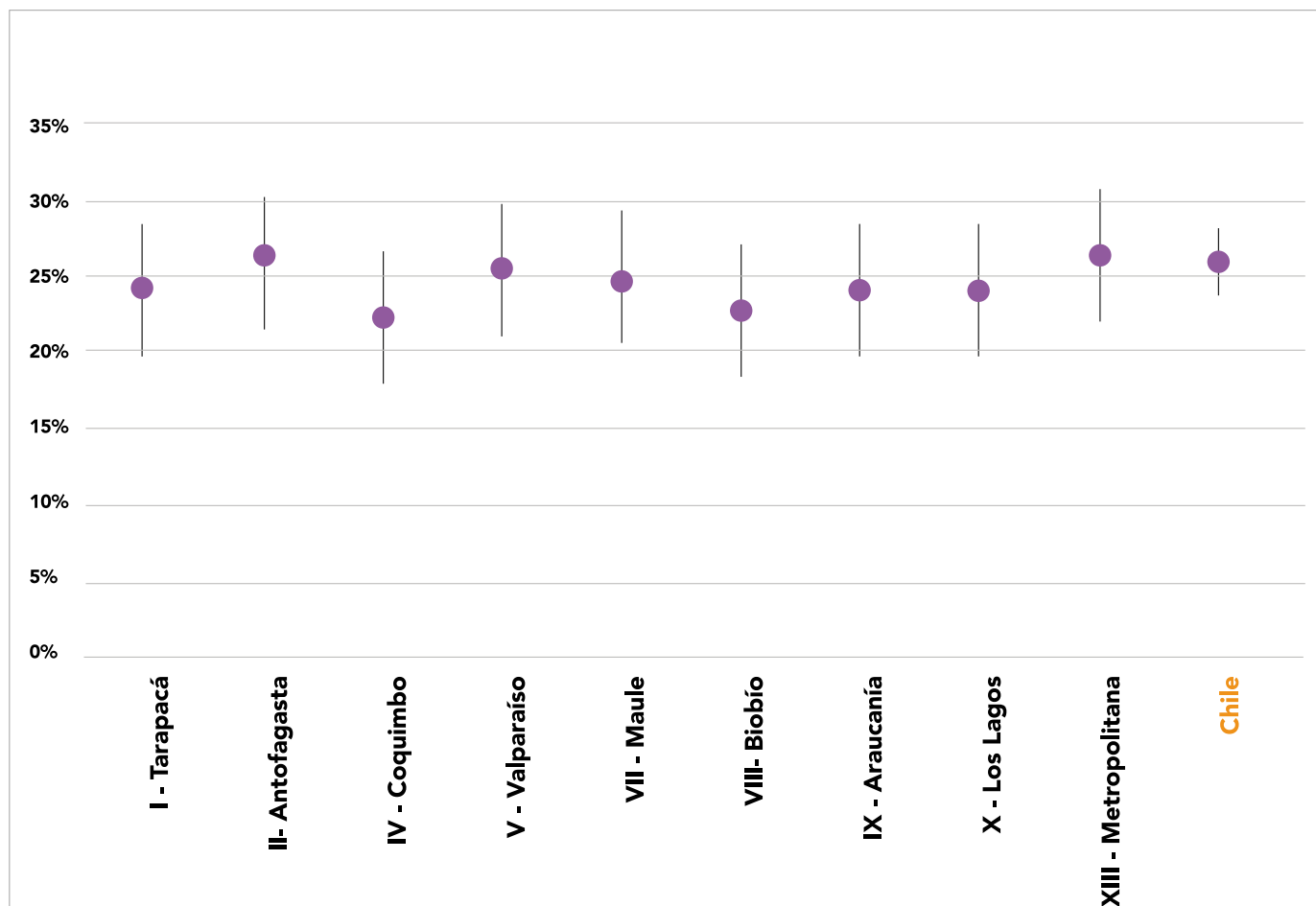
⁴. Esta categoría no es considerada como un indicador de oportunidad real y se excluye en el cálculo del indicador de emprendimiento por oportunidad.

FIGURA 3-2: BALANCE DE LAS MOTIVACIONES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

FIGURA 3-3: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR REGIÓN EN CHILE

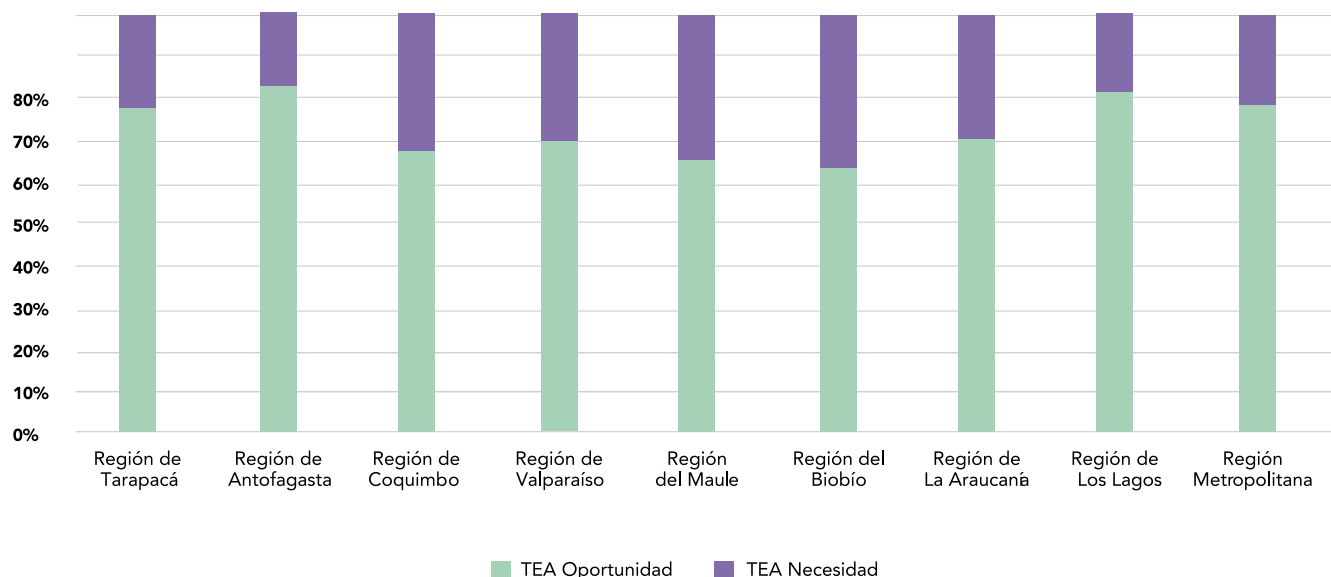


El proyecto GEM Chile tiene como propósito incluir una mirada regional respecto de la actividad emprendedora y para ello cuenta con la colaboración de equipos regionales. Así se obtiene una aproximación de la dinámica y ecosistema del emprendimiento a nivel regional. Ya sabemos que la actividad emprendedora y los factores que la determinan no son homogéneos a lo largo de Chile, por lo que resulta interesante observar cómo se comportan.

En este, el noveno año que se realiza la medición, la región con mayor índice de actividad emprendedora en etapas iniciales es la Región Metropolitana (al igual que en el ciclo anterior), seguida por la Región de Antofagasta. La región con menor índice para este año fue la Región de Coquimbo, seguida por la Región de la Araucanía.

El promedio del TEA en Chile disminuyó en comparación con el año pasado, pasando de un 26,8% a un 25,9%. Mientras que los resultados de las regiones mencionadas no presentan diferencias significativas con respecto a la medición nivel país.

FIGURA 3-4: PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES POR MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER EN LAS REGIONES PARTICIPANTES DEL GEM CHILE



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2015

En la Figura 3-4 se analizan las motivaciones para emprender. En el ciclo anterior, la Región Metropolitana tenía el indicador más alto en cuanto a emprendimiento por oportunidad. En el año 2015 el primer lugar lo ocupa la Región de Antofagasta. En cuanto al emprendimiento por necesidad, las proporciones más altas se encuentran en la regiones del Biobío y del Maule.

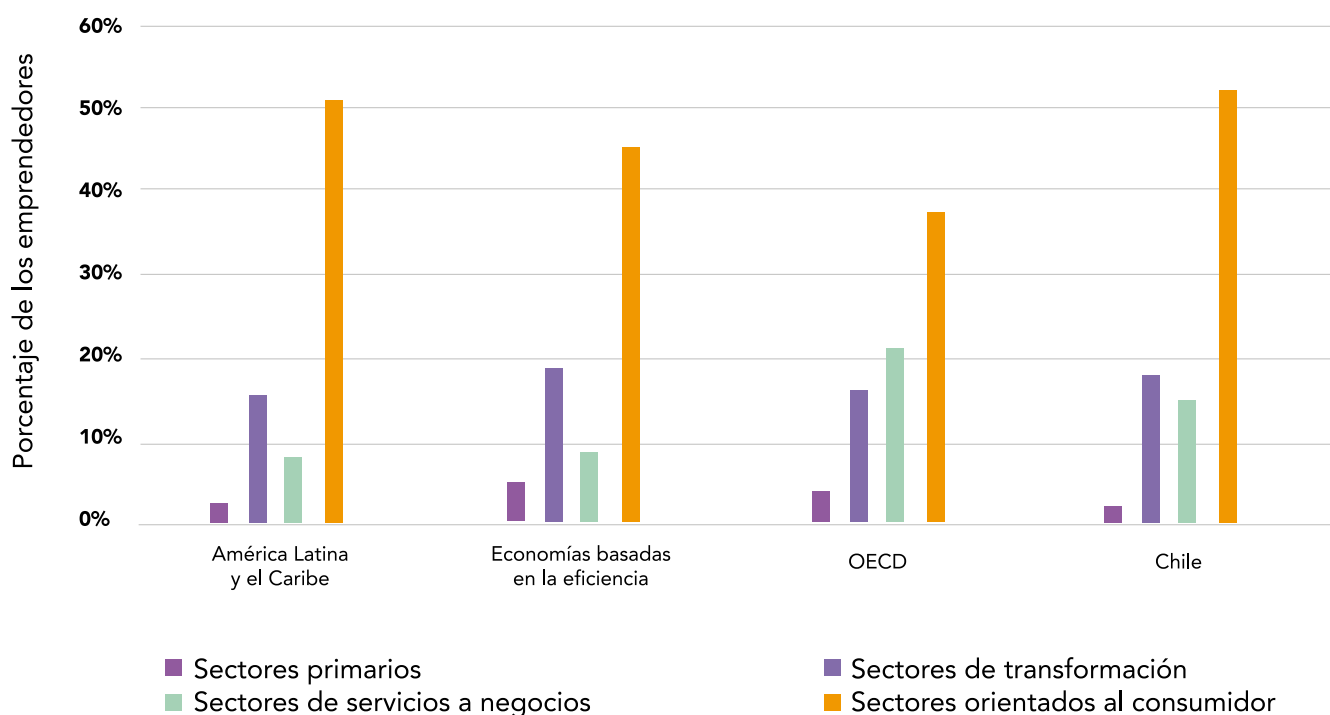
El equipo del GEM Chile ha sido uno de los pioneros en el desarrollo de estudios regionales, incluyendo para el próximo ciclo a todas las regiones del país. Serán los equipos regionales los encargados de reportar los resultados más relevantes a nivel regional, destacando las principales características de la actividad emprendedora.

3.3 DISTRIBUCIÓN POR SECTORES

La Figura 3- 5 muestra la distribución de los emprendimientos en etapas iniciales divididos por sectores. Como se observa, los sectores primarios son los que poseen menor presencia, alcanzando en Chile solo un 2,6%. En cuanto a los sectores de transformación las cifras se mantienen similares al ciclo anterior, situándose entre un 20,7% a un 24%. Sin duda, el sector donde los emprendimientos están mayormente concentrados es el de servicios orientados al consumidor final, que en Chile alcanza a un 55%, al igual que en el período anterior.

En nuestro país la mayor proporción de emprendimientos iniciales se observa en el rubro del retail, hotelería y restaurantes, con un 40,3%; seguido de servicios sociales (salud y educación) que alcanza a 9,4% del total. Luego tenemos el sector de comercio al por mayor, con un 8,2%, y en último lugar se encuentra el sector agrícola, forestal y pesquero, con un 2%.

Figura 3-5: DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES

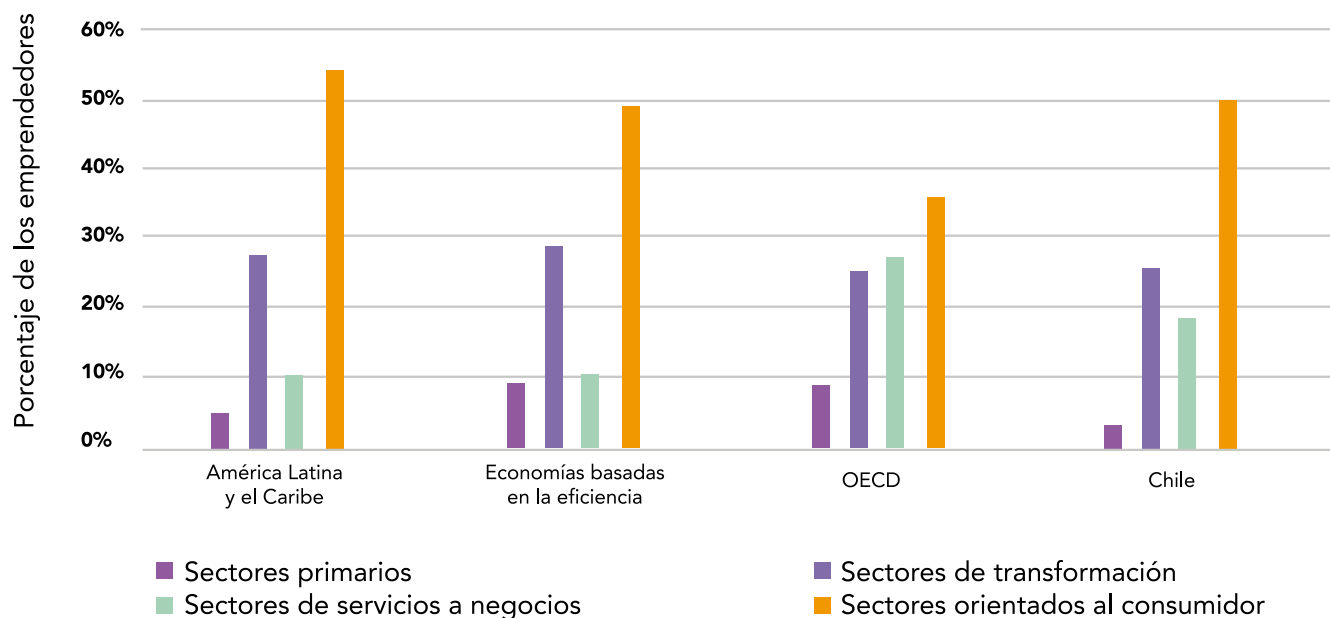


Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

En la Figura 3-6 se puede apreciar el mismo análisis, pero aplicado a los emprendimientos establecidos. Se repite la misma tendencia de los emprendimientos iniciales en el ciclo anterior. Los sectores orientados al consumidor alcanzan un 55% en América Latina y el Caribe, un 49% en las economías basadas en eficiencia y en nuestro país llegan a 50%, cifra mayor a la correspondiente al ciclo anterior, donde alcanzó un 45%. Nuevamente los sectores primarios son los que están menos representados.

En Chile el 38% de los emprendimientos establecidos se dedica al retail, hoteles y restaurantes; 11% a servicios profesionales; 8,5% a minería y construcción; y 8,4% a servicios sociales. En relación al sector agrícola, forestal y pesquero, este alcanza un 3,6%.

FIGURA 3-6: DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS



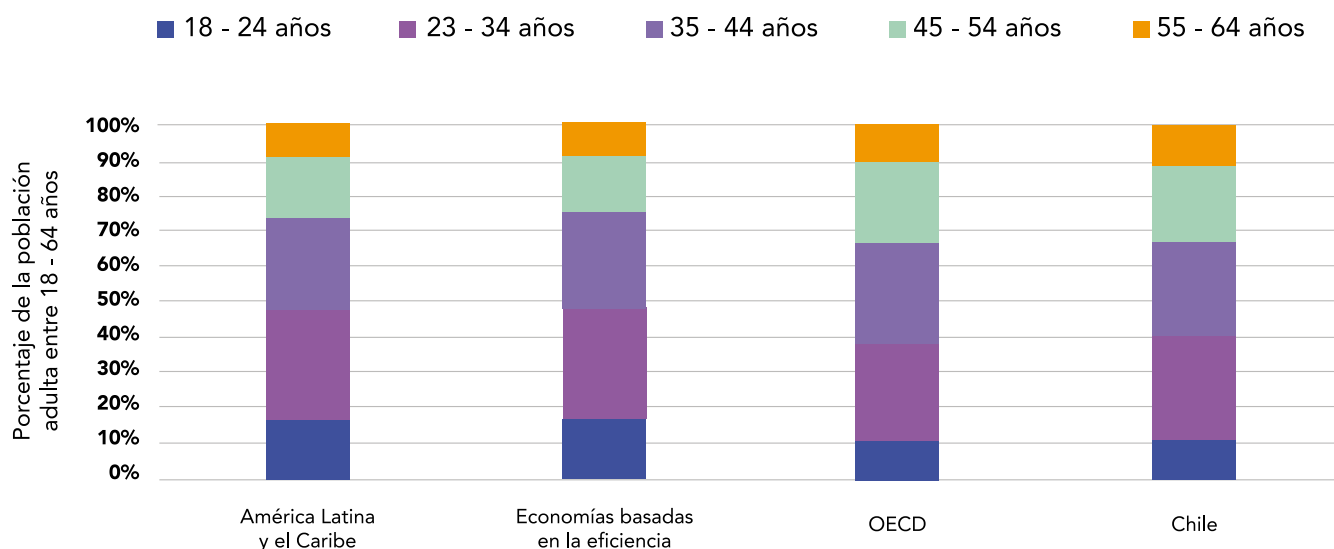
Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

3.4 EDAD Y GÉNERO

Al igual que en el ciclo anterior, en esta oportunidad se repite la tendencia de que los jóvenes entre 18-24 años no presentan altos índices de emprendimiento. De hecho, para Chile disminuyó un 2% pasando de un 13% a un 11% en el año 2015. En América Latina y el Caribe, en los países miembros de la OECD, y en las economías basadas en la eficiencia, se observa la misma tendencia: la mayor distribución de emprendedores se encuentra en el rango entre 25-34 años. Esto podría deberse a que los emprendedores jóvenes deciden tener un cierto desarrollo profesional y competencias técnicas antes de evaluar la idea de comenzar una iniciativa propia. Este año se incrementó la actividad senior en nuestro país, aumentando 2% con respecto a la medición anterior. Actualmente en Chile esta actividad corresponde a 13%. En los países de la OECD, alcanza al 12%; en los países de nuestra región llega a 9%; y finalmente, en las economías basadas en la eficiencia llegó a 8%.

El aumento de la actividad senior está estrechamente ligado al TEA por oportunidad, con la motivación de mantener su nivel de ingresos. Un 33% tiene intenciones emprendedoras y un 75% ven el emprendimiento como una carrera deseable.

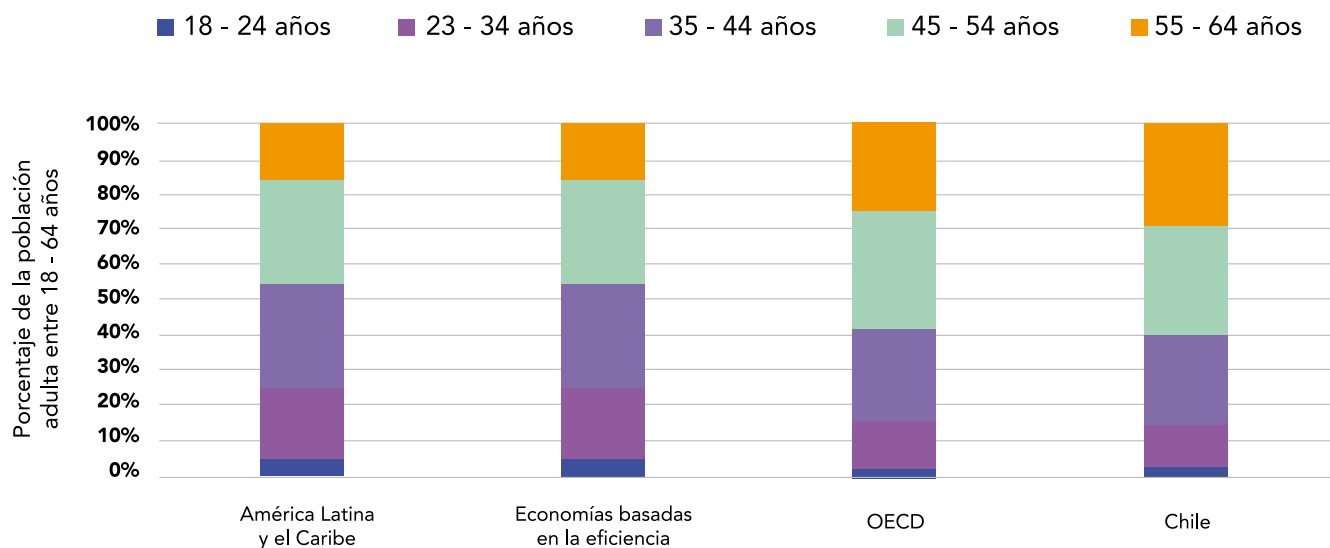
FIGURA 3-7: EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES SEGÚN GRUPO DE EDAD



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

La Figura 3-8 muestra la distribución por rango etario para los emprendedores establecidos. Resulta natural que la proporción de este grupo sea aún menor en edades jóvenes (18-24 años), pues para ser catalogado como emprendedor en etapas establecidas se debe tener más de 3,5 años de actividad y haber pagado salarios. Por lo mismo, la proporción comienza a aumentar en quienes tienen entre 25-34 años, es así como en Chile tenemos un 12% y un 19% en las economías basadas en la eficiencia. Al analizar en nuestro país el rango que va entre 55-64 años, vemos que un 29% manifiesta estar establecido en su emprendimiento. Encontramos cifras menores para América Latina y el Caribe con un 19%; y las economías basadas en la eficiencia con un 20%.

FIGURA 3-8: EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS SEGÚN GRUPO DE EDAD

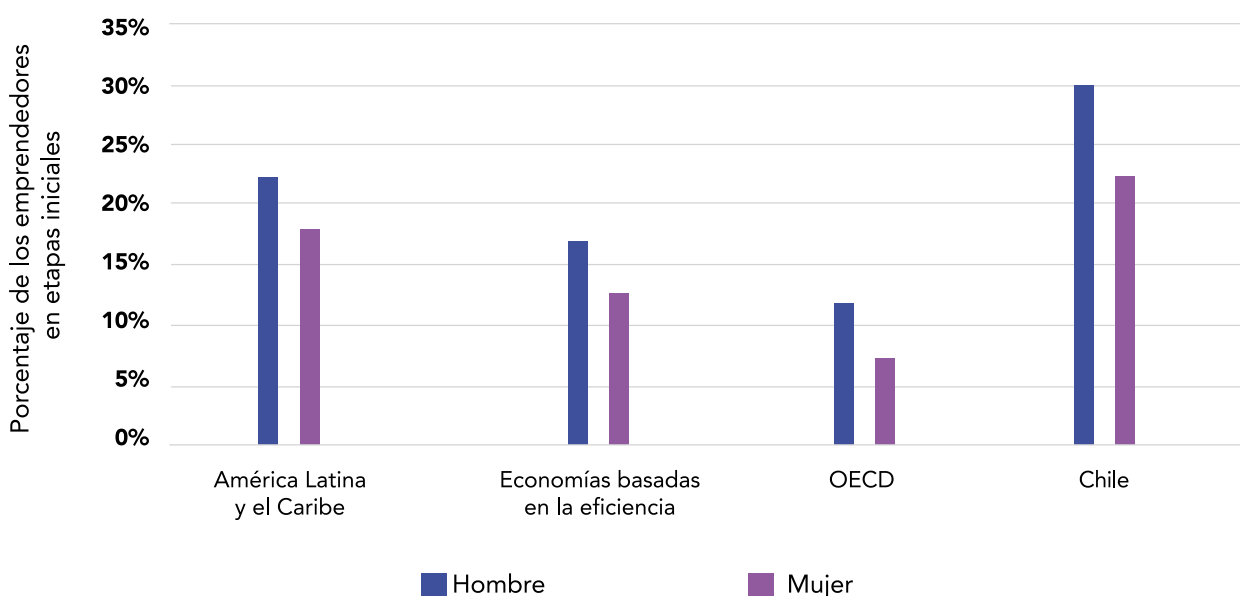


Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

Para el caso de Chile, la edad promedio ponderada entre 18 y 64 años para emprendedores en etapas iniciales es de 39 años, mientras que para los emprendedores establecidos es de 47 años.

A continuación la Figura 3-9 nos muestra los porcentajes del TEA por género para América Latina y el Caribe, economías basadas en eficiencia, la OECD y Chile.

FIGURA 3-9: TASA DE EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES (TEA) SEGÚN SEXO

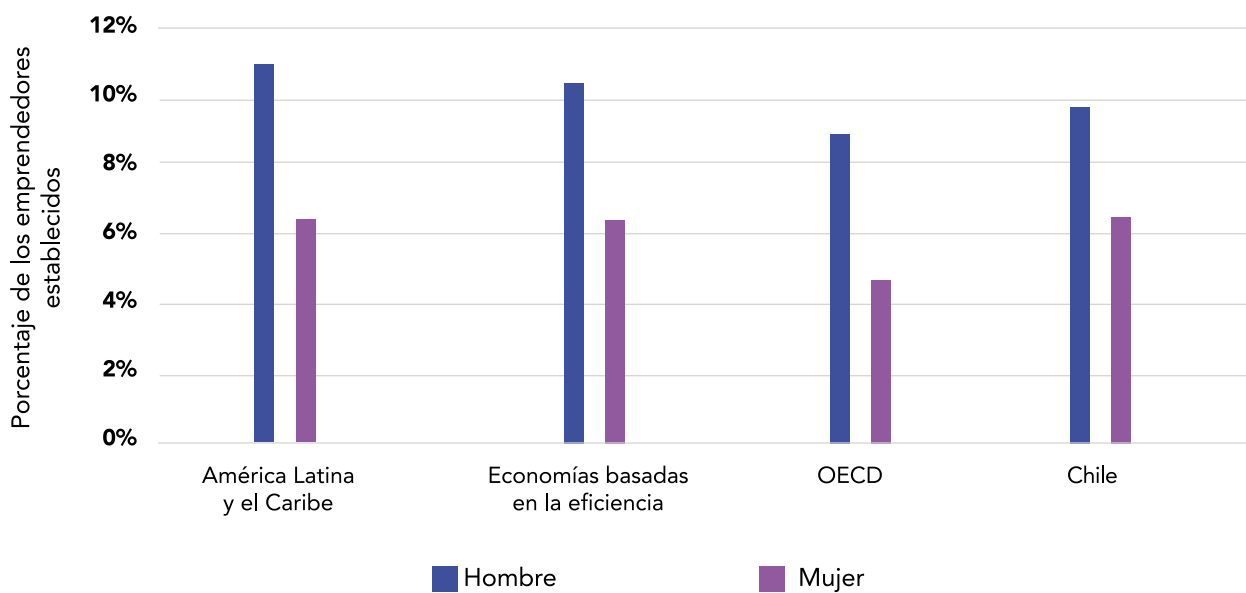


Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

Podemos notar que la proporción de mujeres emprendedoras en etapas iniciales es menor que la de hombres tanto en nuestro país como en los demás. En este ciclo no se observa mayor variación con respecto al año anterior, con un 22% de mujeres (23% en el 2014), y para los hombres la cifra se mantiene en 30%. En América Latina la proporción de mujeres es aún menor, con un 18%, y para hombres un 22%.

La Figura 3-10 nos muestra la proporción por sexo de emprendimientos establecidos. Se mantiene la tendencia según la cual los hombres resultan ser más emprendedores en Chile con un 10%, comparado con un 7% para las mujeres. Se mantienen las cifras respecto del ciclo anterior.

FIGURA 3-10: TASA DE EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS SEGÚN SEXO

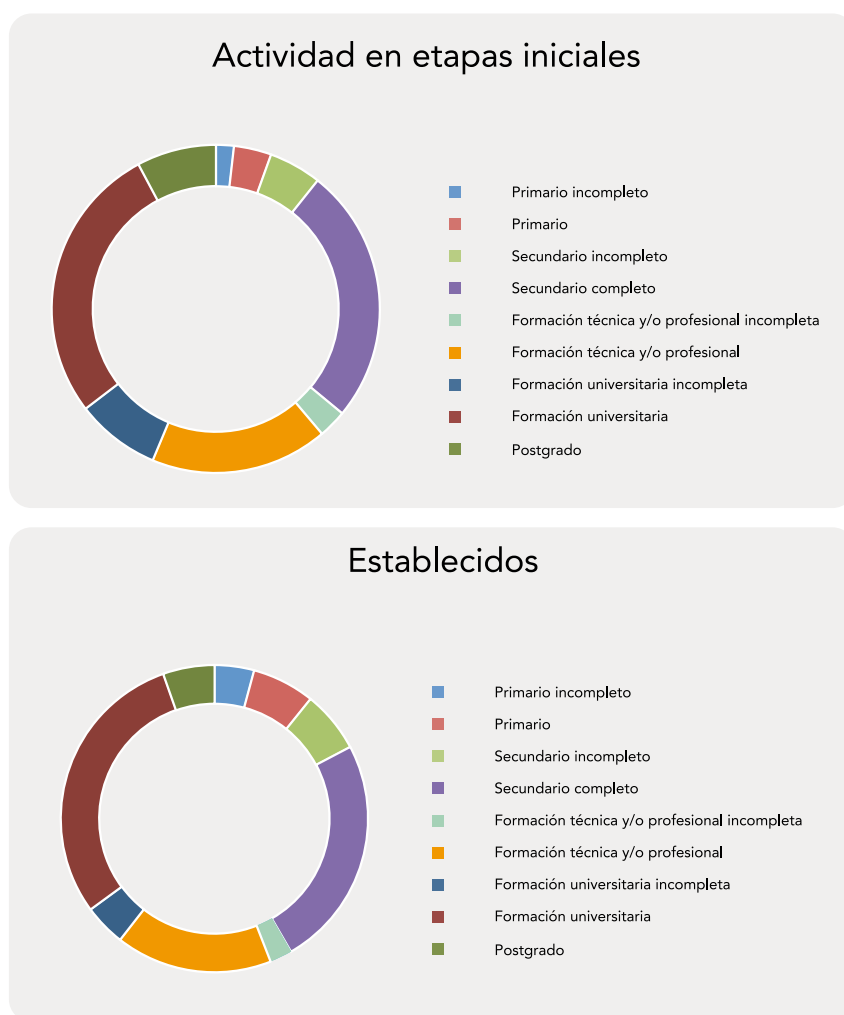


Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

3.5 NIVEL EDUCATIVO

El GEM en nuestro país analiza el nivel educacional de los emprendedores en nueve categorías, que van desde primario incompleto a postgrado. En la Figura 3-11 se ilustra la realidad educacional para los emprendedores en etapas iniciales, manteniéndose la tendencia del año pasado, que muestra que la gran mayoría posee educación universitaria completa (25%), correspondiendo la educación técnico profesional completa a un 17%, y los estudios de postgrado solo a un 7%.

FIGURA 3-11: PROPORCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2015

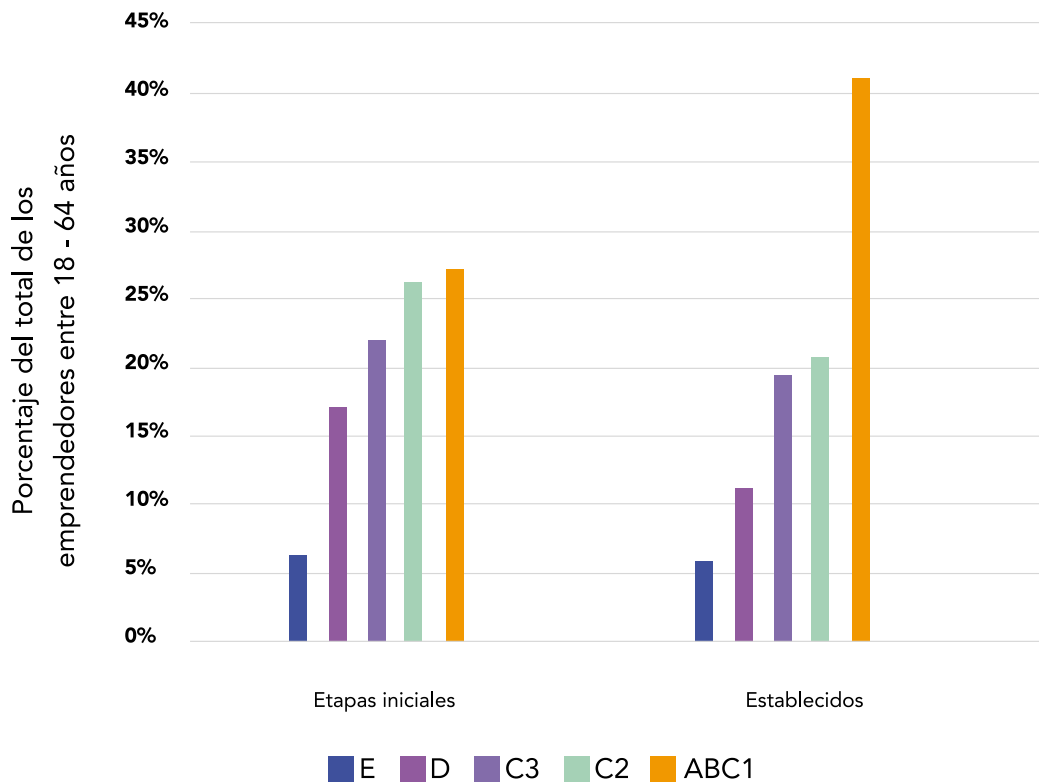
Para los emprendedores establecidos, un 30% posee formación universitaria completa (cifra que no presenta variación en comparación con la medición anterior), seguido de un 23% que manifiesta tener secundaria completa. Solo el 9% de estos poseen estudios de postgrado.

3.6 NIVEL DE INGRESOS

La medición del GEM en cuanto a ingresos se realiza en base a las cinco categorías que usualmente se utilizan en nuestro país para diferenciar los niveles socio-económicos⁵.

Los emprendedores en etapas iniciales se concentran en los niveles, C3, C2 y ABC1. Podemos observar en la Figura 3-12 que el 27% declara ser parte del grupo ABC1 (30% el año anterior), el 26% declara ser parte del C2; y 22% del segmento C3. Para los emprendedores establecidos la tendencia es más marcada, pues el 41% declara pertenecer a la categoría ABC1, mientras que el 21% y 20% pertenecen los grupos C2 y C3, respectivamente.

FIGURA 3-12: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN INGRESO FAMILIAR



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015

⁵ Los niveles corresponden a la siguiente distribución del ingreso: E \$1 – 230.000; D \$230.001 – 400.000; C3 \$400.001 – 680.000; C2 \$680.001 – 1.200.000; ABC1 más de \$ 1.200.001

3.7 DESCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS

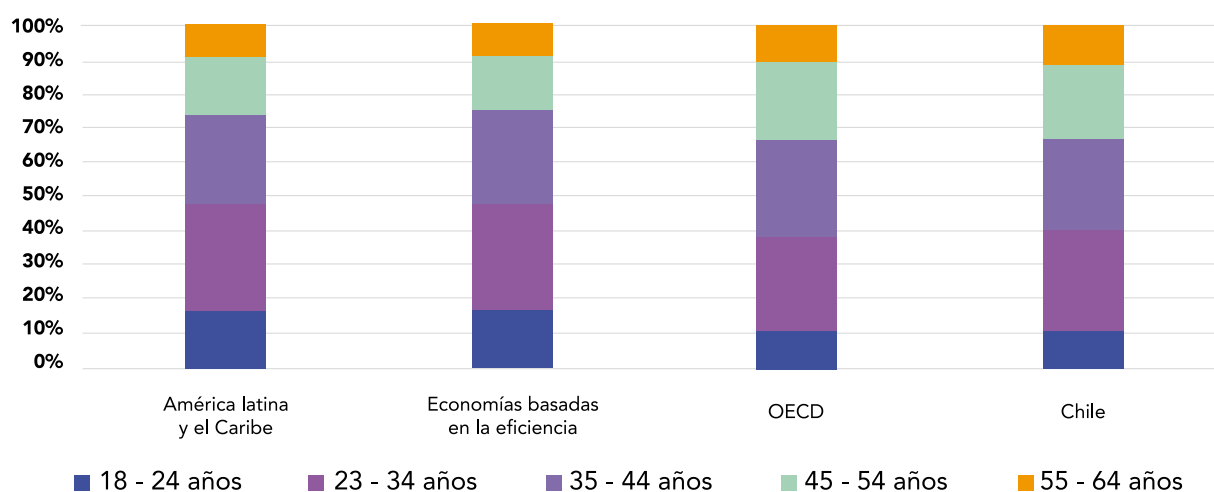
Sabemos que la discontinuación de un negocio no es un fracaso, sino que es parte de los procesos económicos. El GEM mide la discontinuación de la actividad emprendedora, como el porcentaje de la población adulta comprendida entre 18 y 64 años que dentro del último año ha cerrado, vendido o declara que ya no es propietario de un negocio.

La tasa de discontinuación en general es mayor en países de economías basadas en recursos, debido a que son principalmente emprendimientos basados en necesidad, por lo que no son negocios especializados y tienden a desaparecer. Por el contrario, a medida que en una economía avanza el nivel de desarrollo, la tasa de discontinuación es menor.

Como se ha analizado previamente, el hecho de que un negocio se discontinúe no necesariamente se debe a que este no fue rentable o a que no consiguió financiamiento. Frecuentemente ocurre que las personas vuelven a emprender con una iniciativa diferente, es decir, a través de la reincorporación de un nuevo negocio o invirtiendo en un negocio de terceros.

En la Figura 3-13 podemos visualizar las razones de la discontinuación de los negocios tanto para Chile como para la región, la OECD y para economías basadas en la eficiencia. Las razones que presentan mayores porcentajes en general son: “escasa rentabilidad”: 34% para América Latina y el Caribe, y 22% para Chile; mientras que “razones personales”, aparece con un 35% en el caso de Chile.

FIGURA 3-13: RAZONES EXPRESADAS TRAS LA DESCONTINUACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015







4. CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

En este capítulo se analizan los resultados correspondientes a ciertas características específicas de la actividad emprendedora. Se desarrollarán los indicadores correspondientes a expectativas de generación de empleo, innovación y orientación de los mercados internacionales.

Uno de estos focos tiene estrecha relación con las expectativas que declaran los emprendedores, en tanto ellos desean hacer prosperar su negocio y en el futuro ser capaces de emplear a terceros dentro de estos. En la actualidad este es un tópico importante, considerando el potencial generador de empleos que tienen los emprendedores.

En cuanto a la innovación, normalmente ésta aumenta junto al nivel de desarrollo en un país, y, queda representada por el nivel de novedad introducido en un mercado con un producto. Como lo describe el GEM: Reporte Global 2015/16, con una mayor penetración en información y comunicación tecnológica, industria profesional y otros servicios, altos niveles de educación y mayor acceso a tecnologías avanzadas, los emprendedores podrían tener mayores niveles de innovación dentro de economías desarrolladas.

Por último, dentro de esta sección abordaremos la Actividad Emprendedora de los Empleados, definida como la que desempeñan aquellos empleados que desarrollan nuevos productos o servicios, dentro de los negocios en los que están contratados.

4.1 EXPECTATIVAS DE ALTO CRECIMIENTO

La metodología que utiliza el GEM permite categorizar las expectativas de crecimiento de los emprendedores desde sus inicios. Esto, basado en que la medición es una variable de cálculo del potencial de impacto de la actividad emprendedora dentro de un país.

Se realiza una pregunta a los emprendedores en etapas iniciales, para que indiquen cuántos trabajadores esperen contratar dentro de sus negocios en un horizonte de tiempo de cinco años, sin considerar a los dueños. Para el GEM las expectativas de alto crecimiento (HEA, por sus siglas en inglés) implica el deseo que manifiestan los emprendedores de crear 20 o más empleos en los próximos cinco años.

La Tabla 4-1 muestra las expectativas de generación de empleo para los países participantes del GEM 2015, en función del indicador de emprendimiento en etapas iniciales (TEA, por sus siglas en inglés). Los datos están agrupados en 3 categorías:

- (1) expectativas de no generar empleo
- (2) expectativa de generar de 1 a 5 empleos
- (3) expectativas más de 6 empleos

Dentro de la primera categoría se encuentra el grupo de empresarios que no tiene expectativas de contratar empleados en un horizonte de 5 años. Esto se explica en gran medida porque son trabajadores por cuenta propia, y la mayoría de ellos emprenden por necesidad, es decir, ponen en marcha un negocio para obtener ingresos extras para dar solución a problemas financieros o porque se encuentran desempleados. Por su condición se transforman en trabajadores individuales independientes sin aspiraciones de emplear a terceros.

En la segunda categoría se encuentran aquellos emprendedores en etapas iniciales que tienen la aspiración de generar empleos. Desean incluir entre 1 a 5 empleados dentro de sus iniciativas, y generalmente utilizan su red cercana de contactos para hacer parte a quienes deseen participar del emprendimiento. Podemos decir que al no tener una expectativa de contratación masiva, su enfoque no es de alto crecimiento.

En el último grupo están aquellos que desean contratar más de 6 empleados dentro de sus negocios. Esperan generar un mayor número de empleos y su crecimiento es mayor.

Como podemos observar en la Tabla 4-1 el país que lidera en el rango sin expectativas de contratar empleados es Bulgaria, donde el 72,4% de los emprendedores en etapas iniciales no esperan contratar a nadie en un horizonte de cinco años. En el grupo con expectativas de generar entre 1 y 5 trabajos, lidera América Latina con un 47,8%, y el menor es Europa con un 33,8%. Dentro del último grupo, es decir, aquellos que esperan generar más de 6 empleos, el liderazgo corresponde a América del Norte con un 28%, y la zona geográfica con menor promedio es América Latina y el Caribe con un 17,5%.

Este año se realizó un ranking que ubica a los países de acuerdo a los resultados obtenidos: Burkina Faso es el país que lidera en la segunda categoría, donde un 81,4% de los emprendedores en etapas iniciales declara que espera contratar de 1 a 5 empleados dentro de los próximos cinco años y en la tercera categoría, es decir, el país que tiene las más altas expectativas de crecimiento se encuentra Colombia, con un 54,3%.

TABLA 4-1: EXPECTATIVAS DE GENERACIÓN DE EMPLEO EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2015 POR REGIÓN GEOGRÁFICA, EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES

Región	País	0 (% población adulta)		1 – 5 trabajos (% población adulta)		6 o más trabajos (% población adulta)	
		Ranking	Porcentaje	Ranking	Porcentaje	Ranking	Porcentaje
África	Botsuana	53	26,2	17	42,2	9T	31,7
	Burkina Faso	60	5,6	1	81,4	41	13,0
	Camerún	12T	52,1	39	34,5	40	13,3
	Egipto	14	51,4	58	22,8	19T	25,7
	Marruecos	24	45,5	27	38,0	35	16,5
	Senegal	46	32,0	11	45,3	23	22,7
	Sudáfrica	51	29,8	13	44,5	19T	25,7
	Túnez	58	19,0	18	40,9	3	40,1
	Total		32,7		43,7		23,6
Asia y Oceanía	Australia	50	31,0	20T	39,9	15	29,1
	China	44	32,4	44	32,6	5	35,0
	Corea	39	37,9	10	46,5	39	15,6
	Filipinas	30T	40,5	8	49,3	46	10,2
	India	6	59,9	30	36,6	58	3,5
	Indonesia	5	60,7	31T	36,2	59	3,1
	Irán	10	54,3	56	25,1	27	20,6
	Israel	21	47,0	48	29,4	22	23,6
	Kazajstán	29	41,0	57	24,7	6	34,4
	Líbano	28	41,9	9	47,0	45	11,2
	Malasia	33	40,1	6	51,4	53	8,6
	Tailandia	2	68,9	59	22,4	51	8,8
	Taiwán	47	31,9	55	26,3	2	41,8
	Vietnam	19T	48,0	16	42,5	49	9,5
	Total		45,4		36,4		18,2
América Latina y El Caribe	Argentina	40	37,0	14	44,2	32	18,8
	Barbados	23	45,6	15	42,6	43	11,8
	Brasil	7T	57,0	31T	36,2	55	6,8
	Chile	56	21,1	12	45,2	7	33,6
	Colombia	59	11,3	40	34,3	1	54,3
	Ecuador	54	26,1	3	64,7	50	9,3
	Guatemala	57	19,2	2	68,9	42	11,9
	México	16T	50,3	22T	39,6	47	10,1
	Panamá	19T	48,0	7	50,0	60	2,0
	Perú	49	31,1	5	52,9	37	16,0
	Puerto Rico	42	33,1	4	57,1	48	9,8
	Uruguay	41	35,7	26	38,4	18	25,9
	Total		34,6		47,8		17,5
Europa	Alemania	36	39,4	22T	39,6	25T	21,0
	Bélgica	25	44,6	33	35,9	29	19,5
	Bulgaria	1	72,4	60	20,3	54	7,3
	Croacia	52	29,6	20T	39,9	13	30,4
	Eslovaquia	38	38,3	42	33,2	16	28,5
	Eslovenia	22	46,5	43	33,1	28	20,5
	España	12T	52,1	24	39,2	52	8,7
	Estonia	45	32,3	28	37,6	14	30,0
	Finlandia	26	43,1	25	38,7	33	18,2
	Grecia	4	63,7	45T	31,9	57	4,3

Europa	Hungría	35	39,9	36	28,6	11T	31,4
	Irlanda	48	31,5	52	35,5	8	33,0
	Italia	3	66,0	51	28,9	56	5,0
	Letonia	37	39,2	49	29,3	11T	31,4
	Luxemburgo	11	53,7	37	35,0	44	11,3
	Macedonia	30T	40,5	29	37,3	24	22,2
	Noruega	7T	57,0	54	27,2	38	15,8
	Países Bajos	15	50,7	53	28,3	25T	21,0
	Polonia	32	40,2	41	33,7	17	26,1
	Portugal	27	42,7	19	40,2	34	17,1
	Reino Unido	16T	50,3	47	30,8	31	19,0
	Rumania	55	25,6	38	34,7	4	39,8
	Suecia	9	54,9	50	29,0	36	16,1
	Suiza	18	48,8	45T	31,9	30	19,3
	Total		46,0		33,3		20,7
América del Norte	Canadá	34	40,0	34T	35,8	21	24,2
	Estados Unidos	43	32,5	34T	35,8	9T	31,7
	Total		36,2		35,8		28,0

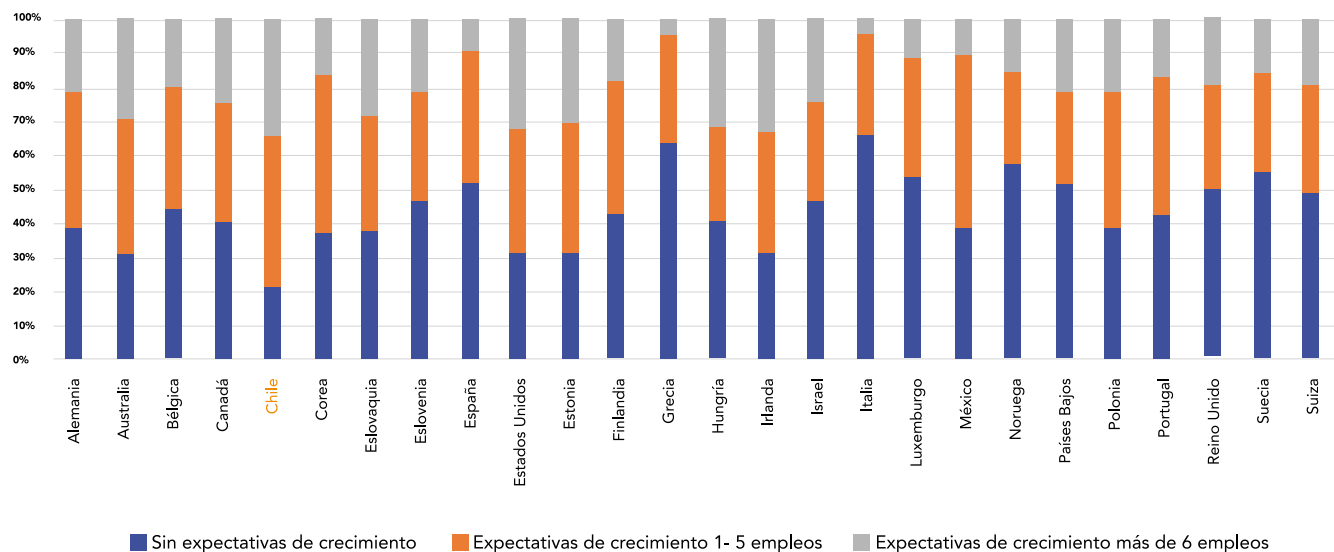
Fuente: GEM encuesta a población adulta (APS), 2015.

T: significa empate, es decir, más de un país obtuvo la misma posición dentro del ranking.

En la Figura 4.1 se analizan los resultados para los países miembros de la OECD participantes del ciclo GEM 2015. Se ven representadas las tres categorías de generación de empleo, considerando las respuestas de aquellos que declararon ser emprendedores en etapas iniciales.

En el segundo rango, es decir, quienes tienen una expectativa de crecimiento de 1 a 5 empleos, el ranking lo lidera Corea con un 46,5%, seguido de Chile con un 45,2%. En expectativas de alto crecimiento encabeza la lista Chile, con un 33,6 %, seguido de Irlanda con un 33%. Como se revisó en el reporte del ciclo anterior, se confirma que los países con alto desarrollo económico no coinciden con aquellos en donde se visualiza que tengan mayores expectativas de alto crecimiento, ya que esta expectativa sería causada por otros factores.

FIGURA 4-1: EXPECTATIVAS DE GENERACIÓN DE EMPLEO COMO PORCENTAJE DEL TOTAL DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN LOS PAÍSES DE LA OECD PARA EL CICLO 2015

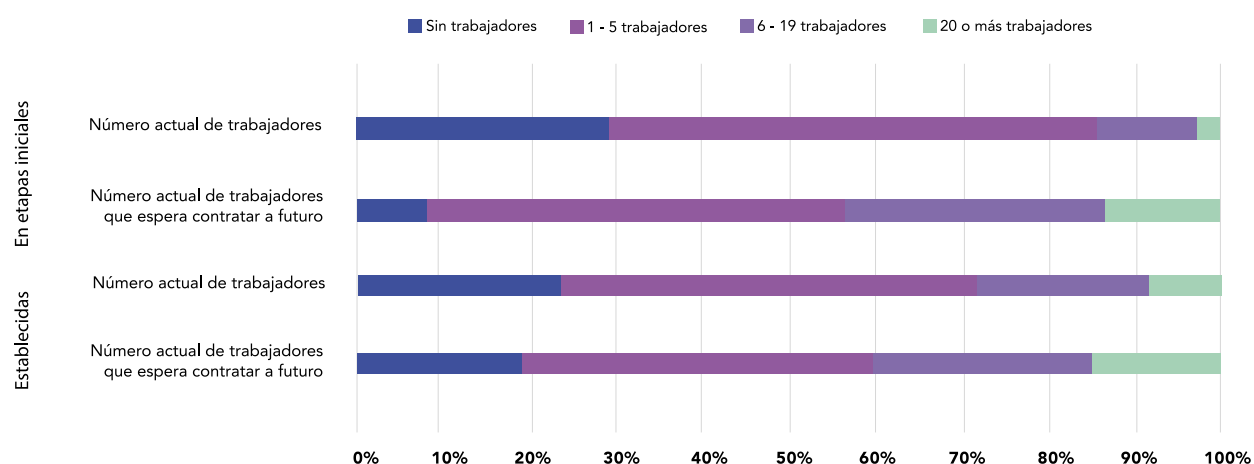


Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

La suma de los trabajadores que se espera contratar y de los que actualmente trabajan dentro de la empresa se muestra en la Figura 4-2. En el ciclo anterior, un 45,6% de los emprendedores en etapas iniciales manifestó que planeaba contratar entre 1 a 5 trabajadores; este año esa cifra ascendió a 48,8%. En cuanto a los emprendedores establecidos, el ciclo 2014 declaró que el 47,2% de ellos planeaba contratar entre 1 y 5 trabajadores, este año la cifra descendió a 40,9%.

En el ciclo anterior, la cuarta categoría de los emprendedores en etapas iniciales se mostró más optimista que los establecidos, para contratar a más de 20 empleados, sin embargo, este año esa situación se invirtió. Un 14,7% de los emprendedores establecidos espera contratar a más de 20 empleados y solo un 13,6% de los emprendedores en etapas iniciales planea lo mismo.

FIGURA 4-2: NÚMERO DE TRABAJADORES Y POTENCIAL NÚMERO DE TRABAJADORES EN LOS NEGOCIOS DE LOS EMPRENDEDORES SEGÚN ETAPA DE EMPRENDIMIENTO



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

4.2 COMPETITIVIDAD

El GEM como instrumento de medición incorpora distintos factores con el fin de tener una visión general, desde el punto de vista del emprendedor, sobre el nivel de innovación y competitividad de su propia actividad emprendedora.

En esta sección del reporte se analiza en profundidad la competitividad, ya que en el sentido amplio, esta se fundamenta en varios de los pilares que también sostienen al emprendimiento. Sabemos además, que al igual que las expectativas de crecimiento, la competitividad tiene una relación positiva con el crecimiento económico de un país.

Cuando hacemos referencia al término de competitividad, en general, estamos discutiendo sobre la capacidad que tienen los países para aumentar de una forma sostenida la presencia de sus productos en los mercados internacionales e internos, tal como lo establece la definición de competitividad de la OECD (1992).

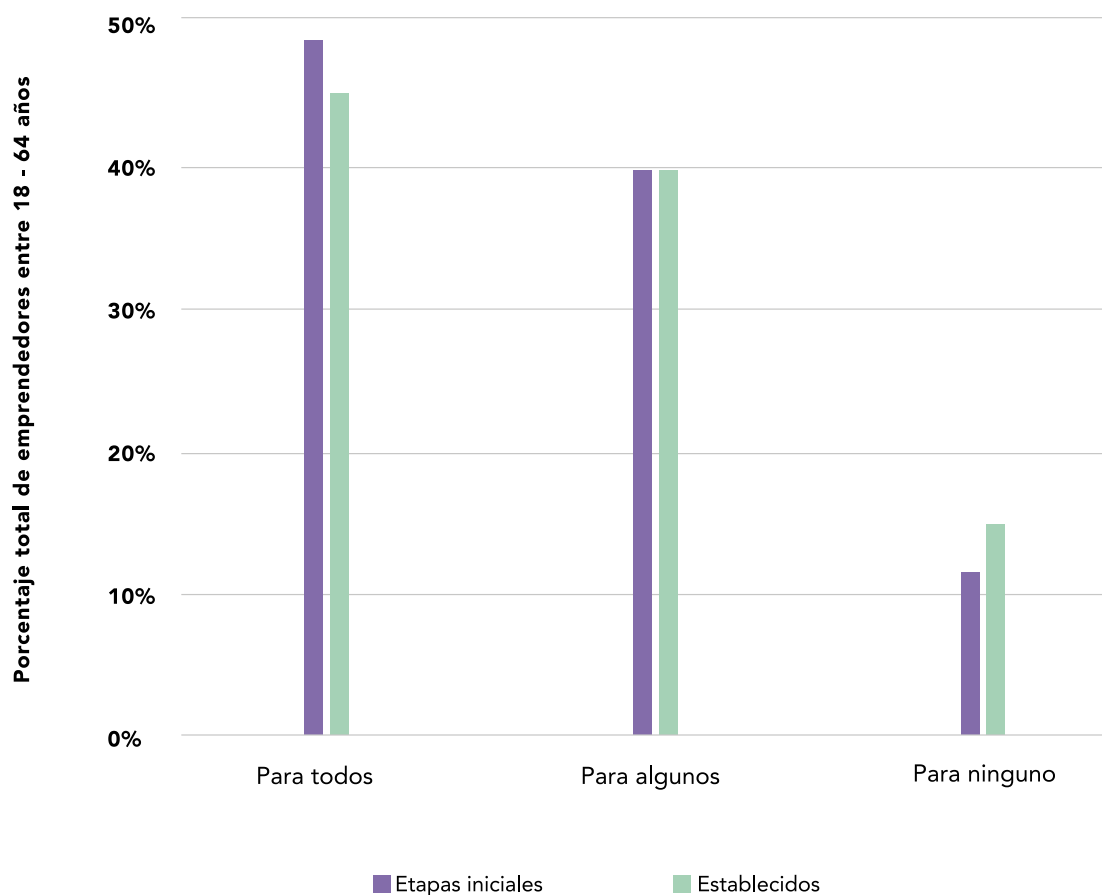
El World Economic Forum definió un conjunto de factores que determinan el nivel de productividad de un país. Uno de esos factores es la innovación, pues a través de ella se mejora la eficacia de los trabajadores.

En este sentido, El GEM analiza cuatro factores relevantes. Les pregunta tanto a los emprendedores en etapas iniciales como a los establecidos acerca de la novedad de sus productos, qué tan nuevo resulta ser para sus potenciales clientes y para el mercado en general. Sumado a esto, qué tan intensa es la competencia, si utiliza o no nuevas tecnologías dentro de sus procesos y cuál es su expectativa de expansión de mercado.

La Figura 4-3 nos muestra la relación acerca de la novedad de los productos en Chile. El 49% de los emprendedores en etapas iniciales cree que sus productos resultan novedosos para todos sus clientes, esta cifra es un 2% mayor que en el ciclo anterior, y sigue la tendencia en aumento, pues para el ciclo 2014 la percepción fue de un 41%. El 11% de los emprendedores establecidos manifiesta que su producto no resulta novedoso para ninguno, al igual que en el ciclo pasado y para los emprendedores establecidos alcanzó un 15% versus el 27% del año anterior.

FIGURA 4-3 NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS

¿Qué tan nuevo es su producto o servicio para sus clientes?

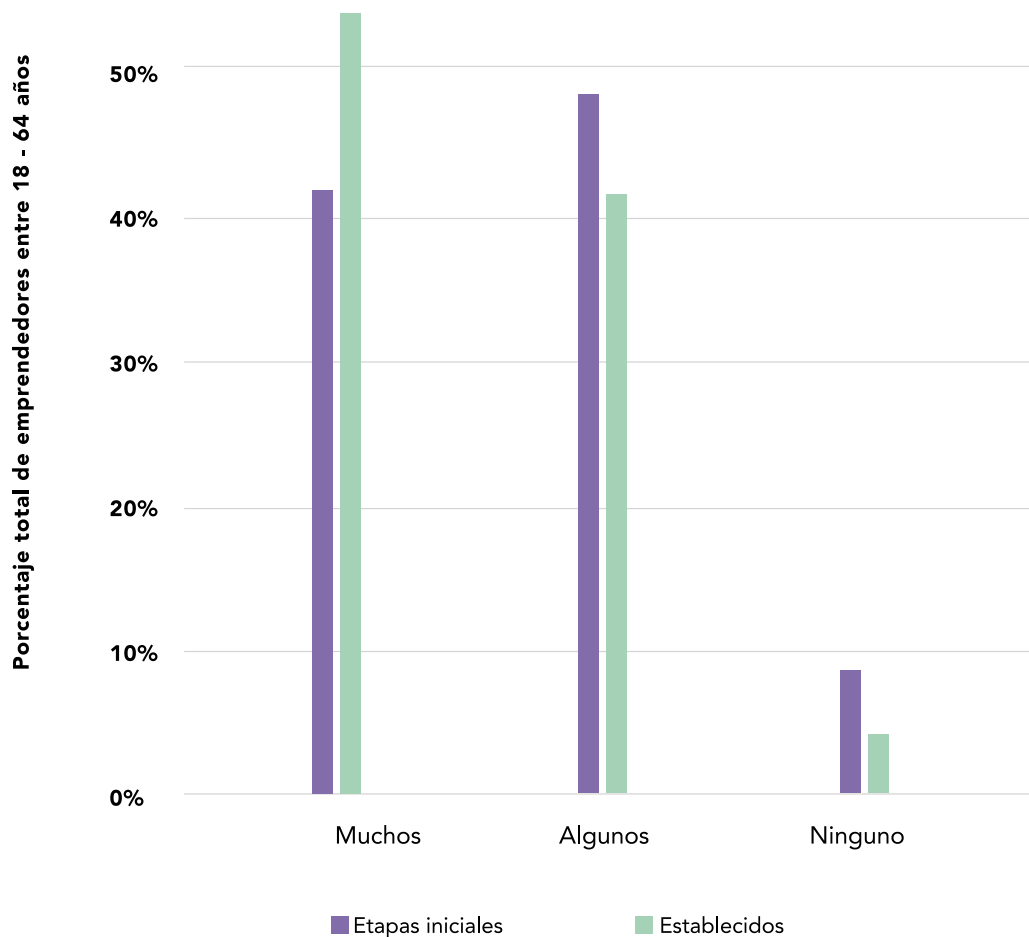


Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2015.

Para este ciclo podemos observar en la Figura 4-4 que el 54% de los emprendedores establecidos creen que tienen muchos competidores que ofrecen sus mismos productos, cifra que disminuyó en un 6% con respecto a la medición anterior. Para los emprendedores en etapas iniciales la medición llegó al 42%. En la situación opuesta, es decir, que tengan prácticamente exclusividad con el producto o servicio ofrecido, un 9% de los emprendedores en etapas iniciales cree que es así y un 4% de los emprendedores establecidos piensa lo mismo.

FIGURA 4-4: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA

¿Cuántos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios?

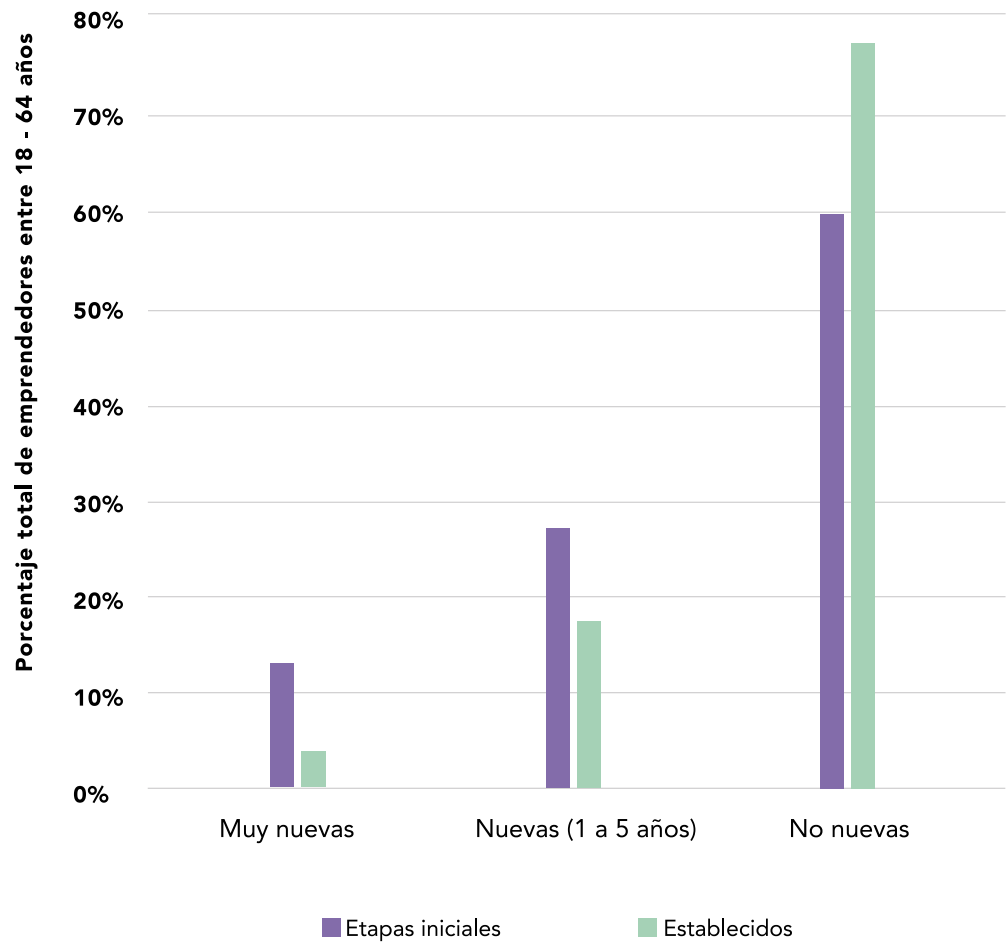


Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2015.

En nuestro país el acceso a nuevas tecnologías puede ser una limitante debido al alto costo que estas presentan, sobre todo para emprendedores en etapas iniciales que no necesariamente cuentan con alto financiamiento en los primeros años de desarrollo del negocio. Puede ser esta razón la que explique que el 60% de los emprendedores en etapas iniciales declare que en los procesos de sus productos utiliza tecnologías que no se consideran nuevas, cifra que se mantiene desde el año pasado (59%).

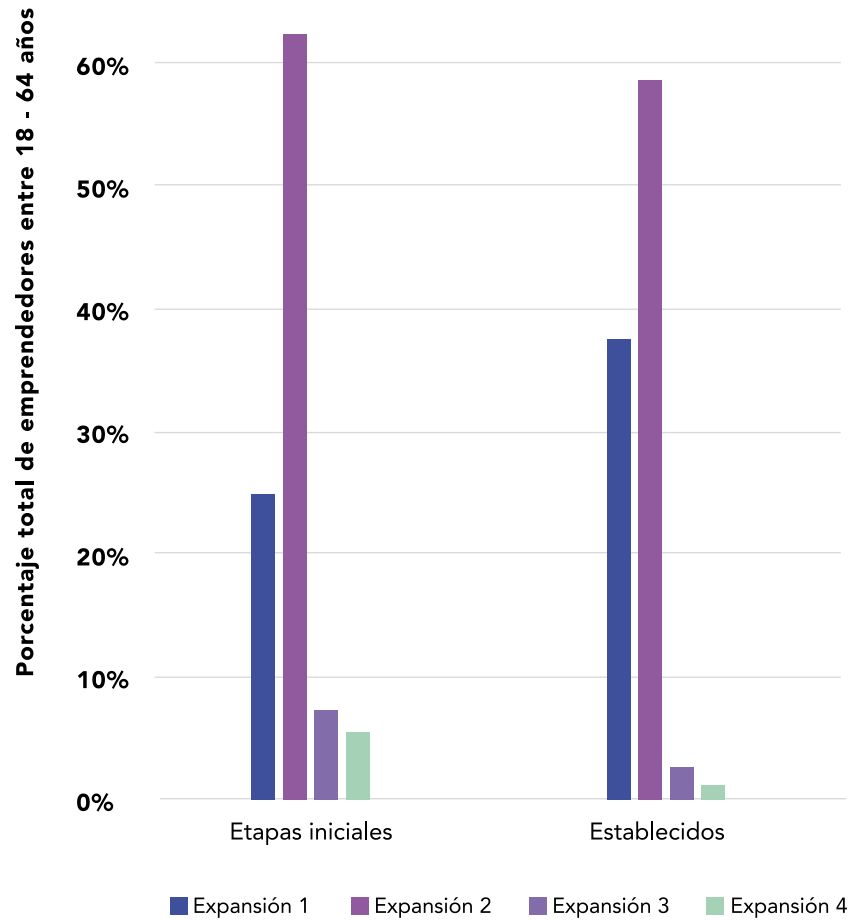
FIGURA 4-5: USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PROCESOS

¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos que utiliza la empresa?



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2015.

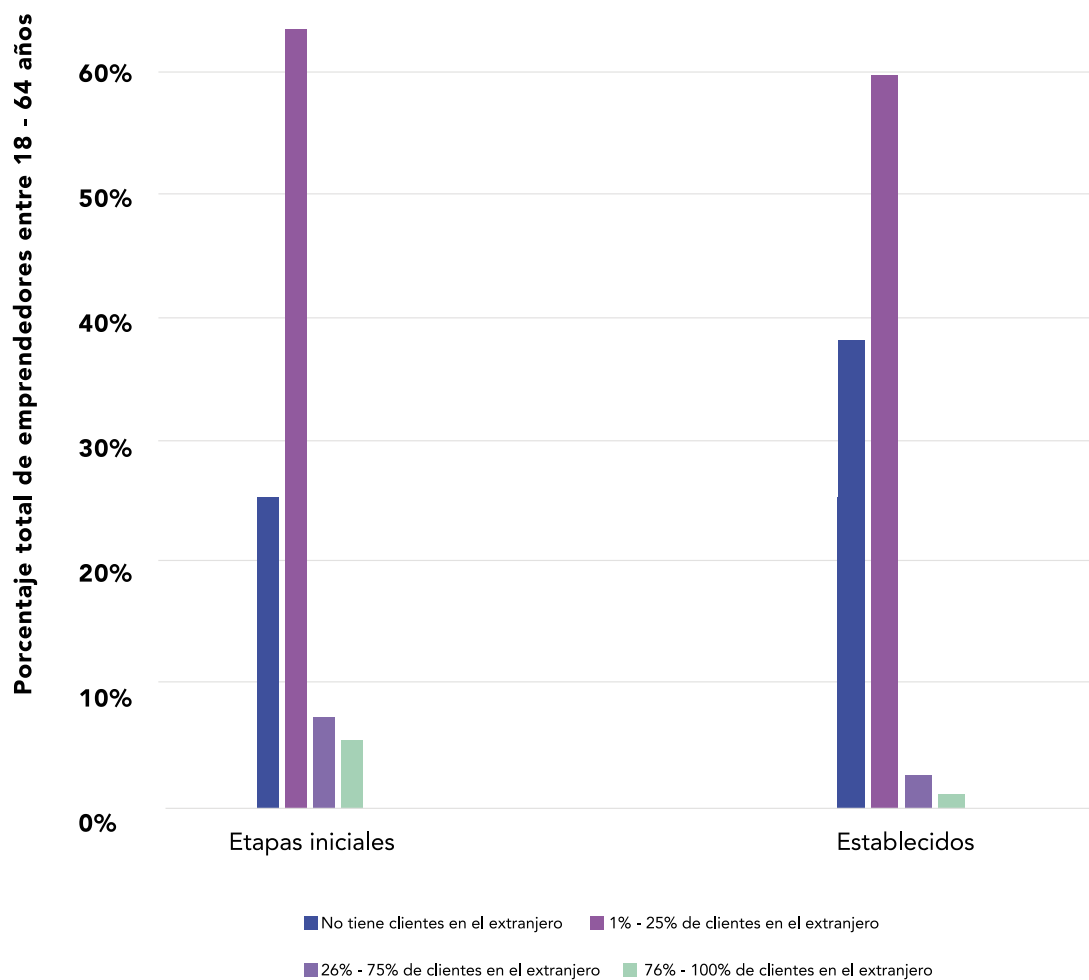
En la Figura 4-6 podemos observar el nivel de expansión de mercado que manifestaron tener los emprendedores para este ciclo. Este considera si la expansión viene acompañada del uso de nuevas tecnologías. La mayoría de los emprendedores, más de 80% en ambos casos, presenta niveles de expansión de menores a moderadas, sin uso de nuevas tecnologías. Esta tendencia de expansión se ha visto reflejada en los últimos 4 años de estudio.

FIGURA 4-6: EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2015.

La última variable a analizar es la orientación a la internacionalización. Acá se les pregunta a los emprendedores qué proporción de sus clientes se ubica en el extranjero. La gran mayoría de ellos declara no tener clientes en el extranjero. Para etapas iniciales es de un 59% y para establecidos de un 55%, cifra mucho mayor que la medición anterior, en donde alcanzó un 49% en establecidos y un 46% en etapas iniciales. Es decir, este año los emprendedores han distribuido y comercializado sus productos mayoritariamente dentro del país.

FIGURA 4-7: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y ORIENTACIÓN INTERNACIONAL



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2015.

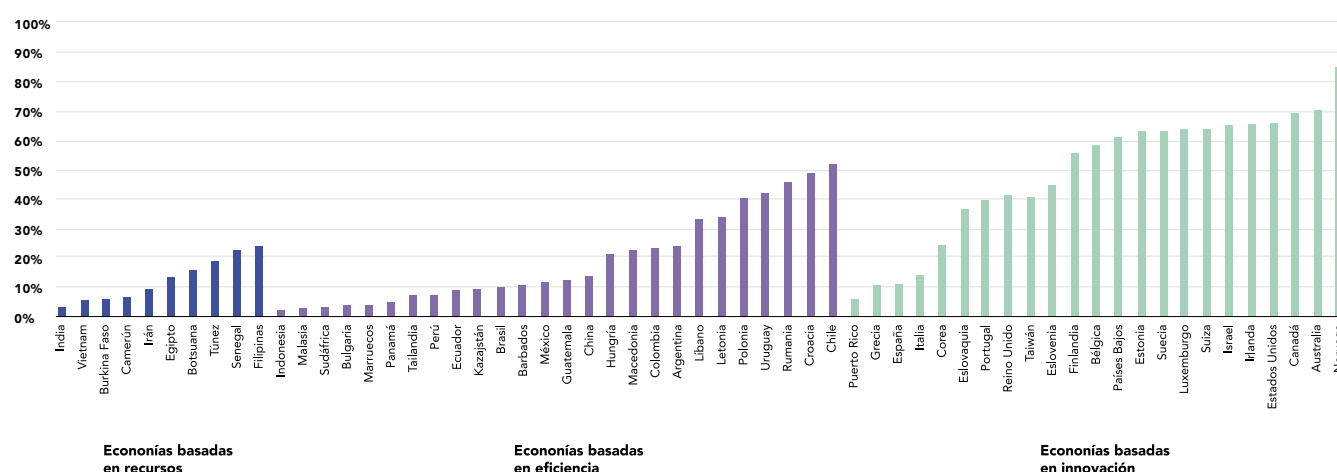
4.3 ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS EMPLEADOS

El GEM siempre ha centrado su atención en el análisis de iniciativas emprendedoras independientes, cuyo propósito final es la puesta en marcha de un nuevo negocio. Sin embargo, esta resulta ser una forma aislada de mirar el emprendimiento, ya que la acción de emprender también puede darse dentro de una organización establecida, como una decisión estratégica de innovación o de desarrollo de nuevos productos o servicios.

Según la definición del GEM, el intraemprendimiento es la actividad emprendedora de los empleados, y se observa cuando ellos participan activamente en el desarrollo de nuevos productos o procesos dentro de la organización en donde están contratados. El GEM realiza una serie de preguntas para detectar esta actividad, siendo la principal la declaración donde ellos responden si en los últimos 3 años de trabajo han desarrollado o no una idea o nueva actividad dentro de su compañía.

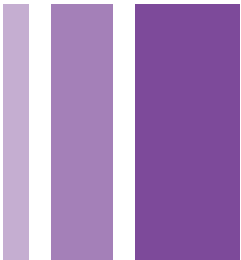
Podemos observar en la Figura 4-8 la actividad emprendedora de los empleados (EEA, por sus siglas en inglés) para todas las economías participantes en el ciclo 2015 del GEM. El análisis está separado por tipos de economías. Podemos apreciar que en las economías basadas en recursos, el país que posee un índice mayor de EEA es Filipinas, con un 2,3%; en economías basadas en eficiencia destaca Chile, con un 5,2%; y finalmente, en las economías basadas en innovación lidera Noruega con un 9,9%. En general, el promedio es mayor también en las economías basadas en innovación con un 5,1% de EEA en aquellos esos países.

FIGURA 4-8: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE EMPLEADOS (EEA) EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES DEL GEM, POR DESARROLLO ECONÓMICO



En el ciclo 2015 participaron 12 economías de América Latina y el Caribe. Si observamos su EEA, Chile presenta la mayor medición con un 5,2%, mientras que Panamá obtiene solo un 0,5%. Debemos destacar que en Chile en los últimos años, se le ha relevado el emprendimiento, tanto por medio de programas de desarrollo de emprendimiento, como a través de políticas gubernamentales que lo favorecen. También se ha enfatizado la educación para el emprendimiento, por ello no resulta extraño que esta medición sea mayor en nuestro país. A pesar de ello, el país se sitúa muy por debajo de los indicadores observados en Europa, donde el promedio es un 5,1%.





5. FACTORES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER

El marco conceptual del GEM tiene como pilar fundamental las condiciones de contexto para emprender. Ellas son una pieza indispensable para entender el proceso de creación de nuevos negocios y potenciar la dinámica de los negocios dentro de un país. A través de la Encuesta a Expertos (NES, según sus siglas en inglés), se busca aprender sobre la influencia que tiene el contexto emprendedor en la actividad emprendedora, contribuyendo a identificar los elementos del ecosistema emprendedor de los países.

5.1 METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA A EXPERTOS

La NES fue específicamente diseñada para estudiar las condiciones en donde se realiza el emprendimiento y así obtener datos armonizados que permitieran realizar un análisis comparable entre diferentes economías. Esto hace que la NES sea un instrumento único que permite precisamente que los datos sobre el contexto para emprender sean comparables a nivel internacional. La encuesta recopila la evaluación de un grupo de expertos en las diferentes dimensiones que componen la actividad emprendedora. Ellos son personas con una trayectoria destacada en relación con algunos de los factores del ecosistema del emprendimiento en Chile, y tienen una amplia experiencia en, al menos, una de las condiciones relevantes. Estos expertos pueden provenir de diferentes ámbitos, ya sea académico, empresarial o de políticas públicas.

La metodología de la NES plantea que debe haber al menos 4 expertos o informantes clave por cada una de las nueve condiciones descritas en la Tabla 5-1, lo que da un mínimo de 36 expertos por país. En el caso de Chile, al tener una aproximación regional, hay un grupo de al menos 36 expertos por cada una de las regiones, más un grupo de expertos que realizan su evaluación general del contexto del país.

TABLA 5-1: CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Apoyo Financiero

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).

Políticas Gubernamentales

Se refiere al grado en que las políticas del gobierno (reflejadas en regulaciones e impuestos) y la aplicación de éstas tienen como objetivo:

- (i) El apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento y
- (ii) Ser neutras entre el efecto que ocasionan a las nuevas empresas y a las ya establecidas.

Programas de Gobierno

Se refieren a la existencia de programas para ayudar de forma directa a las firmas nuevas y en crecimiento, ya sea a nivel municipal, regional o nacional.

Educación para el Emprendimiento

Se refiere a la medida en que son incorporadas a los sistemas educacionales y de capacitación el conocimiento, las destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos o en crecimiento.

Transferencia de I+D

Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas, y en crecimiento.

Infraestructura Comercial y Profesional

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.

Apertura del Mercado Interno

Se refiere a la medida en que las prácticas comerciales habituales y el marco regulatorio son suficientemente flexibles en su aplicación, de modo de facilitar (o no impedir) que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir y eventualmente reemplazar a los proveedores actuales.

Acceso a la 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.

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.

La primera parte del cuestionario está diseñada para que sea respondida con una escala Likert de nueve puntos ⁶, donde 9 equivale a que el experto está completamente de acuerdo con la afirmación y 1 significa que está completamente en desacuerdo con lo que se le está consultando.

5.2 ANALISIS GENERAL DE LAS CONDICIONES PARA EMPRENDER

Los dos mejores indicadores que presenta Chile en relación al resto del mundo son las políticas públicas de regularización y la calidad de la infraestructura nacional. Chile presenta dos indicadores en los que tiene una valoración más baja que el promedio de los países que participan en el GEM 2015: el apoyo financiero y la educación primaria y secundaria, situación que ya fue documentada el año 2014.

En la Tabla 5-2 se pueden observar los promedios de las nueve condiciones principales de los países que integran la OECD participantes en el GEM 2015. Debemos mencionar que hay tres condiciones que están sub-divididas. En Políticas Públicas están las dimensiones general y de regulación, en cuanto a la dimensión de Educación está sub-dividida en primaria y secundaria—y post-secundaria—y finalmente en Mercado Interno están divididos en dinamismo del mercado y apertura del mercado interno.

Las políticas públicas que alivianan la carga regulatoria a los emprendedores están evaluadas de mejor manera en Chile (5,4) que en el promedio de los países de la OECD (4,1). Solo tres países presentan evaluaciones superiores a la chilena, siendo el más destacado Suiza.

En general, se observa que entre los países de la OECD no se educa a las personas desde que son pequeños para que en el futuro sean emprendedores. La evaluación promedio en este ámbito es la más baja de todas las dimensiones en las que se evalúan las condiciones de la actividad emprendedora. Chile presenta un nivel superior de evaluación en comparación con el promedio de países de la OECD.

El dinamismo en el mercado interno, es, en relación a los países de la OECD, el ámbito donde Chile se ubica en la peor posición, siendo el país con la más baja valoración del dinamismo local. En apertura del mercado interno también se observa una evaluación bajo el promedio. Los dos indicadores de mercado interno considerados (dinamismo y apertura) evalúan las prácticas comerciales y el marco regulatorio.

⁶. Anteriormente eran cinco puntos, pero se amplió la escala para capturar mayor variabilidad dentro de las respuestas.

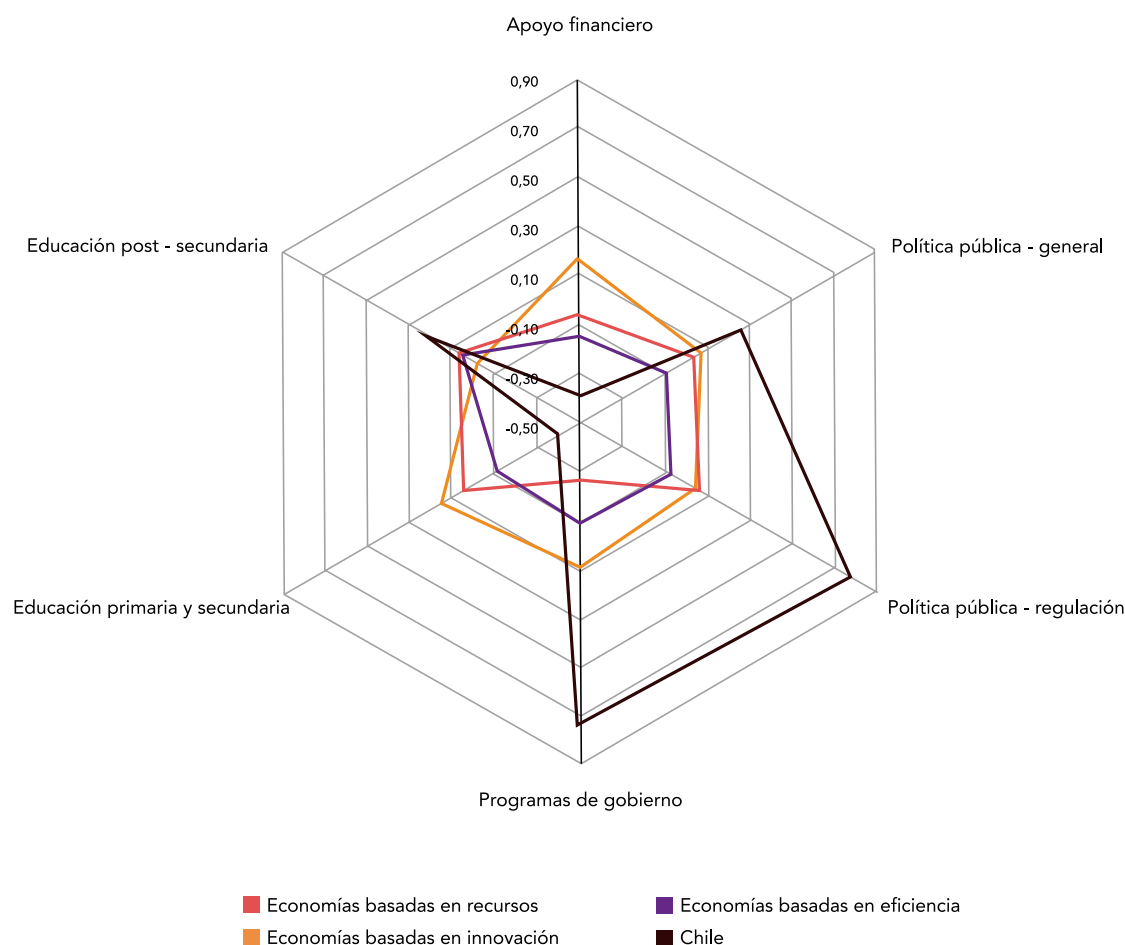
TABLA 5-10: PROMEDIO DE CADA CONDICIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS PAÍSES OECD

País	Etapas de Desarrollo	Apoyo Financiero	Política pública general	Política pública regularización	Programas de Gobierno	Educación primaria y secundaria	Educación post secundaria	Transferencia de I+D	Infraestructura comercial	Dinamismo del mercado interno	Apertura del mercado interno	Infraestructura física	Normas sociales y culturales
Alemania	5	4,3	4,3	3,9	5,6	2,7	4,1	4	5,9	4,5	5,2	6,4	4,2
Australia	5	4	3,7	4,2	4,2	3,7	4,2	3,7	5,1	4,7	4,7	6,5	4,8
Bélgica	5	5,3	6,5	3,2	4,8	3,1	5,4	4,6	6,2	4,8	5,1	6,4	4,1
Canadá	5	5,2	4,7	5,2	5	4,1	5,3	4,3	6,3	3,8	4,9	7	5,9
Chile	4	3,5	4,6	5,4	5,4	2,4	4,9	3,5	4,7	3,4	3,8	7,5	5,1
Corea	5	3,9	5,8	4,6	5	2,8	4	3,6	4	7,3	3,3	7	4,9
Eslovaquia	4	4,3	3,7	3,4	3,7	3,4	4,2	3,2	5,5	4,1	4,2	7	3,5
Eslovenia	5	4,2	4	3,1	4,5	2,8	3,9	3,8	4,7	5,3	3,8	6,4	3,4
España	5	4	4	3,8	4,8	3,5	4,2	3,9	4,4	4,4	4,3	5,1	4,4
Estados Unidos	5	5,4	4,4	4,6	4,1	3,5	4,4	4,2	5,4	5,6	4,4	7,1	6,8
Estonia	5	4,9	3,8	4,9	4,9	4,2	4,8	4,5	5,2	5,2	5,1	7,5	5,7
Finlandia	5	4,3	5,4	4,9	4,6	3,9	4,2	3,9	5,7	5,4	4,6	7,6	4,5
Grecia	5	3	2,9	2,3	2,8	2,7	4,6	3,8	4,5	5	3,1	6,1	3,6
Hungría	4	4	2,7	2,4	3,2	2,3	4,3	3,6	4,4	5,5	3,8	6,1	3,2
Irlanda	5	5,4	4,9	4,8	5,9	3,6	4,9	4,6	6,1	3,9	5,2	6,8	5,4
Israel	5	5,1	3,7	2,5	3,9	3	4,3	4,4	5,6	4,1	3,5	6,4	7,4
Italia	5	4	3,1	2,4	3,3	3	4,3	3,9	4,3	4,3	4,2	5,1	3,5
Japón	5	4,2	5	3,7	4,1	2,3	4,2	4,5	3,5	6,5	4,3	6,9	3,8
Luxemburgo	5	4,1	5,3	5,6	6	3,5	5,4	5,4	6	3,8	5,5	6,8	4,1
México	4	4	4,8	3,7	5,1	2,6	5,4	4,1	4,7	5,4	3,6	6,3	5
Noruega	5	4,2	3,7	4,3	4,4	4,1	4,1	4,2	5,5	5,2	4,2	6,8	4,7
Países Bajos	5	5,7	5,4	5,8	5,8	4,9	5,6	5,1	5,9	5	6	7,4	5,7
Polonia	4	4,7	4,6	3,4	4,6	2,5	3,9	3,5	4,5	6,4	4,6	6,8	4,4
Portugal	5	4,7	5	5,8	4,7	5,6	4,7	5,3	4,6	5,4	5	3,5	5,2
Reino Unido	5	5,4	4,6	4,4	4,5	4	5	4,2	5	5	4,7	5,9	5,3
Suecia	5	4,7	4	3,9	4,6	3,8	3,9	4	5,1	5,7	4,5	7,5	5
Suiza	5	5,3	5,7	5,8	5,9	4,9	6,2	6,2	6,3	4,5	5,7	7,9	5,8
Turquía	4	3,8	4,4	3,4	4,1	2,2	5,2	4,2	5,1	5,6	3,9	6,5	5,3
Promedio		4,5	4,5	4,1	4,6	3,4	4,6	4,2	5,2	5,0	4,5	6,6	4,8

Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2015.

Las Figuras 5-1 y 5-2 presentan los indicadores del contexto para emprender, según la fase de desarrollo económico de los países. La escala de estos indicadores está calculada y normalizada utilizando el método de componentes principales, ya que resulta ser una alternativa más robusta que utilizar promedios simples. Es interesante notar que, en general, se observa que a mayor nivel de desarrollo, mayor es el nivel de las condiciones, lo que sustenta la idea de que existe una correlación positiva entre el nivel de desarrollo y las condiciones de contexto favorables para el emprendimiento.

FIGURA 5-1: INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO Y CHILE (1/2)

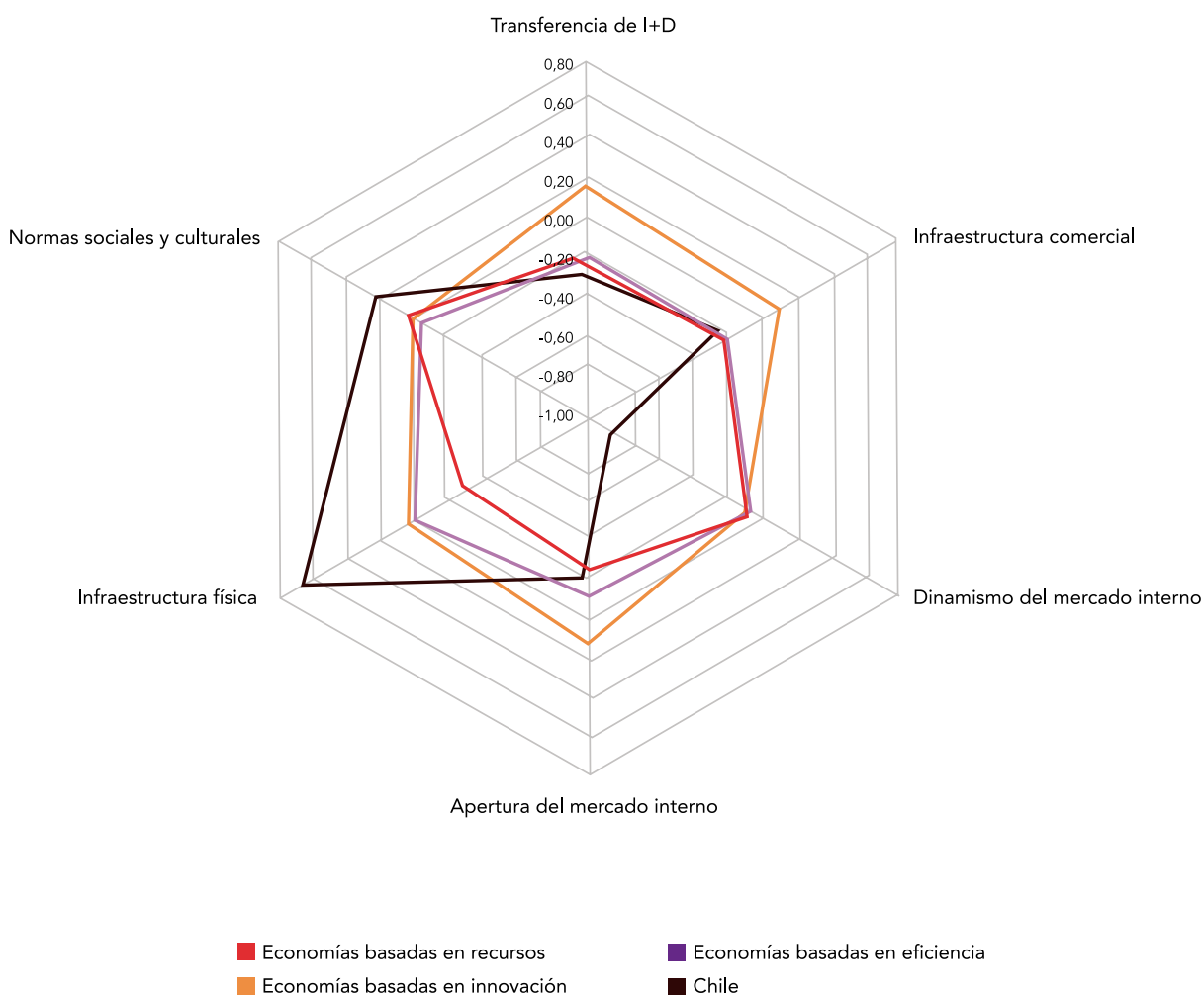


Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2015.

En la Figura 5-1 se aprecia que Chile está muy bien evaluado en términos de programas de gobierno y políticas públicas de regularización y, en menor medida en educación post-secundaria. Sin embargo, presenta indicadores negativos en temas de apoyo financiero para el emprendimiento y en educación primaria y secundaria.

En la Figura 5-2 se observa que Chile se encuentra en los niveles más altos, al igual que en el ciclo anterior, en las dimensiones de acceso a infraestructura física y normas sociales y culturales. La dimensión que está peor evaluada comparativamente es dinamismo y apertura del mercado interno. En cuanto a transferencia de I+D se encuentra por debajo de economías basadas en eficiencias e innovación, y al mismo nivel que las economías basadas en recursos.

FIGURA 5-2: INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO Y CHILE (2/2)



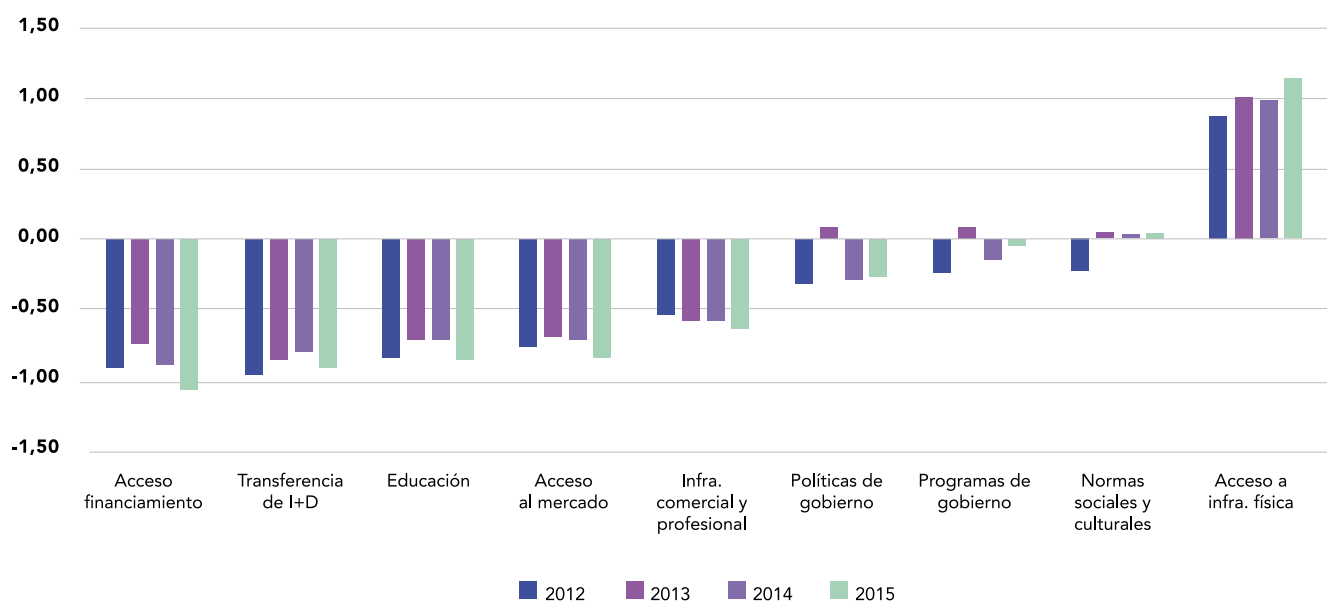
Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2015.

5.3 ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LAS CONDICIONES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN CHILE

Los resultados de la encuesta a expertos respecto de las variables de contexto mantienen la tendencia de los últimos años (ver Figura 5-3). La dimensión que logra la mayor evaluación positiva es “Acceso a la infraestructura física”, seguido por “Normas sociales y culturales”. Los indicadores que a nivel nacional muestran el mayor retroceso el año 2015, son “Acceso a financiamiento” y “Educación”, respectivamente.

A continuación se exponen los resultados detallados de cada una de las dimensiones que componen la encuesta a expertos. Aquí se busca identificar hacia donde se desplazan la mayoría de las respuestas. Para ello se descartan las respuestas que no muestran preferencias (es decir, las respuestas “ni acuerdo ni desacuerdo”), y sobre la población que sí indicó preferencias, se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican estar de acuerdo (completo + parcial). Esta metodología tiene el mérito de destacar la varianza de las respuestas.

FIGURA 5-3: EVOLUCIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE CHILE, 2012-2015



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES) Chile, 2015.

Acceso a Financiamiento

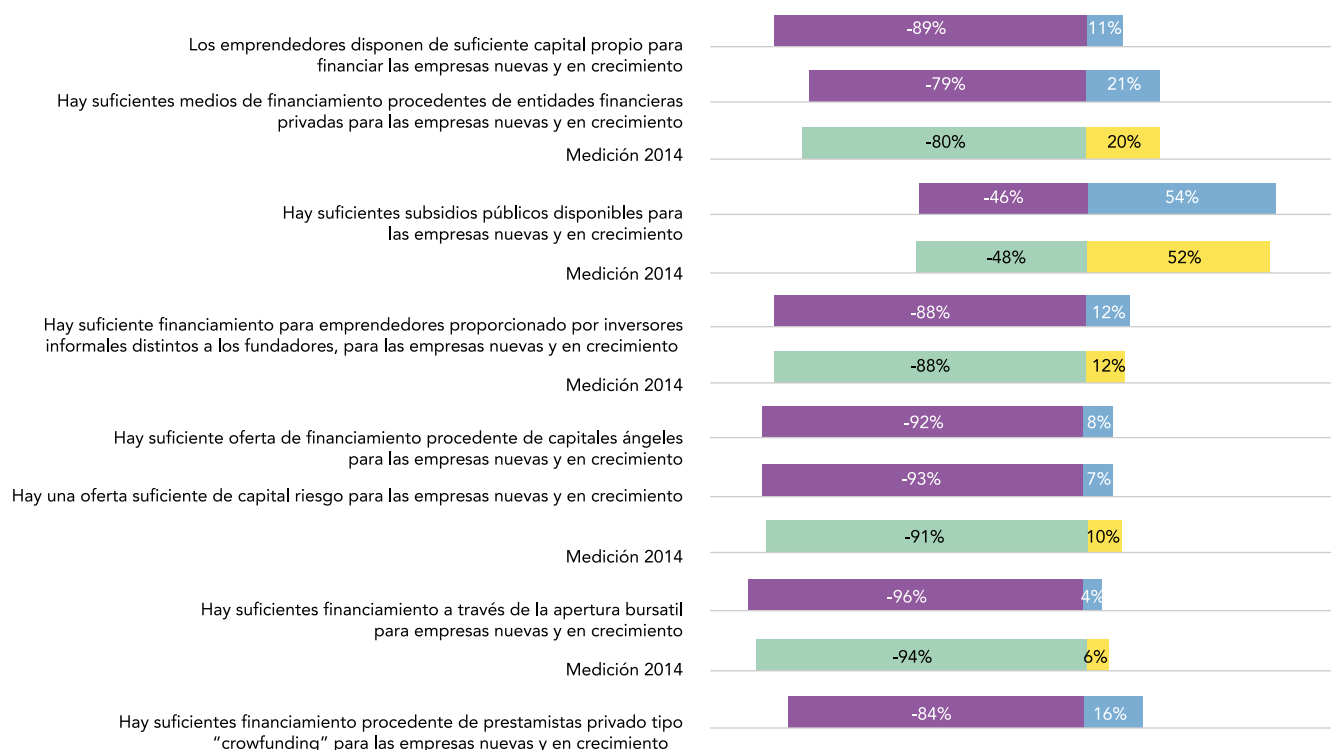
Nivel: -1,08

Esta dimensión resultó ser la más negativa el año 2015, con una variación de -0,18 con respecto al año pasado. Desde el año 2014 se convirtió en la condición del contexto para emprender con peor evaluación, desplazando a “Transferencia de I+D”, que por tres años consecutivos tuvo la peor evaluación.

El 54% de los expertos opina que existen suficientes subsidios públicos disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.

Este año se incluye una pregunta respecto a cuán común es obtener financiamiento a través de “crowdfunding” para las empresas, observándose que el porcentaje de aprobación es de un 16%. La apertura en Bolsa no es considerada una práctica habitual: el porcentaje de aprobación asciende tan solo a un 4%, como podemos observar en la Figura 5-4.

FIGURA 5-4: APOYO FINANCIERO PARA EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES) Chile, 2015.

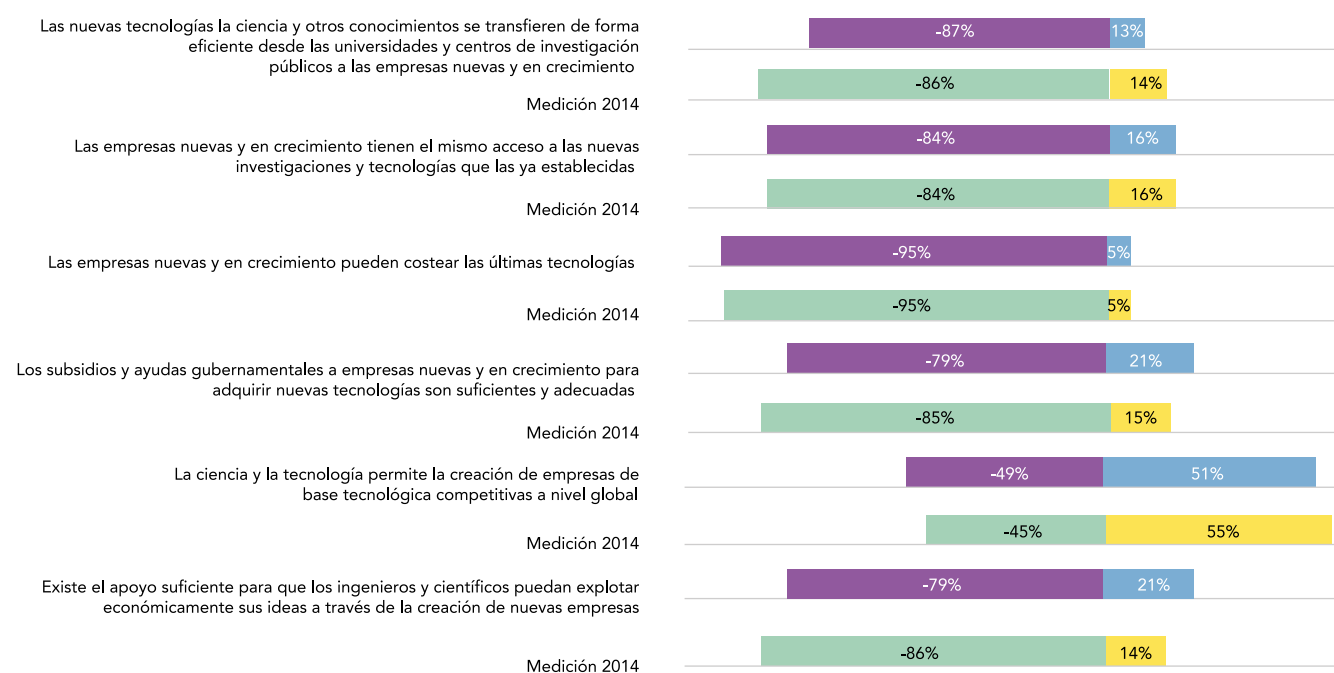
Transferencia de Investigación y Desarrollo

Nivel: -0,92

Esta dimensión se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales, y si éstas se encuentran al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas y aquellas en crecimiento.

A este respecto, la evaluación para el año 2015 continúa siendo negativa y empeora respecto del año anterior, fundamentalmente por la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global, que a pesar de ser evaluada con un 51% de aprobación, disminuyó respecto del año anterior en 4 puntos. El problema se centra fundamentalmente en los costos de implementación de nuevas tecnologías en las empresas, lo que está en línea con la percepción de los expertos que consideran que las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas no son suficientes. Todos los resultados se visualizan en la Figura 5-5.

FIGURA 5-5: EVALUACIÓN DE LA TRANSFERENCIA DE I+D



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES) Chile, 2015.

Educación y Capacitación para el Emprendimiento

Nivel: -0,86

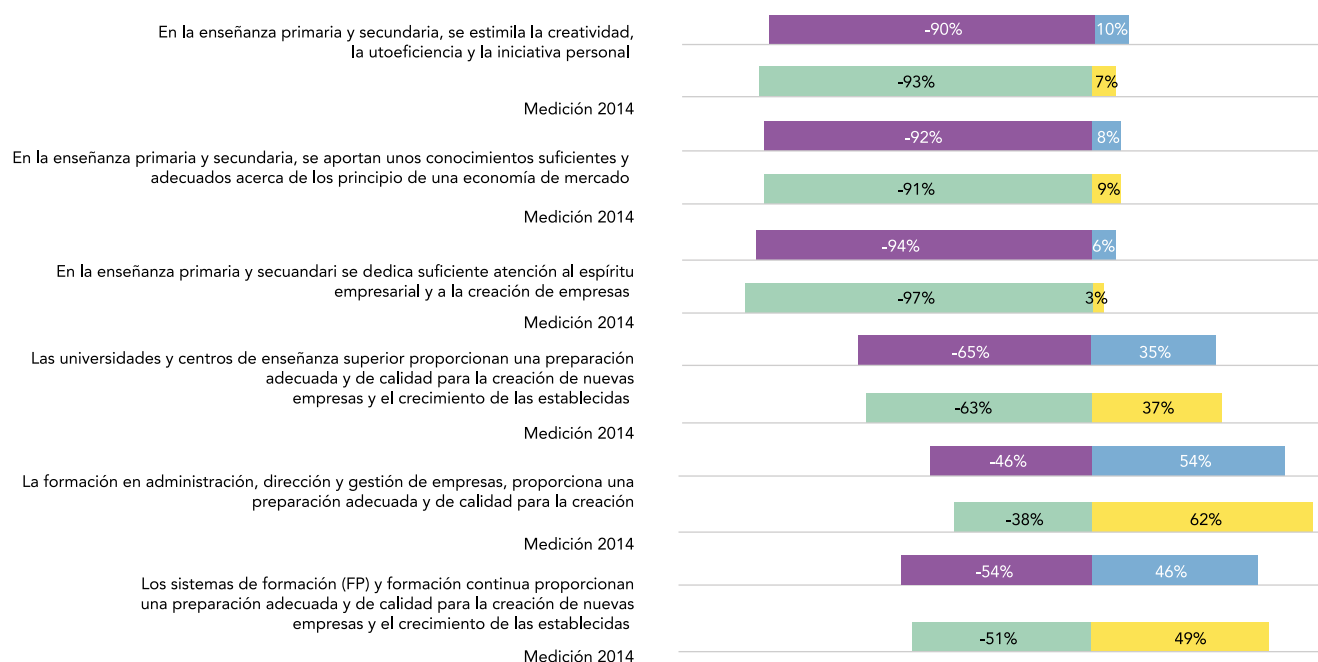
En esta dimensión se aprecia una diferencia significativa en lo referente a la educación a nivel primario y secundario, en contraste con la educación superior universitaria y técnico profesional.

Los expertos siguen manifestando que en la enseñanza primaria y secundaria no se estimula la creatividad, la autosuficiencia ni la iniciativa personal, y que en las aulas no se le dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas. Esto también incluye conocimientos y habilidades con el propósito de emprender.

En lo que respecta a universidades y centros de enseñanza superior los expertos concuerdan en un 35% que ellos proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas, mientras que un 54% está de acuerdo con que la formación en administración, dirección y gestión de empresas brinda una preparación adecuada, siendo esta dimensión la mejor evaluada.

Por último, un 46% de los encuestados tiene una percepción positiva acerca de los sistemas de formación profesional, y acerca de cómo estos preparan adecuadamente para la creación de nuevas empresas y para las empresas en crecimiento.

FIGURA 5-6: EVALUACIÓN DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES) Chile, 2015.

Acceso al Mercado Interno

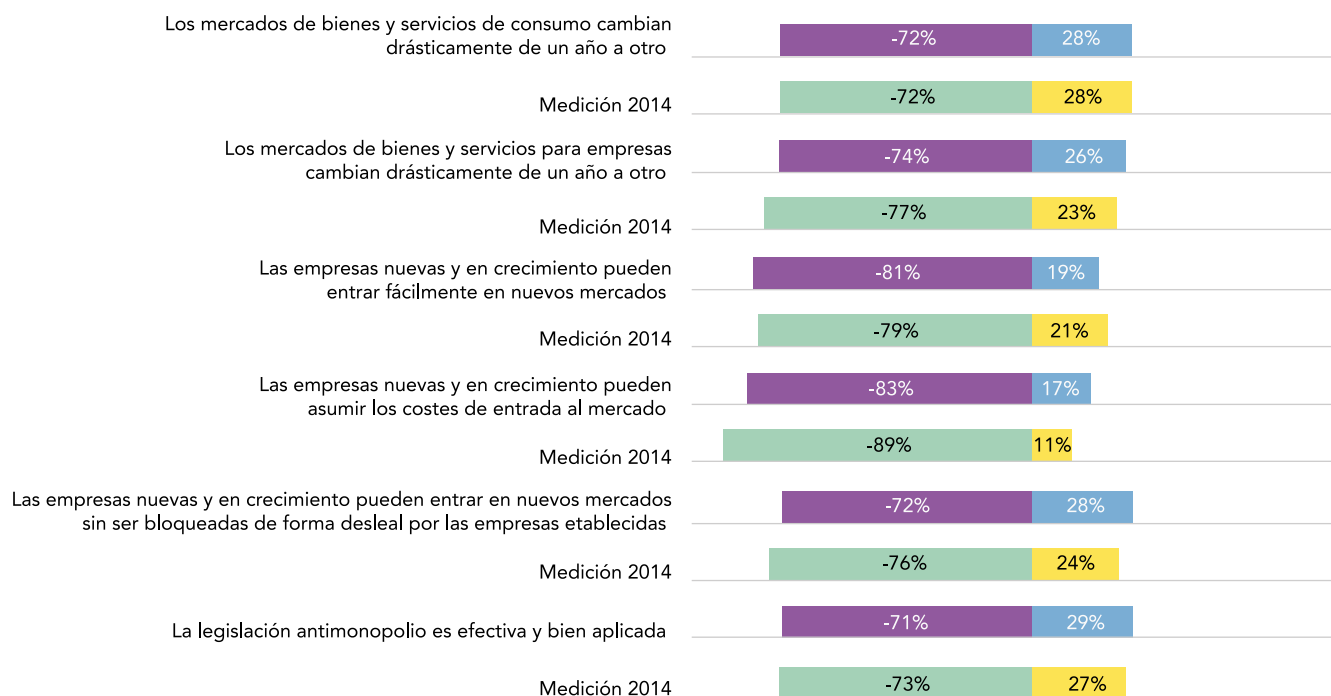
Nivel: -0,83

Al igual que en el ciclo anterior, debemos recalcar que la definición utilizada por el GEM para la condición de contexto “acceso al mercado interno”, está referida a la evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes. Se define a la vez como todas las barreras que deben ser superadas por las nuevas empresas para poder introducir su producto al mercado. Esto tiene dos aristas: podemos decir que las dificultades a las que se enfrenta un emprendedor pueden ser propias del mercado, o propias de las empresas existentes que pueden poner trabas e impedimentos a la entrada de nuevas empresas en sus mercados.

En el estudio de este año se mantiene la creencia por parte de los expertos relativa a que en el mercado no hay un dinamismo que potencie el emprendimiento, por este motivo, el 72% de los encuestados piensa que los mercados de bienes y consumo no cambian drásticamente de un año a otro. Sumado a esto, un 74% piensa que los mercados de bienes y servicios para las empresas tampoco cambian. El dinamismo del mercado estimula los cambios y el desarrollo, de no ser así se dificulta la introducción de nuevos negocios, dificultándose la capacidad de hacer o emprender con nuevos productos y servicios.

Este año un 17% contra un 11,5% del ciclo anterior, piensa que las empresas nuevas y en crecimiento pueden absorber fácilmente la entrada a nuevos mercados. Asimismo, un 28% de los expertos cree que estas empresas pueden entrar en nuevos mercados sin ser indebidamente obstaculizadas por las empresas ya establecidas. Existe una creencia arraigada por parte de los expertos de que una de las barreras de entrada son las trabas que pondrían las empresas ya establecidas en el mercado al que se desea ingresar a competir. Esto lo podemos apreciar en que solo el 29% cree que la legislación antimonopolio es efectiva y bien aplicada.

FIGURA 5-7: EVALUACIÓN DE LA FACILIDAD PARA ACCEDER A NUEVOS MERCADOS Y CLIENTES



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES) Chile, 2015.

Infraestructura Comercial y Profesional

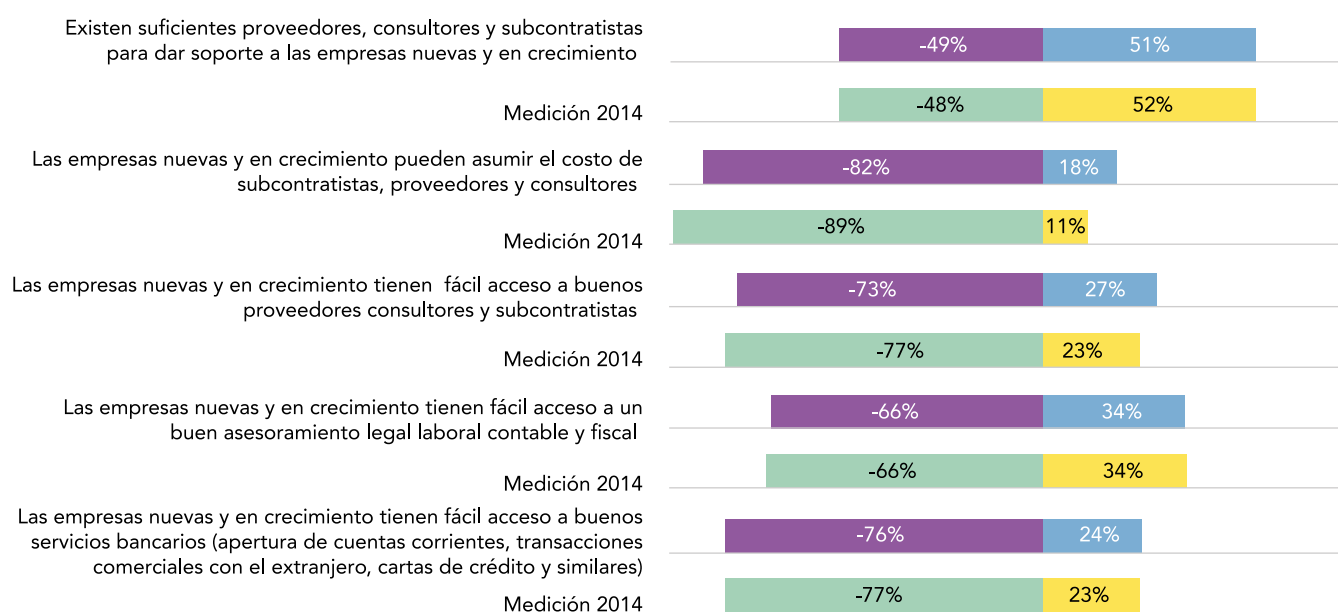
Nivel: -0,64

Para el ciclo 2015, la evaluación de esta dimensión fue más negativa que en el ciclo anterior, con una variación del -0,04. La variable peor evaluada es aquella que plantea la posibilidad de que las nuevas empresas y en crecimiento sean capaces de absorber los costos de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores. Frente a esta opción un 89% se manifestó en desacuerdo, cifra similar a la del año pasado. Solo el 23,4% cree que finalmente estas empresas pueden fácilmente acceder a nuevos proveedores, consultores y subcontratistas.

El 51,6% de los expertos piensa que existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y a aquellas empresas que están en crecimiento. Este apoyo profesional resulta trascendente a la hora de dar recomendaciones y consejos a los emprendedores, ya que ellos poseen conocimientos del mercado y sobre cómo debe realizarse la gestión del negocio.

Otra variable que presentó una leve disminución respecto del período anterior fue la percepción acerca de si las empresas nuevas y en crecimiento pueden fácilmente acceder a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal. Al respecto, el 2014 un 37,2% consideraba ello posible, mientras que este año solo un 33,9% piensa lo mismo. Esto se refleja en que los expertos, con un 77,3%, creen que las nuevas empresas tienen dificultades a la hora de abrir cuentas corrientes y realizar transacciones en el extranjero, entre otros trámites.

FIGURA 5-8: EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES) Chile, 2015.

Políticas de Gobierno

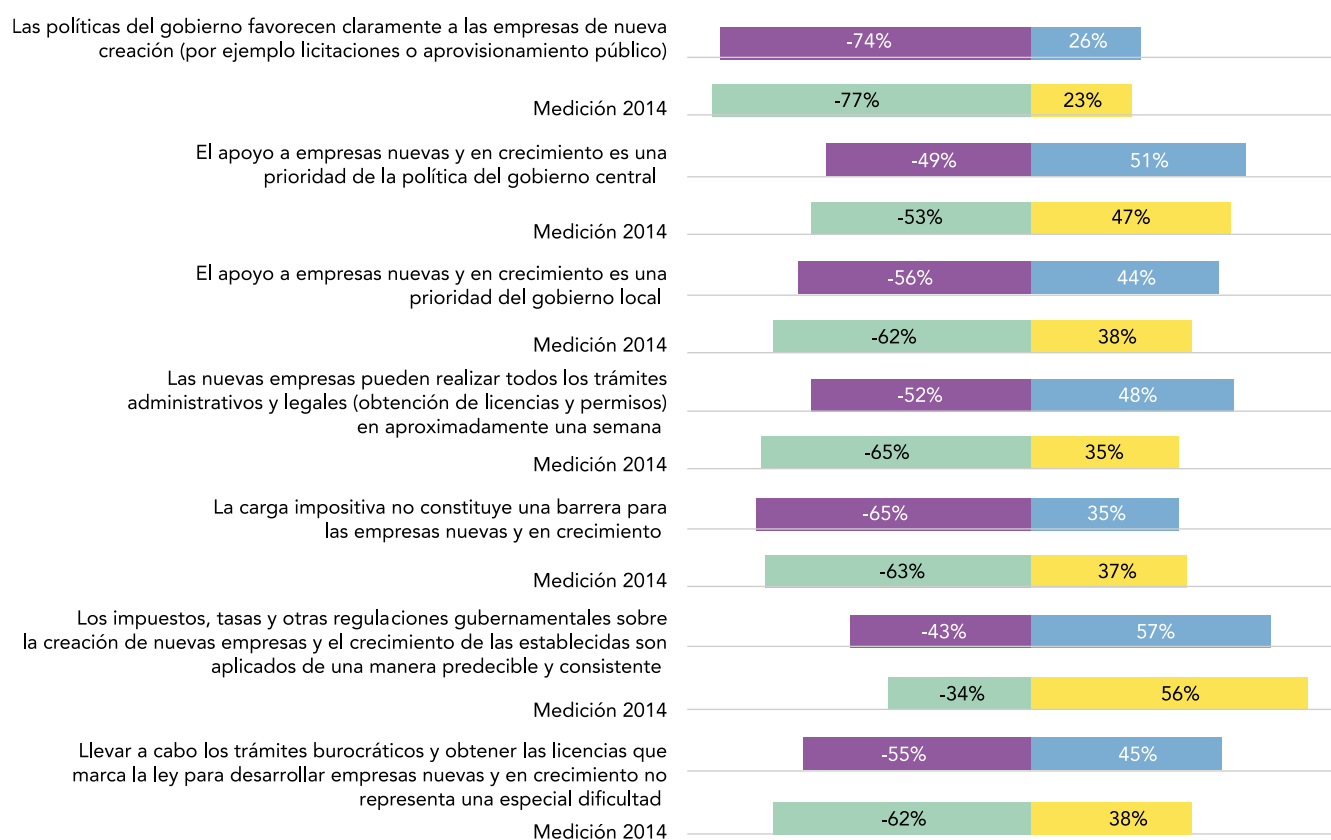
Nivel: -0,27

Para este ciclo, a pesar de que el indicador es negativo, se observa una mejora en 0,03 puntos. Es decir, la percepción de los expertos ha mejorado en gran medida en relación a los estímulos dados por las políticas de gobierno para fomentar el emprendimiento. A pesar de esto, continúa siendo la variable peor evaluada según los expertos (74%) aquella que plantea que las políticas de gobierno favorecen a las nuevas empresas en lo que tiene relación con licitaciones y compras públicas.

Todas las variables evaluadas subieron sus porcentajes de aprobación, salvo una dimensión que este año se captura en dos variables, y que tiene relación con la política tributaria.

Para las empresas nuevas y en crecimiento, uno de los temas más relevantes a la hora de emprender es la carga impositiva. Un 65% de los encuestados cree que es una barrera a la hora de tomar la decisión de emprender o continuar con el negocio. Sumado a lo anterior, el 43% de los encuestados considera que los impuestos y otras regulaciones existentes sobre la creación de empresas nuevas no son predecibles ni consistentes. Este porcentaje representa el nivel de incertidumbre asociado a la estabilidad de las políticas imperantes y desalienta la creación de nuevos negocios.

FIGURA 5-9 EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES) Chile, 2015.

Programas de Gobierno

Nivel: 0,05

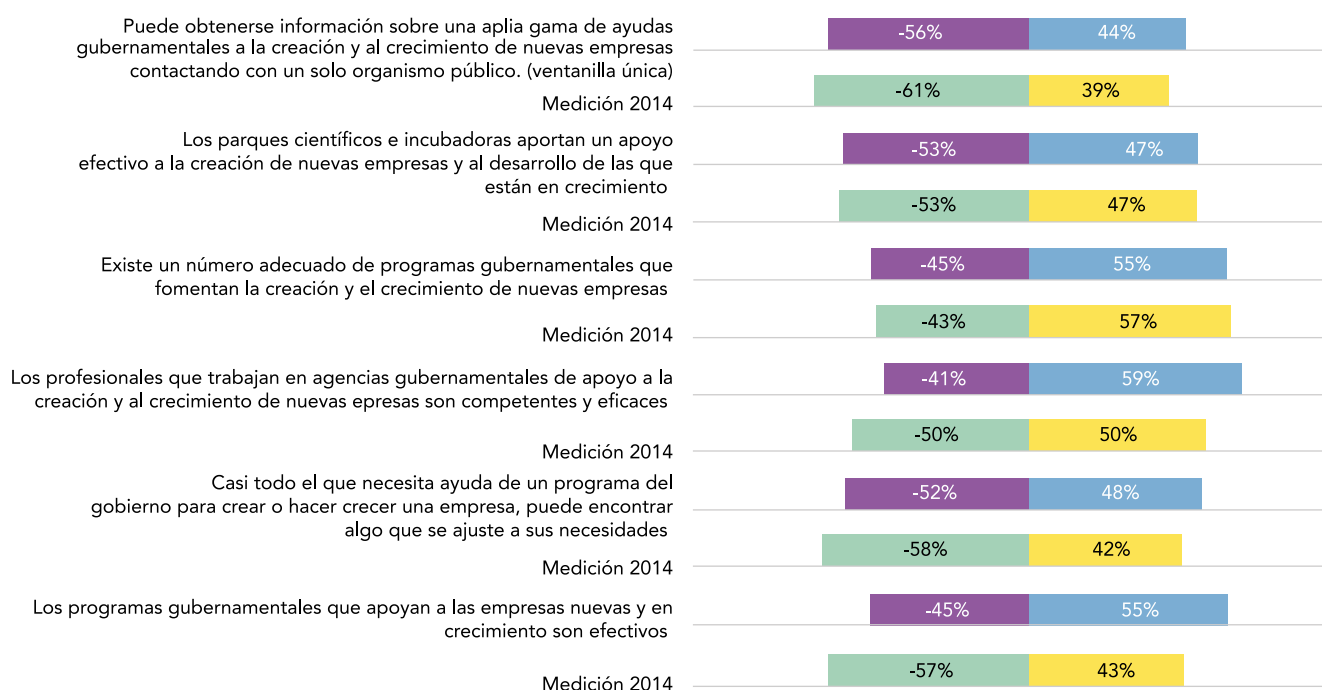
La evaluación de esta dimensión varió sustancialmente respecto al período anterior, a pesar de que continúa teniendo una valoración negativa.

De acuerdo a lo observado en la Figura 5-10, un 56% de los expertos considera que es difícil obtener información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales relativas a la creación y crecimiento de nuevas empresas contactando solo un organismo público. En contraste, un 55% cree que los programas de gobiernos son efectivos.

Hay una percepción positiva en cuanto al nivel profesional de las personas que laboran dentro de esos programas, habiendo una opinión dividida respecto de la competencia y eficacia de los funcionarios que trabajan en las agencias gubernamentales, es así como un 41% estima que no cumplen esas características, mientras que un 59% considera que sí tienen esas cualidades.

Solo el 47% de los encuestados, cifra muy similar al ciclo anterior, está de acuerdo con que los parques tecnológicos e incubadoras de negocios implican un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y a las empresas que se encuentran en crecimiento.

FIGURA 5-10: EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES) Chile, 2015.

Normas Sociales y Culturales

Nivel: 0,04

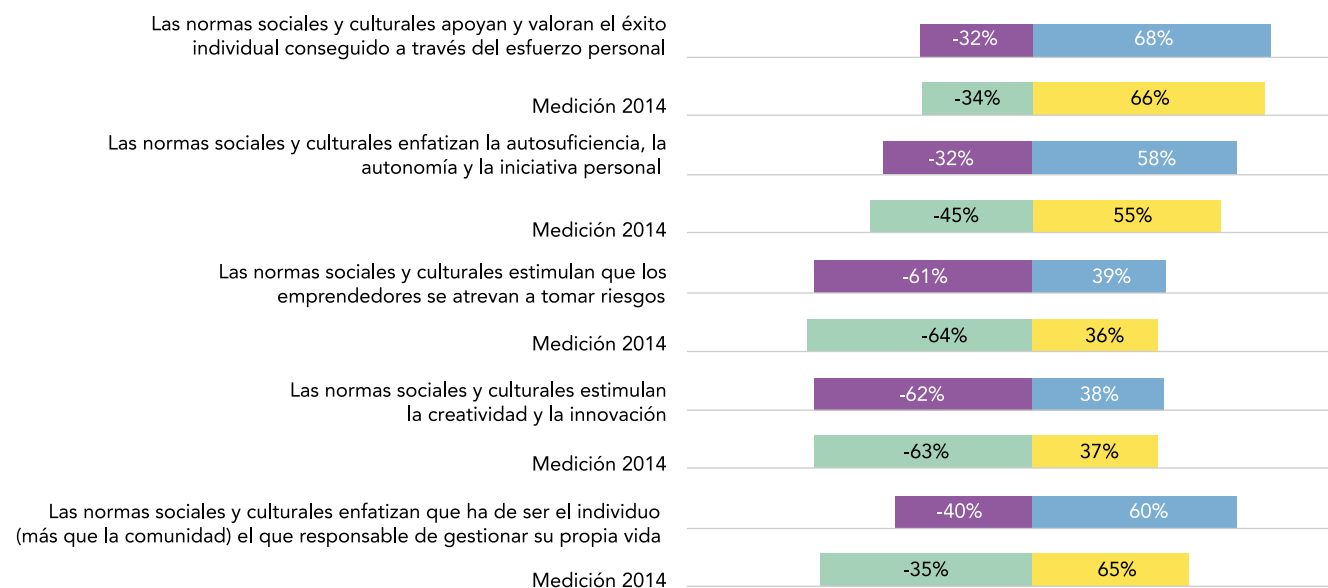
El contexto socio-cultural en Chile tuvo una percepción positiva para este ciclo, al igual que el año anterior, y con un nivel levemente superior de aprobación.

Se mantiene la percepción positiva respecto de que la cultura nacional apoya y valora el éxito individual conseguido a través del éxito personal (68%). Asimismo, un 58% estima que las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal.

Como podemos observar en la Figura 5-11, solo el 35% de los encuestados está en desacuerdo en que la cultura nacional enfatiza que debe ser el individuo y no la comunidad, el responsable de gestionar su propia vida. Por lo que el interés en la comunidad es relevante para los individuos, contexto que promueve la creación de emprendimientos sociales.

En cuanto a la toma de riesgos, el 39% está de acuerdo en que la cultura nacional estimula a que los emprendedores tomen riesgos. Por lo visto, estamos frente a una cultura más conservadora en cuanto a la toma de riesgos.

FIGURA 5-11: EVALUACIÓN DE LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES PROCLIVES AL EMPRENDIMIENTO



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES) Chile, 2015

Infraestructura Física

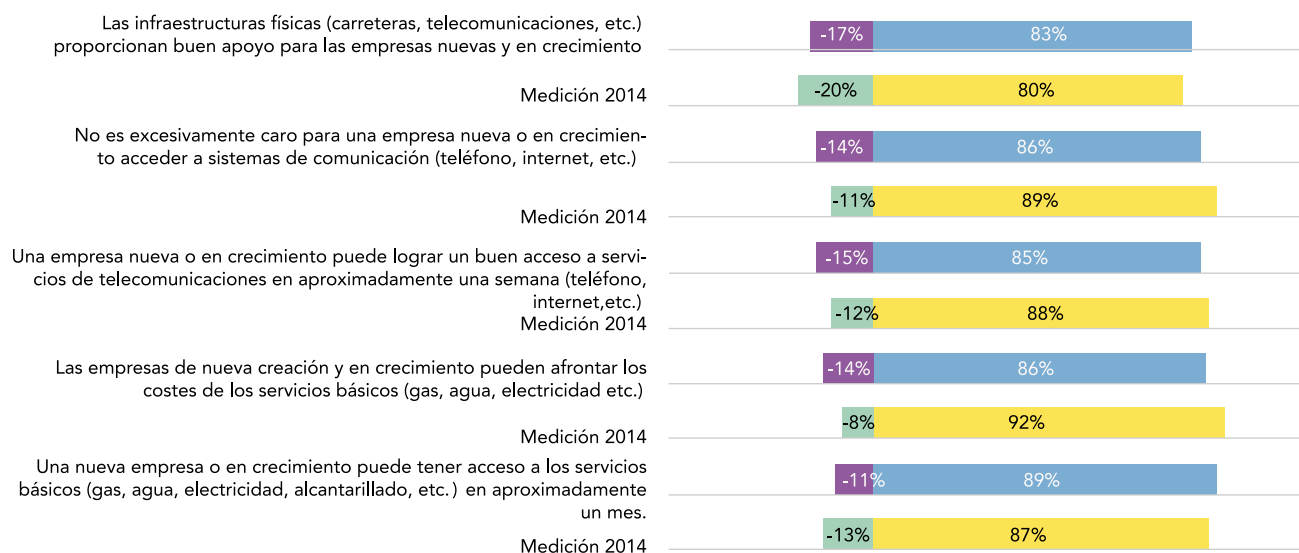
Nivel: 1,15

Esta dimensión mide cuán fácil es para el emprendedor acceder a carreteras, comunicaciones, servicios básicos como agua, gas, teléfono, internet, entre otros.

En general es una dimensión que está evaluada positivamente, como podemos apreciar para este ciclo. Presenta un aumento respecto de la medición anterior, principalmente en el acceso y apoyo que tienen las empresas nuevas y en crecimiento a los servicios básicos (89%) y a la infraestructura física (83%), respectivamente.

Aunque presentan resultados positivos, este año disminuyeron las tres dimensiones asociadas a los costos de uso de los servicios básicos y de comunicaciones, por parte de las empresas. Esta situación se puede observar en la Figura 5-12.

FIGURA 5-12: EVALUACIÓN DE ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA PARA LOS NEGOCIOS



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES) Chile, 2015.



6. REFERENCIAS

Acs, Z. J. & J. E., Amorós (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305–322.

Álvarez, C., Urbano, D. and Amorós, J.E. (2014) “The GEM Research: Achievements and Challenges”. *Small Business Economics*, 42(3):445-465

Amorós, J.E. & N. Bosma (2014). *Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Univesriti Tun Abdul Razak and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association

Amorós, J.E., M. Guerra, O. Pizarro & C. Poblete (2011) *Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2010-2011*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad del Desarrollo.

Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.

Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98, 893–919.

Bosma, N.S. & J. Levie (2010). Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.

Bosma, N.S., K. Jones, E. Autio, & J. Levie (2008). Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report. London: Global Entrepreneurship Research Association.

Bosma, N. (2013). "The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurial Research". *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248.

Drexler, M. and J. E. Amorós (2015). "Guest post: how Chile and Colombia eluded the entrepreneur trap". *Financial Times*, January 8th. On line: <http://blogs.ft.com/beyond-brics/2015/01/08guest-post-how-chile-and-colombia-eluded-the-entrepreneur-trap/>

Kelley, D. , Singer, S. & M. Herrington. (2016) GEM 2015/16 Global Report. Babson Park, MA, US.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Univesriti Tun Abdul Razak; Monterrey, México: Tecnológico de Monterrey and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.

Klyver, K., & Thornton, P. H. (2010). The cultural embeddedness of entrepreneurial self-efficacy and intentions: A cross-national comparison. *Academy of Management*, Montreal, August.

Kwon, S. W., & Arenius, P. (2010). Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.

Levie, J. and E. Autio (2008). "A theoretical grounding and test of GEM model". *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.

Porter, M.E., J.J. Sachs & J. McArthur (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In *The Global Competitiveness Report 2001–2002*, edited by M.E. Porter, J.J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16–25. New York, NY: Oxford University Press.

Reynolds, P., M. Hayand and S.M. Camp (1999). Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.

Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, n., Servais, I., Lopez-Garcia, P. & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.

Schumpeter, J. A. (1912, reedit. 1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.

Shane, S. & S. Venkataraman (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.

Singer, S., Amorós, J.E. and Moska, D (2015). *Global Entrepreneurship Monitor. 2014 Global Report*.

Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Universiti Tun Abdul Razak; Monterrey, México: Tecnológico de Monterrey and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.

Stam, E., N. Bosma, A. Van Witteloostuijn, J. De Jong, S. Bogaert, N. Edwards & F. Jaspers (2012). *Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy*, AWT report, 41. The Hague: AWT.

Wennekers, S., A. Van Stel, M. Carree & A.R. Thurik (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 6(3): 167-237.

Wong, P. K. & P. Ho & E. Autio (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM Data. *Small Business Economics*, 24 (3): 335-50.



7. FICHA METODOLÓGICA

7.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA

Tipo de Estudio	Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara
Universo	Población chilena, adulta y mayor de 18 años
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2012 INE
Total Muestral	6.231 casos del año
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio 2015
Encuestador	Questio Estudios de Mercado y Opinión

7.2 ENCUESTA A EXPERTOS

Tipo de Estudio	Encuesta auto-administrada
Muestra	318 expertos de 7 regiones del país más la medición a nivel nacional
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio 2015
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile

7.3 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS EXPERTOS SEGÚN ESPECIALIDAD

Porcentaje	Especialidad
9,1%	Apoyo Financiero
10,7%	Políticas Gubernamentales
10,7%	Programas de Gobierno
13,9%	Educación para el Emprendimiento
10,1%	Transferencia de I+D
10,7%	Infraestructura Comercial y Profesional
14,2%	Apertura del Mercado Interno
7,9%	Infraestructura Física
12,6%	Normas Sociales y Culturales

7.4 EXPERTOS CONSULTADOS

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

Adrián Vidaurre

Aida Acosta Morales
 Alan Farcas
 Alberto Belmar Badillo
 Alberto Ergas Rennert
 Alberto Martínez Quezada
 Alberto Rojas Castro
 Aldo Barreto Sanguinetti
 Alejandrina Luarte
 Alejandro Álvarez Marín
 Alejandro Fernández Echeverría
 Alejandro Osvaldo Rubilar
 Allan Muñoz Kuhn
 Álvaro Acevedo
 Álvaro Portugal
 Amilcar Morales
 Ana María Correa
 Ana María Ponce Cereceda

Andrea Sanz Raab

Andrés Álvarez Cortés

Andrés Felmer Caucao

Andrés Ulloa

Antonio Lecuna Bueno

Ariel Merino

Arlette Ibarra Valenzuela

Bernardo Guerrero Jiménez

Bernardo Soto Toro

Blanca Villalobos

Boyd Cohen

Breezy Vallejos

Camilo Araya Pizarro

Camilo Venturelli

Carlos Albornoz

Carlos Favot Valdebenito

Carlos Millar Ettori

Carlos Poblete

Carlos Varas Madrid

Carmen Angélica Greco

Carmen Gloria Gorioitía

Carolina Castillo Pinto

Carolina García Maturana

Carolina Sanhueza

Catalina Gutiérrez Moya

Catalina Misleh

Claudia Carrasco Sagredo

Claudia del Carmen Becerra

Claudina Uribe

Claudio Angelo Bruzzzone Brock

Claudio Barahona

Claudio Covacevich

Claudio Inzunza Villena

Claudio Soler Álvarez

Claudio Venegas Gajardo

Constanza Casanova Luna

Constanza Lengerich Ulloa
Cristián Campomanes
Cristián Celedón Gamboa
Cristián Eduardo Salas Sanhueza
Cristián Herrera Villena
Cristián Larroulet
Cristián Morales Letzkus
Cristián Oyanedel Catalán
Cristián Roberto Romero
Cristian Silva Madrazo
Cristóbal de Solminihac
Cristóbal Philippi
Cristóbal Undurraga

Daniela Jacob Villar

Danko Ravlic Torres
Dante Casagrande
David Pasten Carrasco
Diego Pizarro Sánchez
Diego Stevens Ibáñez
Douglas Thomas Ives

Eduardo Jeria Castro

Eitan Fried
Eleazar Jaramillo Aburto
Elías Tefarikis Urquieta
Emilio Armstrong Soto
Emilio Becker
Emilio Espina Briceño
Emilio Ricci
Eric Forcael
Erwin Reyes
Estela Drake Mendoza
Esther Croudo
Evelyn Sepúlveda Flores

Federico Iriberry

Felipe Cortés Bravo
Felipe del Sol
Felipe Sepúlveda Hernaez
Felipe Torres Benoni

Fernán Ibáñez Alvarellos
Fernanda Vicente
Fernando Contreras Jara
Fernando Larraín Aninat
Fernando Romero Mejia
Fernando Rosales
Fernando Vicencio Bazaes
Fernando Zurita
Francisco Huenchumilla
Francisco Inostroza Cáceres
Francisco Isla Montoya
Francisco Rodríguez
Franco Demaria Torres

Gabriel Humire Jiron

Gabriela Gómez Peralta
Georgina Kong Medero
Geraldo Jusakos Lazo
Gerardo Lagos Wiesenfeld
Germán Eche copar
Gloria Joya García
Gonzalo del Río Reyes
Gonzalo Flores Muñoz
Gonzalo Ibáñez Zambra
Gonzalo Yun
Gonzalo Zavala Riffo
Gustavo Dougherty Urrutia
Gustavo Dubo Galleguillos
Gustavo Orrego

Hardy Omar Chávez Velásquez

Héctor Jorquera
Héctor Muñoz Hernández
Héctor René Anabalon Chacana
Héctor Varas Meza
Hernán Cheyre
Hugo Andrés Masana
Hugo Benedetti
Hugo Palominos
Hugo Rocha Cáceres

Hugo Rojas Sánchez
Hugo Villarroel
Humberto Marcelo Burgos

Ian Paul Macpherson

Ingrid Slomp
Ingrid Von Baer
Inti Núñez Ursic
Isabel Cristina Brito Aguirre
Iván Valenzuela Díaz
Iván Vera Pinto

Jaime Arnaiz Ardiles

Jaime González
Jaime Soto Zura
Jaime Tolosa Leiva
Jaime Villagrán Cabezas
Jaime Villarroel Valdera
Javier Antonio Barros Muñoz
Javier Ignacio Hasbún
Javier Mellado Saez
Jeanne Simon
Jenny Zepeda Domínguez
Joan Manuel Gatica Navarrete
Joaquín Lavín Infante
Jorge Díaz Monsalves
Jorge Enrique Díaz Araya
Jorge Fredes Saleme
Jorge Santana
José Andrés Sepúlveda
José Fernández
José Manuel Correa
José Maripán Ocaranza
José Rehbein
José Tomás Arenas Cavalli
Joshua Langenegger Carrizo
Juan Carlos Aldunes Fuentes
Juan Graffigna Bordigoni
Juan Ignacio Zamorano Suárez

Juan Luis Godoy Agüero

Juan Luza

Juan Pablo Orellana Piñeiro

Juan Rodríguez Silva

Juan Yamil Sandoval Nehme

Juan Fernández Castro

Julio Enrique Pérez

Karen Vargas Santander

Karla Fernandini Vargas

Kenneth Arthur Gent Franch

Leik Caro Berenguer

Leonardo Mena Coronel

Leonardo Meyer

Leonardo Pastén Silva

Leslie Bridshaw Araya

Leslyer Huecho Huenchullan

Lilian Andrea Catalán Lobos

Lorena Cortés Mac-Evoy

Loreto Morales Acevedo

Luis Guerrero Araya

Luis Guzmán Guerrero

Manfred Schwerter Frez

Manuel Andrés Aranda Muñoz

Manuel Hidalgo Zambrano

Manuel Pino León

Manuel Schneider

Marcela Sepúlveda

Marcelo Andrés Chacana Ojeda

Marcelo Guitál

Marcelo Paez

Marcelo Soto

Marcelo Ubilla Rebolledo

Marcelo Zepeda Montalva

Marco Chandía Bascuñán

Marco León

Marco Morales Vargas

Marcos Vera Montecinos

Margaret Lorena Lengerich Ulloa

María Antonieta Allamand

María Blest Pardo

María Bustos Sanchez

María Carla Arellano Garrido

María Elizabeth Brand Deisler

María Emilia Correa

María Inés Zamora

María Loreto Jiménez Araya

María Paz Belmar

María Soledad Etchebarne

María Teresa Sánchez Catalán

Marianela Llanos Ortiz

Mariano Pola

Maricarmen Torres Fuentealba

Mario Fernando Montecinos

Maritza Gómez Opazo

Matías Acevedo

Matías Ríos

Mauricio Castillo-Vergara

Mauricio Silva Malig

Mauricio Svriz Viale

Mauricio Vega López

Michael Yorston Prescott

Miguel Angel Navarrete

Miguel Ángel Quezada

Miguel Rubilar Rubilar

Milena Mollo

Miriam Carolina Catalán Osorio

Natalia Ca

Nelson Rojas Velis

Nicolás Mora Vizcarra

Olga Pizarro Stiepovich

Omar Morales Márquez

Oscar Bruna Gallardo

Pablo Herrera Hernández

Pablo Muñoz

Pablo San Martín Mosqueira

Pablo Vásquez

Paloma Grob Lea-Plaza

Pamela Chavez Crooker

Pamela Liz Garrido Cisternas

Pamela Zarate Arqueros

Paola Matis

Paola Vásquez Romero

Patricio Herrera González

Patricio Pizarro

Patricio Rodríguez

Patricio Rojas Abalos

Patricio Vega Rojas

Paula Tejeda

Paulina Gálvez Ávalos

Paulina Lineros

Paulo Olivier

Paz Osorio

Pedro Alarcón Bustos

Pedro Hepp

Pelayo Covarrubias

Pilar Majmud

Rafael Quezada Gaete

Raúl Novoa Galán

Rene Fredes

Ricardo Álvarez Álvarez

Ricardo González Millán

Roberta Lama Bedwell

Roberto Bravo Denegri

Roberto Galleguillos Hernández

Roberto Opazo

Roberto Rubilar Vega

Roberto Varas

Rodrigo Alonso Valenzuela

Rodrigo Arredondo Cortés

Rodrigo Carillo

Rodrigo Chávez

Rodrigo Donoso

Rodrigo González Etcheverry

Rodrigo Javier Reyes González

Rodrigo Madrid Recabarren

Rodrigo Molina

Rodrigo Romero

Rodrigo Sánchez Giraldez

Rodrigo Vergara

Rolando Saavedra Castro

Rosemarie Junge

Sandra Elizabeth Salfate Jofre

Sandra Paola Díaz Ortega

Santiago Echeverría

Sayonara Pacheco Ovando

Sebastián Cortés Osorio

Sebastián Herceg

Sebastián Melin

Sebastián Monckeberg

Sergio Cabezas Ferrari

Sergio González Carvajal

Steve Baeza Abadie

Susan Díaz Riquelme

Talia Haim

Tania Fuentes

Tomás Flores Jaña

Víctor A. Fernández Ávila

Valeska Campos

Verónica Larrañaga Ruiz

Verónica Sáez

Vicente A. Hernández

Víctor Devia García

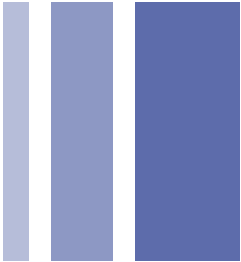
Víctor Hugo Villagrán Moore

Víctor Valenzuela Milla

Werner Kristjanpoller Rodríguez

Yorka Uribe Díaz





8. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE

Actualmente, el proyecto GEM Chile es desarrollado por el Instituto de Emprendimiento de la Universidad del Desarrollo.

<http://www.gemchile.cl/>

Contacto: Adriana Abarca Montero

Coordinadora GEM Chile

aabarca@udd.cl

Tel: (562) 2 32 79 801

8.1 EQUIPO GEM CHILE

Desde el año 2007 en adelante, el proyecto GEM Chile ha incorporado una perspectiva regional generando alianzas con prestigiosas instituciones. A continuación se presentan los equipos regionales, y sus respectivos investigadores, que participaron en el ciclo 2015.

Región	Institución	Equipo
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Mariela Llanos Mauricio Vega Hugo Rodríguez Alberto Martínez Evadil Ayala
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romani Miguel Atienza
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Karla Soria Guillermo Honores
Región de Valparaíso	Universidad Técnico Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Paulina Santander Astorga Diego Yáñez Martínez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca
Región del Maule	INACAP	Luz María Verdugo Jiménez Christian Bacciarini González Francisca Gómez Gajardo
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza Claudia Yáñez
	Universidad Técnico Federico Santa María, Sede Concepción	Patricio Rojas
	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	Claudina Uribe Paulina Sanhueza Valeska Geldres Víctor Valenzuela
Región de Los Lagos	INACAP	Luz María Verdugo Jiménez Christian Bacciarini González Francisca Gómez Gajardo







9. COLABORADOR

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:
Universidad del Desarrollo

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

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

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

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

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

Más información en: www.udd.cl









10. PATROCINADORES

SOFOFA INNOVA

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

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

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

Más información en: www.sofofainnova.cl



CORFO

La Corporación de Fomento de la Producción, Corfo, es un organismo ejecutor de las políticas gubernamentales en el ámbito del emprendimiento y la innovación, a través de herramientas e instrumentos compatibles con los lineamientos centrales de una economía social de mercado, creando las condiciones para lograr construir una sociedad de oportunidades. Su trabajo se desarrolla en el marco de la política de innovación impulsada por el Gobierno del Presidente Sebastián Piñera.

Visión:

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

Misión:

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

Más información en: www.corfo.cl



