

Global Entrepreneurship Monitor



Reporte Regional

Maule 2015

CHRISTIAN BACCIARINI GONZÁLEZ
FRANCISCA GÓMEZ GAJARDO, PHD



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
Reporte Regional Maule 2015

Primera Edición

Universidad Tecnológica de Chile INACAP
Vicerrectoría de Innovación y Postgrado
Santiago – Chile

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). El Global Entrepreneurship Monitor 2015 Global Report y los micrositios 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 GEM Chile suministran una lista actualizada del creciente número de artículos científicos que se basan en datos del GEM.

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

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

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	03
RESUMEN EJECUTIVO	04
1. INTRODUCCIÓN	05
1.1. Acerca del GEM	05
1.2. Marco conceptual del GEM	06
1.3. Los componentes revisados del marco conceptual del GEM	09
1.4. Metodología del GEM	11
1.5. Principales indicadores del GEM	12
1.6. Sobre este reporte	13
2. VALORES SOCIALES HACIA EL EMPRENDIMIENTO Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES	14
2.1. Comparativa regional	14
2.2. Actividades emprendedoras	15
Motivaciones emprendedoras	17
Distribución por sectores	18
Edad y género	20
Nivel educacional	20
Nivel de ingresos	22
Descontinuación de los negocios	23
2.3. Aspiraciones emprendedoras	23
Expectativas de alto crecimiento	23
Orientación a la innovación	24
Utilización de nuevas tecnologías	26
Potencial de expansión de mercado	26
3. CONSIDERACIONES FINALES	28
4. REFERENCIAS	29
5. FICHA METODOLÓGICA	32
5.1. Encuesta a población adulta	32
6. ACERCA DE LOS AUTORES	33
7. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE	34
7.1. Equipo GEM Chile	34
8. COLABORADORES	35
9. PATROCINADORES	36

TABLAS

Tabla 1.1	El contexto social, cultural, político y económico y las fases de desarrollo económico.....	10
Tabla 2.1	Indicadores de actitud hacia el emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas).....	15
Tabla 2.2	Factores de influencia en la percepción de los encuestados según etapa del emprendimiento.....	16
Tabla 2.3	Actividad emprendedora según fase del proceso emprendedor.....	18

FIGURAS

Figura 1.1	Modelo convencional de crecimiento económico nacional.....	06
Figura 1.2	Modelo de procesos emprendedores que afectan el crecimiento económico nacional.....	07
Figura 1.3	El modelo del GEM hasta 2014.....	07
Figura 1.4	El marco conceptual revisado del GEM 2014-2015.....	08
Figura 1.5	El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.....	12
Figura 2.1	Actitudes hacia el emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas).....	16
Figura 2.2	Actividad emprendedora en etapas iniciales en las regiones participantes en Chile, en 2015.....	17
Figura 2.3	Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales.....	19
Figura 2.4	Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales.....	19
Figura 2.5	Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales y establecidas.....	19
Figura 2.6	Emprendimientos en etapas iniciales, según grupo de edad.....	20
Figura 2.7	Emprendimientos establecidos, según grupo de edad.....	20
Figura 2.8	Emprendimientos en etapas iniciales y establecidas, según género.....	21
Figura 2.9	Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora.....	21
Figura 2.10	Actividad emprendedora, según ingreso familiar.....	22
Figura 2.11	Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento.....	23
Figura 2.12	Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores, según etapa de emprendimiento.....	24
Figura 2.13	Novedad de los productos o servicios ofrecidos.....	25
Figura 2.14	Intensidad de la competencia esperada.....	25
Figura 2.15	Uso de nuevas tecnologías o procesos.....	26
Figura 2.16	Expectativa de expansión de mercado.....	27
Figura 2.17	Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales, según orientación a mercados internacionales.....	27

Presentación

Este año el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) cumple su 17° aniversario, convirtiéndose en el principal y más extenso proyecto de medición de la dinámica emprendedora aplicado en más de 100 países en el mundo, posicionándose como un recurso confiable para las principales organizaciones internacionales como las Naciones Unidas, Foro Económico Mundial, el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Desde sus inicios, en el año 1999, el proyecto ha sido liderado por Babson College (USA), sumándose posteriormente como asociados la Universidad del Desarrollo (Chile), Universiti Tun Abdul Razak (Malasia), Tecnológico de Monterrey (México), International Development Research Centre (Canadá) y el International Council for Small Business (EE.UU.).

Chile se unió al proyecto GEM el año 2002, realizando desde entonces mediciones a nivel nacional sobre el desarrollo del emprendimiento en el país, y permitiendo con ello hacer estudios y contrastar sus resultados con los de las políticas públicas orientadas a promoverlo.

Desde el año 2007 el equipo GEM Chile, liderado por la Universidad del Desarrollo, ha invitado e incentivado a otras universidades regionales para realizar estudios locales que provean información relevante a fin de comprender de mejor manera los ecosistemas regionales de innovación y emprendimiento. Este trabajo colaborativo ha ayudado a orientar a los responsables del diseño de las políticas públicas a focalizar aquellos aspectos que requieren mayor atención desde el punto de vista regional. Con más de una década de mediciones, y dado su alcance, el GEM se ha constituido en un referente en Chile, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más grandes del país.

Con mucho orgullo, el año 2015 la Universidad Tecnológica de Chile INACAP se incorporó al equipo GEM Chile, sumando su participación en las regiones del Maule y de Los Lagos, aumentando con ello la cobertura a nueve regiones del país. Como Institución buscamos ser un aporte al conocimiento y al debate en torno al emprendimiento y la innovación, lo que permitirá apoyar el diseño de políticas, estrategias y actividades que fomenten esta actividad y promuevan un desarrollo regional equitativo.

Queremos agradecer a GEM Chile, y en especial a la Universidad del Desarrollo, por la invitación a participar en este proyecto, que junto a las universidades asociadas a nivel regional: Universidad Arturo Prat, Universidad Católica del Norte, Universidad Técnica Federico Santa María, Universidad Católica de la Santísima Concepción, y Universidad de la Frontera, nos permite ser parte de uno de los grupos de investigación más extensos y activos en torno al fenómeno del emprendimiento en Chile.

A su vez agradecemos a los cerca de mil encuestados en la región que, de forma anónima, proveen la información que constituye el pilar fundamental de esta investigación, así como a los expertos que fueron entrevistados. Finalmente reconocemos el aporte que cada uno de los emprendedores de la Región del Maule realiza al desarrollo económico y social de Chile.

Esperamos sinceramente que este reporte permita avanzar en el desarrollo de las regiones y del país.

André Beaujanot Quintana

Vicerrector de Innovación y Postgrado
Universidad Tecnológica de Chile INACAP

Resumen ejecutivo

En el año 2015, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) completó su decimoséptimo ciclo anual, lo que le ha posicionado como uno de los proyectos académicos sobre emprendimiento más importantes a nivel nacional e internacional. El GEM genera información relevante, al proporcionar medidas acerca de las actitudes, actividades y características de los individuos partícipes en las diferentes fases que conlleva emprender. De igual manera, son analizadas las aspiraciones que estos emprendedores tienen respecto a sus negocios, así como otros factores clave de sus proyectos. Durante el año 2015, fueron encuestados más de 206 mil individuos alrededor del mundo, y 3.936 expertos en emprendimiento participaron en el estudio que cubre más de 73 países de todos los continentes y prácticamente todas las regiones del mundo. Dicha muestra representa un 72,4% de la población mundial y un 90% del PIB mundial, incluyendo una amplia gama de niveles de desarrollo.

El GEM, en Chile, durante el ciclo 2015, ha utilizado como muestra a 6.212 personas mayores de 18 años a través de un muestreo a nivel nacional, más muestras adicionales de las regiones de Tarapacá, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Maule, Biobío, La Araucanía, Los Lagos y Región Metropolitana.

Características individuales y valoración social del emprendimiento

- Un 48% de la población mayor a 18 años, que vive en la región, señaló que considera que habrá buenas oportunidades de negocios en los próximos seis meses.
- El 60% de ellos considera que tiene los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o una empresa.
- Aun cuando un 33% indica que el miedo al fracaso le im-

pide iniciar un nuevo negocio, el 47% manifestó intención de emprender en los próximos tres años.

- Cerca del 67% de los encuestados indica que los emprendedores exitosos gozan de gran prestigio social y 63% indica que se puede ver, a menudo, noticias sobre nuevos emprendedores que han tenido éxito en sus negocios. Sumado a esto, el 68% considera al emprendimiento como una opción de carrera deseable.

Actividades emprendedoras

- Actualmente, alrededor del 25% de la población adulta de la región, entre 18 y 64 años, se considera un emprendedor en etapas iniciales.
- En relación a los emprendedores establecidos, este valor es de 8%.
- De los emprendedores iniciales, el 15% indicó que su motivación para iniciar un emprendimiento fue el descubrir una oportunidad de negocio, mientras que el 8% lo hizo por necesidad (no tenía otra fuente de empleo).

Aspiraciones emprendedoras

- En la actualidad, el 58% de los emprendedores en etapas iniciales y el 52% de los establecidos declararon tener de una a cinco personas trabajando en sus negocios. A futuro, el 16% de los emprendedores en etapas iniciales aspiran a contratar 20 trabajadores o más.
- En relación a la novedad de sus productos, el 45% de los emprendedores iniciales y el 49% de los establecidos manifestaron que sus productos eran nuevos para todos sus clientes.
- Un 20% de los iniciales y 5% de los establecidos declararon que la tecnología usada en su empresa es muy nueva, es decir, inferior a un año.

1. Introducción

En 2015, el proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM internacional, cumplió 17 años de existencia, mismos en los cuales ha publicado, ininterrumpidamente, reportes anuales sobre el estado del emprendimiento en los más de 100 países que han participado. Durante ese periodo se ha analizado la transversalidad del emprendimiento a través de la generación de diversos indicadores que incluyen desde el inicio de nuevos negocios, hasta temas especiales como el emprendimiento social, educación para el emprendimiento o financiamiento a nuevas empresas. En Chile, con la presente medición, se tienen doce ciclos en los cuales además se han publicado reportes específicos sobre la actividad emprendedora de mujeres en Chile y, a partir del año 2007, se ha analizado la actividad emprendedora en diferentes regiones del país. Así, el GEM Chile se ha consolidado como un proyecto relevante para entender la dinámica emprendedora del país.

1.1. ACERCA DEL GEM

El proyecto GEM ha contribuido a entender la compleja relación entre emprendimiento y desarrollo. Desde los inicios del proyecto, en el año 1997, donde se estudiaron diez países, el GEM ha procurado subsanar la carencia de datos por medio de la recolección de información relevante sobre la dinámica emprendedora. Dado el crecimiento del proyecto, en el año 2004 se conformó la Global Entrepreneurship Research Association (GERA) para servir como órgano de supervisión del GEM. GERA es una organización sin fines de lucro regida por representantes de los equipos nacionales, las dos instituciones fundadoras, Babson College y la London Business School, así como por miembros de las instituciones patrocinadoras del proyecto.

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

1.2. MARCO CONCEPTUAL DEL GEM

Durante los últimos 16 años, el marco conceptual y las definiciones básicas del GEM evolucionaron gradualmente sin comprometer la comparabilidad de la información recopilada, pero brindando mayor claridad para entender las relaciones entre las distintas variables que afectan el emprendimiento. Este proceso fue apoyado por el trabajo de muchos investigadores que, a partir de datos del GEM, contribuyeron a entender mejor el fenómeno del emprendimiento y la creación de nuevas empresas (Álvarez et al., 2014, Bosma, 2013, Levie y Autio, 2008 y Reynolds et al, 2005). La definición de emprendimiento planteada en los primeros reportes del GEM –en el contexto de la comprensión del rol del emprendimiento en el crecimiento económico– fue la siguiente:

“Cualquier intento de nuevo negocio o la creación de empresas, tales como trabajo por cuenta propia, una nueva organización de la empresa, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido”. (Reynolds, P. et al, 1999, p. 3)

De esta definición surgieron tres preguntas que abrieron el camino a la encuesta del GEM (Reynolds, P. et al, 1999, p. 3):

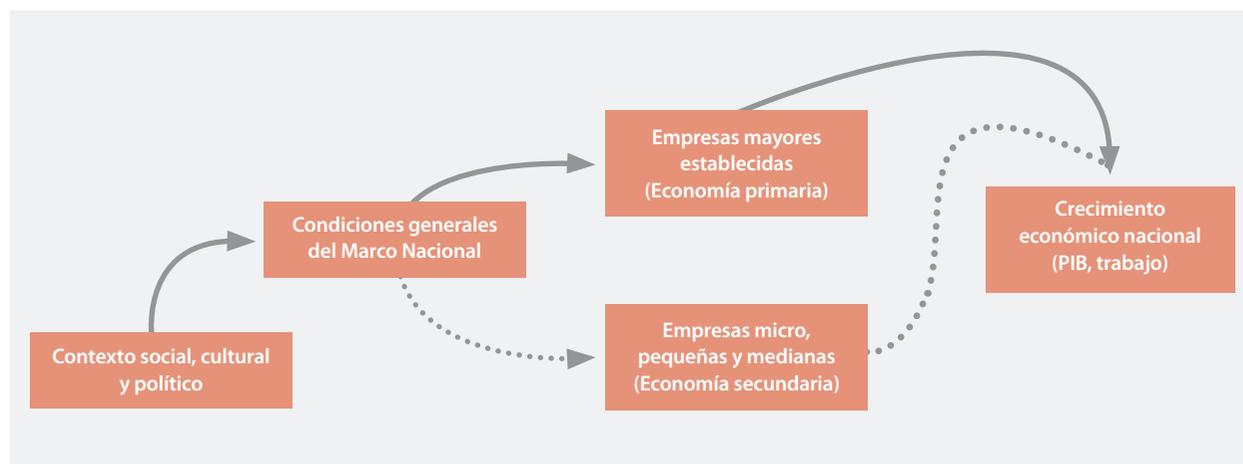
- El nivel de actividad empresarial, ¿varía entre los países? Y, en caso afirmativo, ¿en qué medida?

- El nivel de actividad empresarial, ¿afecta a la tasa de crecimiento económico y la prosperidad de un país?
- ¿Qué hace que en un país la gente emprenda más?

Con el fin de responder a estas preguntas, el GEM debió apartarse del enfoque convencional en el pensamiento sobre el crecimiento económico nacional y desarrollar un nuevo marco conceptual que contrasta con el modelo tradicional de crecimiento económico nacional (Figura 1.1). El marco conceptual (Figura 1.2) de este modelo tiene el supuesto básico de que el crecimiento económico nacional es el resultado de las capacidades personales de los individuos, independientemente de su ubicación (del tamaño de las empresas o si son trabajadores por cuenta propia), para identificar y aprovechar las oportunidades y que este proceso está sucediendo en la interacción con el medio ambiente. El proyecto GEM, con base al análisis de sus resultados anuales, desarrolló en 2008 un marco conceptual que es el que ha estado vigente y se encuentra representado en la Figura 1.3.

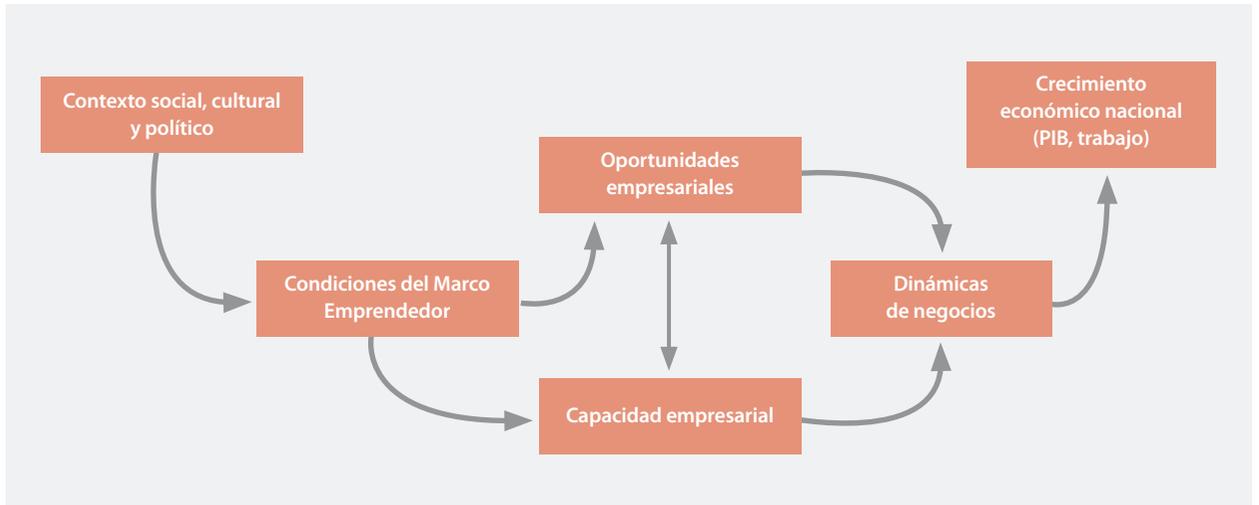
La revisión a fondo de este marco conceptual del GEM implica una “apertura de la caja negra” del emprendimiento, tal como se presenta en la Figura 1.4. Desde el comienzo del proyecto GEM, se asumían implícitamente las relaciones entre las actitudes, aspiraciones y actividades que estaban construidas en el marco conceptual, pero sin explicar la naturaleza de estas relaciones. Ahora se pretende probar las

FIGURA 1.1. MODELO CONVENCIONAL DE CRECIMIENTO ECONÓMICO NACIONAL



Fuente: Reynolds, P. D., Hay, M., Camp, S.M. Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report, p. 9.

FIGURA 1.2. MODELO DE PROCESOS EMPRENDEDORES QUE AFECTAN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO NACIONAL



Fuente: Reynolds, P. D., Hay, M., Camp, S.M. Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report, p. 10.

FIGURA 1.3. EL MODELO DEL GEM HASTA 2014

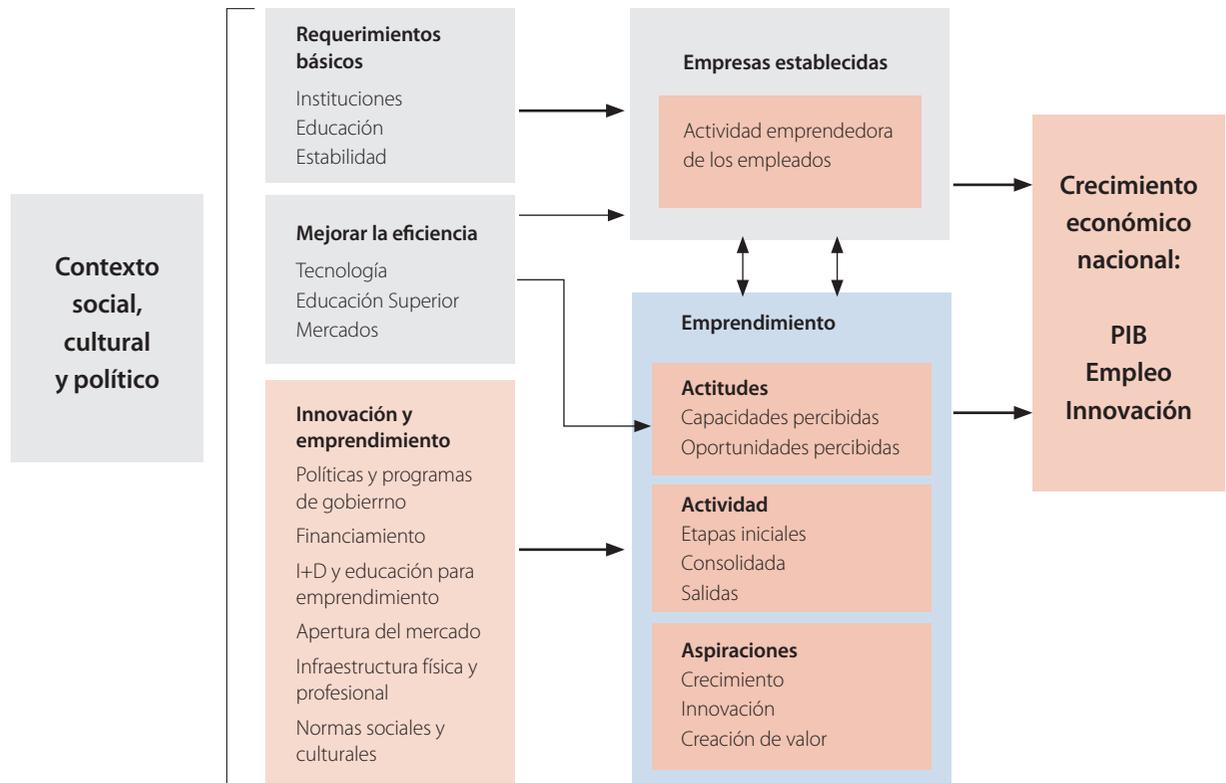
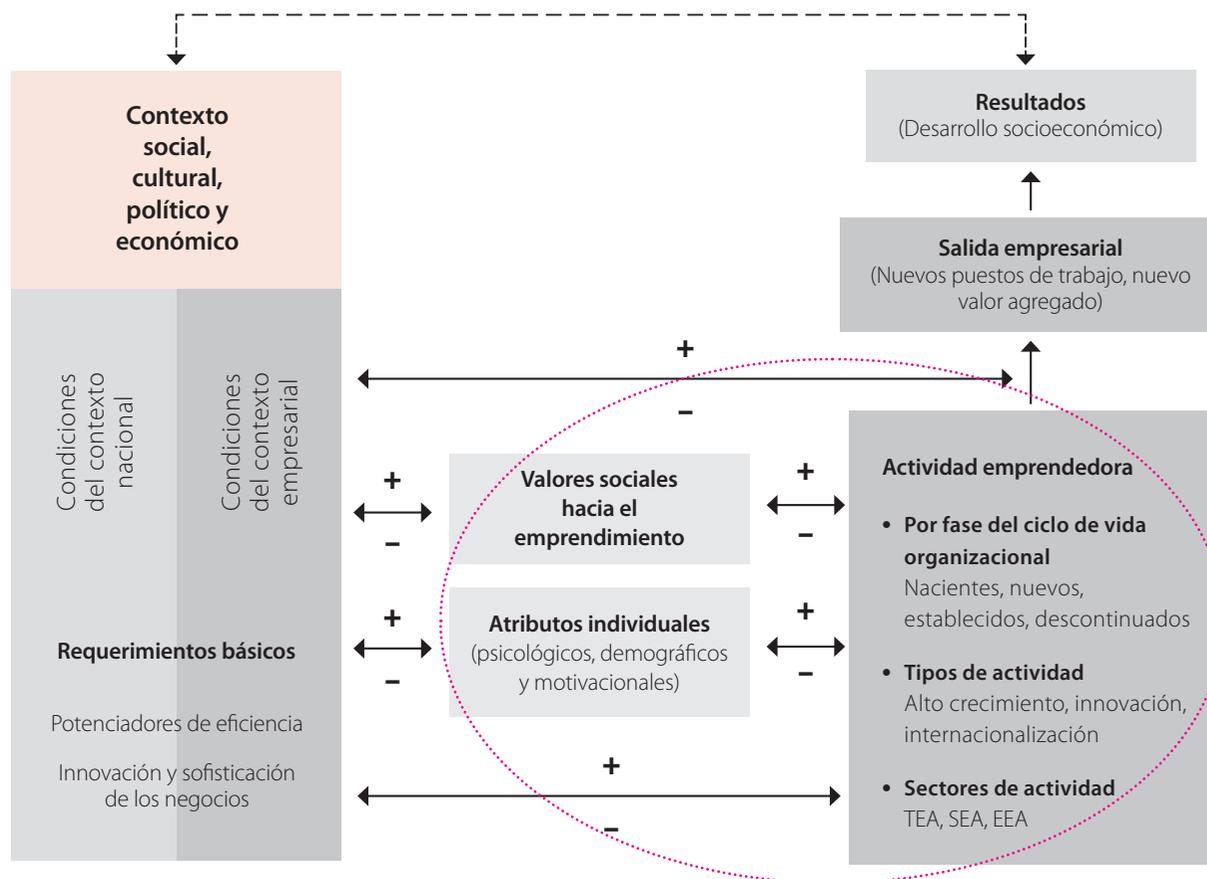


FIGURA 1.4. EL MARCO CONCEPTUAL REVISADO DEL GEM 2014-2015



características de las relaciones supuestas entre los valores sociales, los atributos personales y diversas formas de actividad empresarial:

En este nuevo marco conceptual algunos de los supuestos básicos modificados son:

1. Que la actividad emprendedora no es un acto heroico de un individuo, independientemente del entorno en el que se realiza la actividad.
2. La actividad emprendedora es consecuencia de la interacción entre la percepción de oportunidades que detecta un individuo, la capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre esto y las condiciones distintas del respectivo entorno en el que se encuentra el individuo.

El proyecto GEM ha venido confirmando que el nivel de la actividad emprendedora varía entre países, lo que tam-

bién confirma que se necesita tiempo y coherencia en las intervenciones de política pública con el fin de construir los factores que contribuyen a la actividad emprendedora. Las encuestas del GEM también han confirmado que la actividad emprendedora, en diferentes formas (naciente, consolidada e intraemprendimiento) se correlaciona positivamente con el crecimiento económico, pero que además esta relación es diferente a lo largo de las fases de desarrollo económico (Acs y Amorós, 2008; Van Stel et al., 2005; Wennekers et al, 2010). Asimismo, las condiciones del contexto sociopolítico y económico (condiciones marco empresariales), la capacidad individual para identificar y aprovechar las oportunidades y la capacidad de la sociedad para desarrollar la cultura emprendedora son muy relevantes no solo para crear más empresas nuevas, sino también para tener individuos emprendedores con mayor ambición de hacer

crecer su negocio y más innovación empresarial (WEF-GEM, 2015). Con esto, el GEM también puede ayudar a comprender cómo iniciativas públicas y privadas pueden mejorar los ecosistemas proemprendimiento (Drexler y Amorós, 2015).

Por lo tanto, el GEM sigue centrándose en la contribución al desarrollo de la economía mundial a través de la investigación del emprendimiento, siguiendo la misión del GERA y los objetivos específicos planteados por el GEM. La misión del GERA es contribuir al desarrollo económico global a través de la iniciativa emprendedora. Para lograr esto, el consorcio del GERA busca incrementar el conocimiento sobre el emprendimiento en todo el mundo mediante la realización y difusión de investigación de clase mundial, al:

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

Específicamente, el proyecto GEM, bajo este nuevo marco conceptual, se focaliza en estos objetivos fundamentales:

- Determinar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento de las economías de los diferentes países.
- Descubrir los factores que favorecen o dificultan la actividad emprendedora, especialmente de las relaciones entre las condiciones nacionales para el emprendimiento, valores sociales, características personales y la actividad emprendedora.
- Identificar las implicaciones políticas para la mejora de la capacidad emprendedora en una economía.

Desde el año 2008 (Bosma et al., 2009), el GEM ha seguido la tipología del Foro Económico Mundial (Porter et al., 2002) relacionada con los niveles de desarrollo económico: economías basadas en los recursos, las economías basadas en eficiencia y las economías basadas en innovación. Esto contribuyó a mostrar cómo el GEM se complementa y puede complementar otras grandes encuestas de creación de

nuevas empresas, proporcionando información importante sobre los individuos (atributos, valores y actividades) y su interacción con el medio ambiente en la práctica de la conducta emprendedora (proactividad, innovación y decisiones responsables).

1.3. LOS COMPONENTES REVISADOS DEL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM

El Foro Económico Mundial utiliza doce pilares para perfilar las fases del desarrollo económico en el contexto de la competitividad de los países. Estos pilares miden el contexto social, cultural, político y económico. El GEM aporta a esta perspectiva nueve componentes denominados Condiciones del Marco Emprendedor (*Entrepreneurial Framework Conditions, EFC*), tal como se presenta en la Tabla 1.1. Es importante destacar que estos pilares están presentes en diferentes combinaciones entre los distintos tipos de economías, y que los niveles de desarrollo económico están determinados por la presencia dominante del grupo específico de pilares que corresponde a cada nivel de desarrollo. En este contexto, el marco conceptual del GEM también supone que las economías más desarrolladas presentan mejores condiciones para el emprendimiento.

Es importante señalar que todos los componentes del entorno en el que las mujeres y los hombres actúan de forma emprendedora (con cierto nivel de proactividad e innovación) son interdependientes. Esta dependencia no solo exige un enfoque holístico en la investigación, sino también en el diseño de políticas adecuadas para la construcción de un ambiente de apoyo en el que el comportamiento emprendedor se pueda realizar.

Valores sociales hacia la iniciativa emprendedora: incluye aspectos como valorar al emprendimiento como una buena elección de carrera, si los emprendedores tienen un alto estatus social y cómo la atención mediática a los emprendedores y sus negocios contribuye (o no) para el desarrollo de la cultura proemprendimiento en el país.

Atributos individuales: incluyen diferentes factores demográficos (como el género, la edad, la ubicación geográfi-

TABLA 1.1. EL CONTEXTO SOCIAL, CULTURAL, POLÍTICO Y ECONÓMICO Y LAS FASES DE DESARROLLO ECONÓMICO

	De otras fuentes disponibles	De la Encuesta Nacional de Expertos (NES)
Fases del desarrollo económico	Condiciones del Marco Nacional, basadas en los pilares del Foro Económico Mundial para perfilar las fases de desarrollo económico	Condiciones Emprendedor
Requerimientos básicos - economías basadas en recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones • Infraestructura • Estabilidad macroeconómica • Salud y educación primaria 	
Potenciadores de eficiencia - clave para las economías basadas en eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor educación y formación • Eficiencia del mercado de bienes • Eficiencia del mercado laboral • Sofisticación del mercado financiero • Preparación tecnológica • Tamaño de mercado 	
Factores de innovación y sofisticación - clave para las economías basadas en innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Sofisticación de los negocios • Innovación 	

ca), psicológicos (capacidades percibidas, las oportunidades percibidas, miedo al fracaso) y aspectos motivacionales (necesidad versus oportunidad, deseo de independencia, etc.)

Actividad emprendedora: se define de acuerdo a las fases del ciclo de vida del emprendimiento (naciente, nuevos empresarios, empresarios establecidos, interrupción del negocio), a los tipos de actividad (alto crecimiento, innovación, internacionalización) y a la caracterización de la actividad (emprendimientos independientes en etapas iniciales, TEA; emprendedores sociales, SEA; actividad emprendedora de los empleados, EEA). Las definiciones detalladas se presentan en la sección 1.3 de este capítulo.

1.4. METODOLOGÍA DEL GEM

En la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos del GEM hay una colaboración entre cada equipo nacional y el equipo central de datos del GERA, 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 estos, la definición de muestras nacionales (o regionales) representativas, el diseño e implementación del trabajo de campo y la codificación de la información recogida.

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

La Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey, APS) se hace a un mínimo de 2.000 adultos, entre 18 y 64 años, por país participante en el proyecto. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara, o mediante una combinación de ambos, principalmente entre los meses de mayo y agosto de cada año. En esta encuesta se hacen preguntas precisas acerca de la participación en –y la actitud hacia– el emprendimiento. Con

esto se recopilan los datos que permiten analizar, en profundidad, los elementos del marco conceptual del GEM que tienen relación directa con los 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 más cualitativa, que recoge información de las condiciones del marco emprendedor de cada país. Es una encuesta de percepción, 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 tener estas herramientas estandarizadas, así como los procedimientos, permiten asegurar la calidad de los datos y que estos sean comparables entre los países/regiones participantes¹. Cada año se agregan o modifican algunas de las preguntas, tanto a la APS como a la NES, con la finalidad de obtener información sobre temas especiales. Por ejemplo, los temas especiales más recientes fueron la actividad emprendedora de los inmigrantes, jóvenes emprendedores y emprendimiento y bienestar.

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 año 2015, se han realizado en el país un poco más de 6.200 encuestas a la población adulta y una amplia consulta a expertos nacionales que ha implicado a 395 expertos de nueve 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 se ofrecieron como voluntarios de los equipos nacionales.

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

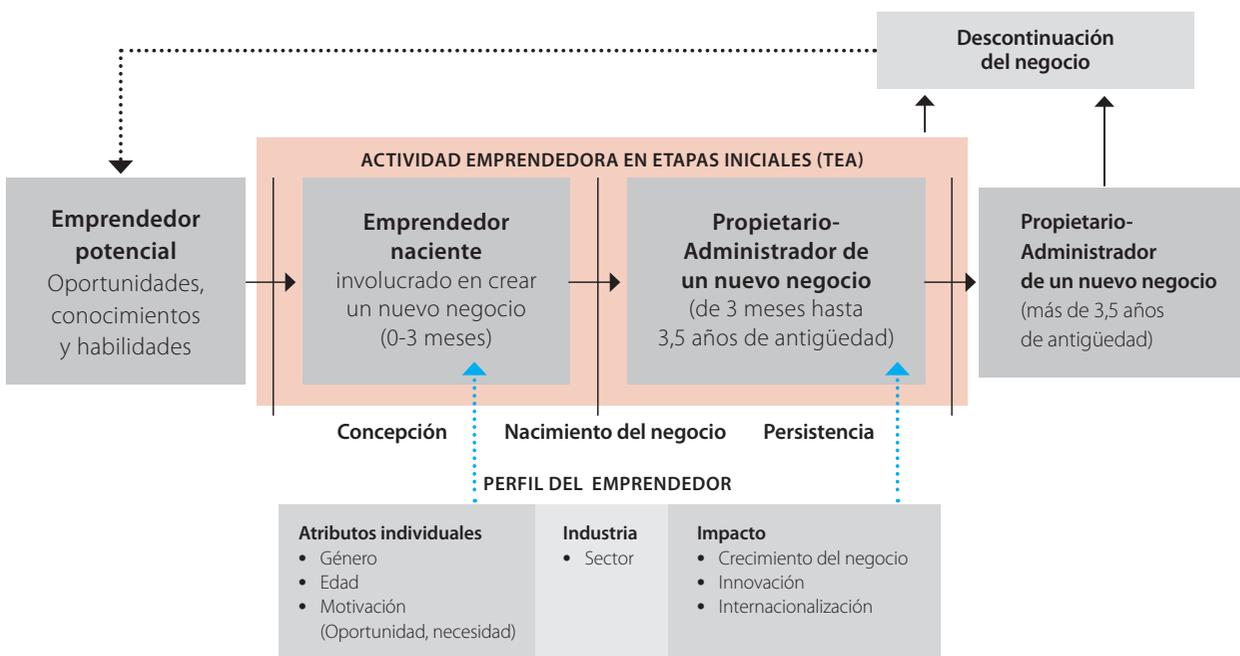
1.5. PRINCIPALES INDICADORES DEL GEM

Sobre la base del marco conceptual del GEM y los datos recogidos, se calcula un numeroso conjunto de indicadores, los que 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 el que compromete recursos para iniciar un negocio del cual tiene la expectativa de ser dueño (emprendedor naciente); cuando ya es dueño y dirige un nuevo negocio y ha pagado salarios por más de tres meses, pero por no más de 42 meses (dueño de un nuevo negocio); y cuando es dueño y dirige un negocio establecido que ha estado en operación por más de 42 meses (dueños de negocios establecidos). La Figura 1.5 resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

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

de la nueva empresa. Los que han pagado salarios o sueldos por más de tres meses y menos de 42 meses pueden ser considerados nuevos empresarios. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La suma de los emprendimientos nacientes y la de los dueños de nuevos negocios es lo que el GEM denomina Actividad Emprendedora de Etapas Iniciales o TEA, por sus siglas en inglés (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity). El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aun cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tenga 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 1.5.

FIGURA 1.5. EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM



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 que posee 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, eso indica un bajo nivel de dinamismo en la actividad emprendedora.

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), que está relacionada con el desarrollo o el

lanzamiento de nuevos productos o servicios, o la creación de una nueva unidad de negocio, o de un nuevo establecimiento o filial dentro de un negocio establecido. También se está explorando, a partir del año 2015, la tasa de personas que participan en las actividades emprendedoras con un objetivo social, cuyos indicadores se publicarán en futuros reportes.

1.6. SOBRE ESTE REPORTE

La información del ciclo 2015 está dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. En este reporte se pretende dar cuenta de los diferentes indicadores de la dinámica emprendedora (valores sociales hacia el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora) en la Región del Maule.

2. Valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales

Como fue mencionado en la introducción de este reporte, el GEM, en su modelo conceptual revisado, resalta la importancia de diversos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora. Algunos de estos factores se relacionan con la valoración social que expresa la población de un país hacia el emprendimiento y, también, con ciertos atributos individuales que tienen las personas en relación con el fenómeno del emprendimiento.

Es necesario enfatizar que solo tener una actitud positiva hacia el emprendimiento no es determinante en la materialización de la idea de negocio por más que aumente la propensión a querer emprender. Sin embargo, los valores sociales son un componente importante en un contexto que favorece (o no) el desarrollo de nuevos emprendimientos de negocio (Kwon y Arenius, 2010).

2.1. COMPARATIVA REGIONAL

El GEM destaca, como parte de la valoración social, aspectos tales como si la gente considera que iniciar un negocio es una forma de carrera laboral (en contraste con ser empleado); si los emprendedores exitosos son reconocidos y admirados por la sociedad en su conjunto y si los medios de comunicación dan cobertura (y promueven) a los emprendedores exitosos generando una cultura proemprendimiento.

Por el lado de los atributos personales, algunas de estas actitudes son el deseo de querer iniciar un negocio aprovechando las oportunidades que se generan en el mercado para emprender. De igual manera, están los conocimientos y habilidades individuales que definen las capacidades emprendedoras, así como el tener redes cercanas de personas que están emprendiendo y que pueden servir como ejem-

plo positivo. Otro aspecto relevante es el miedo al fracaso o “penalización” social por haber fallado al realizar un nuevo negocio.

La Tabla 2.1 muestra varios indicadores del GEM referentes a la valoración social y los atributos individuales, para cada una de las regiones de Chile que participaron en el ciclo 2015.

La parte derecha de la tabla muestra tres indicadores sobre la valoración social. El primero evalúa el porcentaje de personas que considera que ser emprendedor es una opción de carrera deseable. Este indicador varía entre las regiones del país, de acuerdo a las características de los procesos de desarrollo económico, la generación de un aumento en la oferta de empleo y otras complejidades del mercado laboral.

A la izquierda de la tabla están los indicadores relacionados, de forma directa, con características individuales, como la percepción de oportunidades, capacidades, miedo al fracaso y propensión a emprender. Las personas de la Región del Maule que, en promedio perciben menores oportunidades que otras regiones, manifiestan que tienen levemente menores capacidades para emprender, lo que contrasta con la alta valoración de la actividad en la región. Respecto al miedo al fracaso, están por sobre el promedio.

Es posible apreciar diferencias en las actitudes hacia el emprendimiento. En cuanto a percepción de oportunidades, la Región del Maule prácticamente tiene casi diez puntos menos que el promedio nacional. En percepción de capacidades, prácticamente se identifican más de cinco puntos porcentuales de diferencia negativa con el promedio nacional, mientras que en las intenciones emprendedoras la diferencia con el promedio nacional llega a los cuatro puntos porcentuales. Por otro lado, en la Región del Maule

TABLA 2.1. INDICADORES DE ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)

	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso	Intenciones emprendedoras	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Reconocimiento a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento
Tarapacá	67,59	57,72	31,29	56,73	73,95	63,22	59,59
Antofagasta	67,22	58,48	25,97	54,62	75,03	61,11	57,01
Coquimbo	59,23	61,18	26,36	49,64	74,04	67,84	62,07
Valparaíso	52,18	69,31	27,66	47,41	72,97	65,29	60,25
Metropolitana	59,73	65,25	31,52	53,34	65,49	62,85	57,11
Maule	47,73	59,76	33,36	46,87	68,11	67,41	62,78
Biobío	53,29	64,82	33,19	49,55	74,10	71,72	68,50
Araucanía	47,60	63,97	35,75	45,86	70,83	65,96	70,16
Los Lagos	65,76	67,26	29,28	48,80	72,20	63,13	61,23
Chile	57,4	65,7	28,1	50,0	69,6	64,9	60,4

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

el miedo al fracaso alcanza al 33,36%, mientras que la valoración de la actividad emprendedora como una opción deseable llega al 68,11%, muy cercano al promedio nacional.

En la misma línea de análisis, en la región existe una apreciación sobre la variable de reconocimiento de emprendedores exitosos levemente superior al promedio nacional, es decir, los emprendedores que logran forjar su carrera son igualmente reconocidos a nivel nacional y regional; evidenciándose un resultado similar en atención de los medios de comunicación hacia el emprendimiento comparada con los resultados nacionales, lo que se puede explicar sobre el foco regional que se da a la cobertura de iniciativas emprendedoras a lo largo de Chile y a nivel de prensa regional (ver figura 2.1).

En la Tabla 2.2 se analizan los factores de influencia en la percepción de los encuestados según su etapa de emprendimiento. Solo se consideran, para el análisis de resultados, el porcentaje de respuestas afirmativas. Se puede decir que se observan diferencias significativas entre las mediciones nacionales y aquellas de la Región del Maule, las cuales oscilan entre dos y doce puntos porcentuales.

Los datos muestran que, en la Región del Maule, a excep-

ción de los nuevos empresarios, todos los encuestados en otra etapa de emprendimiento tienen la percepción de que en los próximos seis meses las oportunidades para empezar un nuevo negocio dentro de la región fluctúan cerca del 40%, por debajo del promedio nacional.

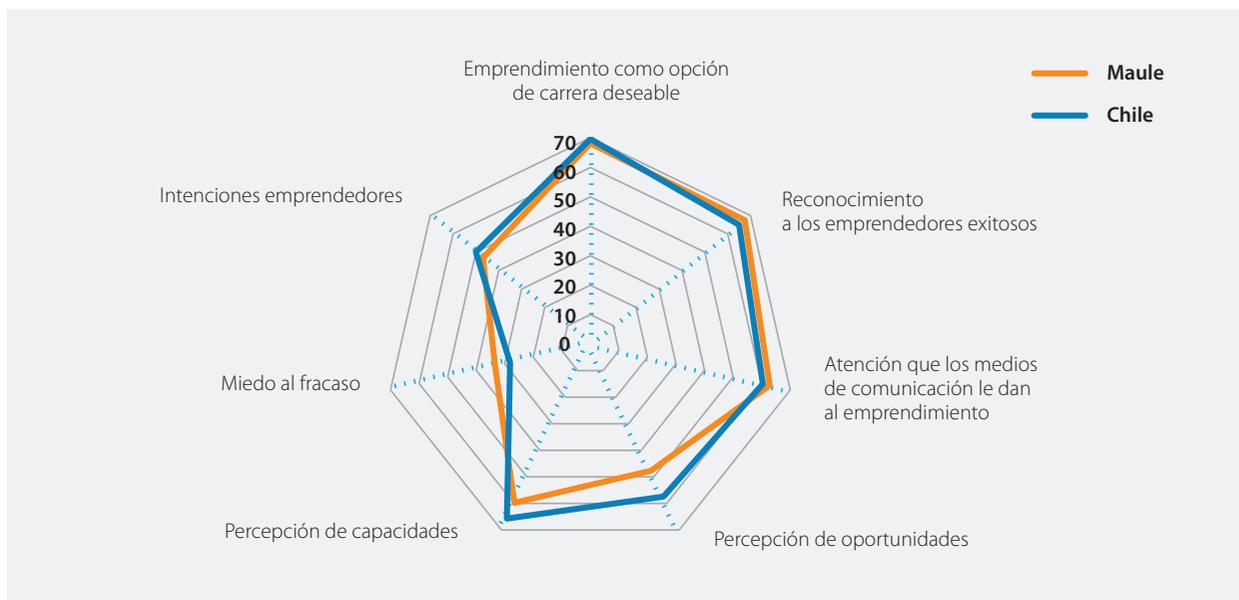
En relación a la pregunta de si considera que tiene los conocimientos, habilidades y experiencia necesaria para iniciar un nuevo negocio, los resultados de la Región del Maule evidencian que quienes están en la actividad emprendedora declaran poseerlas con resultados cercanos al promedio nacional. Solo en el caso de aquellas respuestas que no tienen relación con la actividad emprendedora, la región se encuentra ocho puntos porcentuales bajo el promedio nacional.

En los emprendedores establecidos dentro de la Región del Maule, el miedo al fracaso es cinco puntos porcentuales mayor que la percepción nacional.

2.2. ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

Según la definición del GEM, la actividad emprendedora se contextualiza como: aquellos nuevos emprendedores que

FIGURA 2.1. ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)



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

TABLA 2.2. FACTORES DE INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO

	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios (as)	Actividad emprendedora establecida
¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?					
Maule	33%	60%	60%	66%	51%
Chile	34%	64%	59%	77%	58%
¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?					
Maule	48%	48%	45%	62%	36%
Chile	56%	60%	61%	64%	55%
¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?					
Maule	47%	86%	84%	91%	85%
Chile	55%	88%	88%	86%	91%
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?					
Maule	37%	27%	29%	20%	27%
Chile	36%	21%	20%	22%	22%

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

participan en la creación de un nuevo negocio; los emprendedores dueños de nuevos negocios y, finalmente, quienes ya poseen un negocio establecido.

En la siguiente sección del reporte se analizarán los resultados obtenidos para los emprendedores de la Región del Maule, en comparación con el resto del país.

La Figura 2.2 muestra la actividad emprendedora en etapas iniciales de las regiones que participaron en el ciclo 2015. Para este año se observa que la región del Maule se encuentra levemente bajo el promedio nacional, con un 24,83% frente a un 25,9% de población adulta que manifiesta estar involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales.

La Tabla 2.3 muestra los porcentajes de la actividad emprendedora según la etapa del proceso emprendedor, dividido por zona geográfica. Como se puede apreciar, en el caso de actividad emprendedora naciente, la Región del Maule se encuentra levemente por debajo del promedio nacional, con un valor regional de 15,4%. Similar relación se da al medir el promedio de aquellos que declaran ser nuevos negocios, gerentes y propietarios, en donde la Región del Maule asciende a un 8,37%, mientras que en los emprendedores establecidos se encuentra con una pe-

queña diferencia positiva frente a sus regiones vecinas.

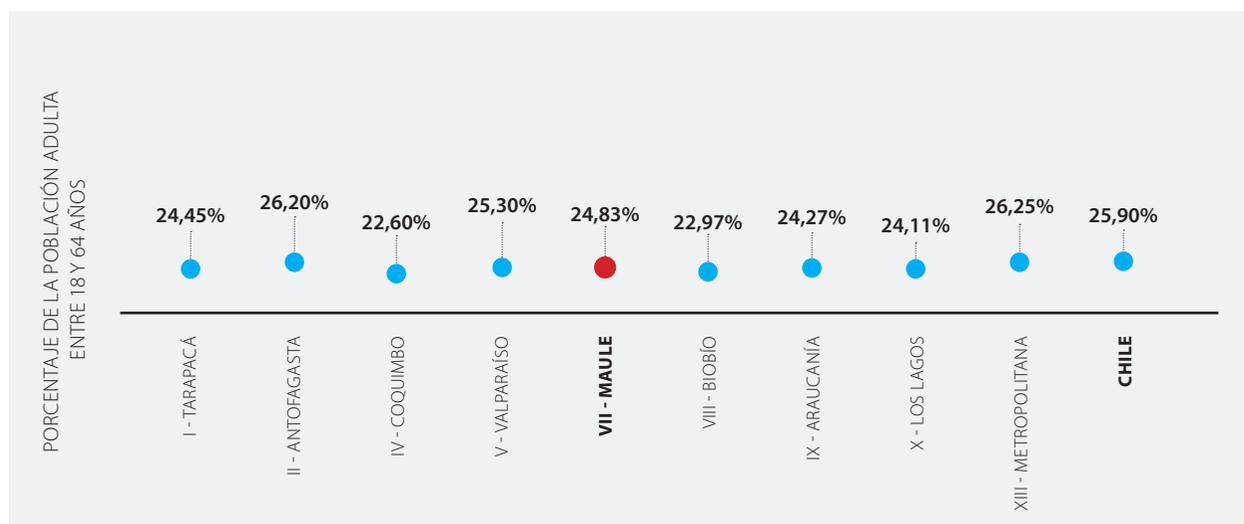
En relación a la tasa de discontinuación de los negocios, que incluye aquellos negocios que cierran definitivamente y aquellos que cambiaron de propiedad, esta es menor que a nivel nacional, ya que esta asciende a un 8,50%, mientras que en la Región del Maule alcanza un 6%. Es decir, los negocios dentro de la capital mantienen en su actividad en mayor medida que en el promedio del país.

MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS

Para determinar si el emprendimiento es un indicador positivo o negativo dentro de un país, se debe realizar el análisis de cuáles son los motivos para emprender. La idea de crear una nueva empresa surge de la iniciativa y decisión, es decir, de una idea de iniciar algo. El modelo del GEM distingue entre dos tipos de motivación: aquellos emprendedores que lo hacen por oportunidad y aquellos por necesidad.

El primero tiene relación con el aprovechamiento de una ocasión específica dentro de un mercado y así desarrollar un nuevo negocio. Estos emprendedores materializan una idea de una empresa con potencial de crecimiento, y esto puede nacer luego del proceso de observar un mercado

FIGURA 2.2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN LAS REGIONES PARTICIPANTES EN CHILE, EN 2015



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

TABLA 2.3. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR

Región	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación
Tarapacá	17,94	7,82	24,45	8,14	4,76
Antofagasta	17,75	8,80	26,20	5,19	5,45
Coquimbo	15,79	7,24	22,6	6,32	4,52
Valparaíso	14,68	10,65	25,33	9,64	7,26
Metropolitana	16,81	9,81	26,25	7,80	5,01
Maule	15,24	10,15	24,83	8,37	6,00
Biobío	15,10	8,44	22,97	7,90	6,06
Araucanía	15,21	9,85	24,27	10,21	7,12
Los Lagos	17,1	7,36	24,11	8,22	6,17
Chile	16,50	9,80	25,90	8,20	8,50

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

específico o, simplemente, de ver una oportunidad de mejora a un problema. Algunas de las razones que impulsan este tipo de emprendimiento es incrementar el nivel de ingresos o el deseo de tener mayor independencia.

Por otra parte, un emprendimiento motivado por necesidad se lleva a cabo cuando el emprendedor declara no haber tenido una mejor opción de trabajo, por lo que emprende para enfrentar alguna necesidad financiera o para salir del desempleo. Estos emprendedores no necesariamente tienen un conocimiento total del mercado al que están entrando, sino más bien que se ven forzados a desarrollar su propio negocio.

En la Figura 2.3 podemos observar que la Región del Maule se comporta de manera similar que el país en su conjunto. Es decir, alrededor del 34% de los emprendedores en etapas iniciales declara emprender para incrementar los ingresos, mientras que el 22% declara hacerlo para obtener mayor independencia, un 1% por motivos mixtos y un 42% por necesidad y solo mantener ingresos. Este último grupo está por sobre la medición nacional, en donde alcanzó un 31%.

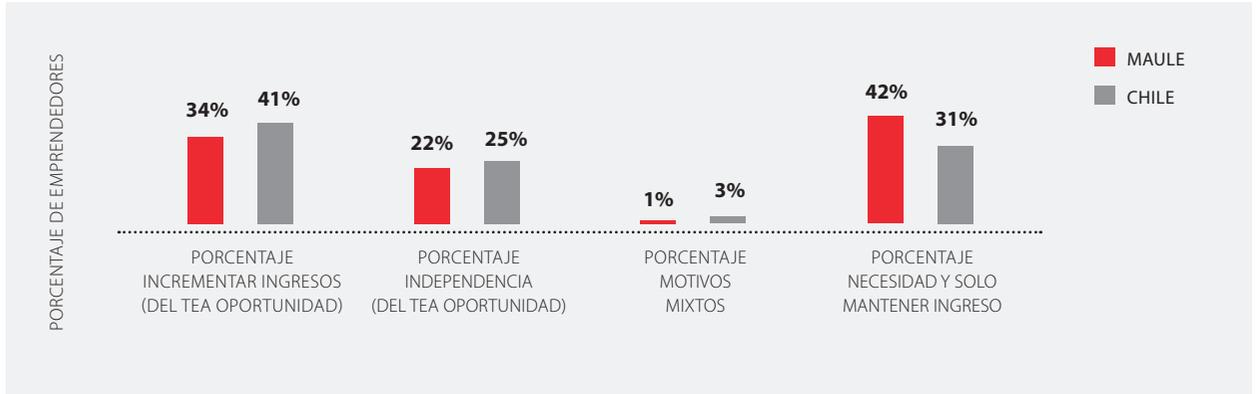
Como se observa en la Figura 2.4, el 6% de los emprendedores en etapas iniciales declara haber comenzado un ne-

gocio por necesidad, es decir, estos emprendedores nacientes no tenían una mejor opción de empleo. En tanto, el emprendimiento por oportunidad para la Región del Maule fue de un 9% y, para Chile, un 11%.

DISTRIBUCIÓN POR SECTORES

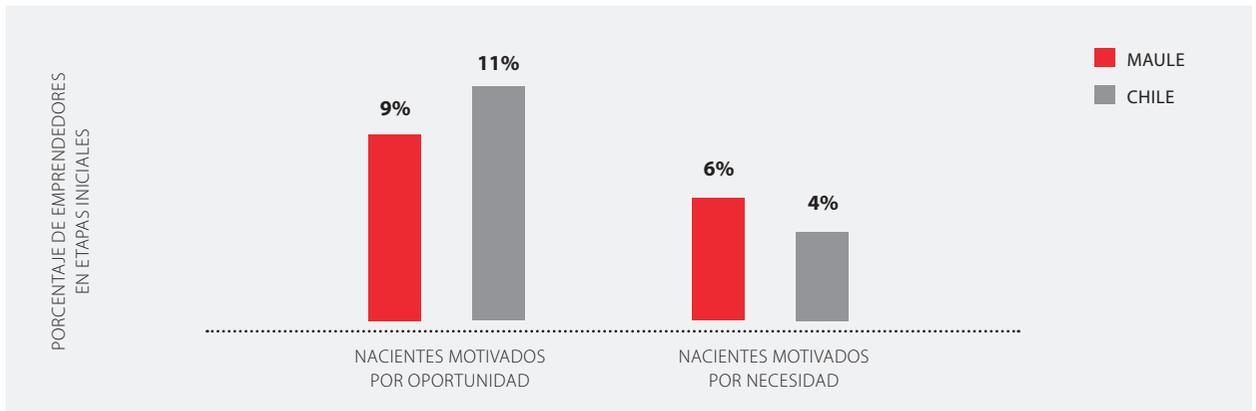
En la Figura 2.5 se muestra la distribución por sectores, tanto en emprendimientos en etapas iniciales como en emprendimientos establecidos. Es posible apreciar que en la Región del Maule, al igual que a nivel nacional, se enfoca, principalmente, en servicios o productos orientados al consumidor. Sin embargo, existe una diferencia en emprendedores establecidos con respecto a la medición de Chile. En la Región del Maule, el 12,6% de ellos se orienta al sector de actividades extractivas, mientras que, a nivel nacional, es solo un 4,1%. En cuanto a emprendedores en etapas iniciales, se da una situación diferente, concentrando una mayor proporción en las actividades de transformación (23,9%), lo que podría poner en evidencia un proceso incipiente de reorientación en la actividad emprendedora desde la actividad relacionada con la extracción hacia la transformación.

FIGURA 2.3. BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES



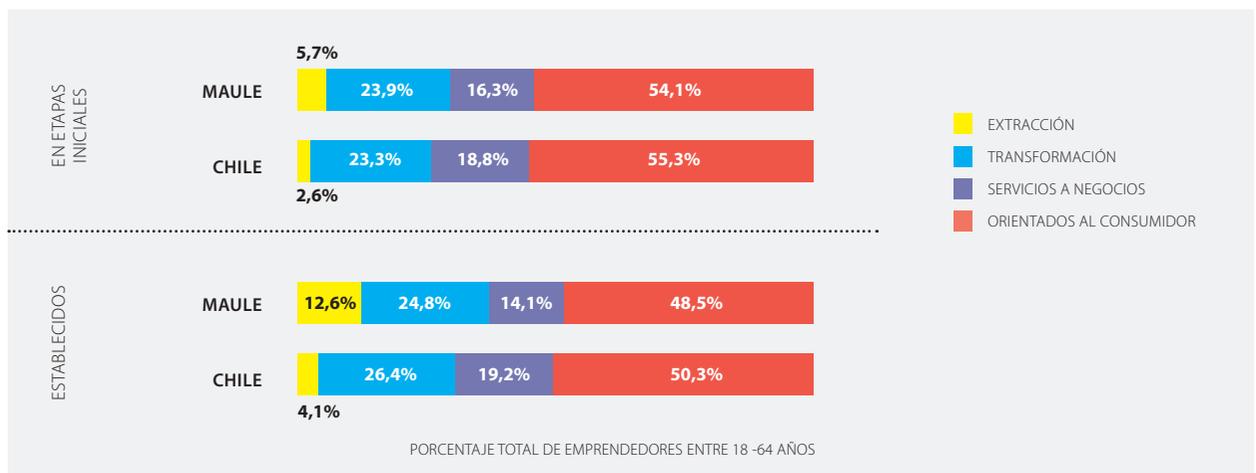
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

FIGURA 2.4. BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES



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

FIGURA 2.5. DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDEMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS



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

EDAD Y GÉNERO

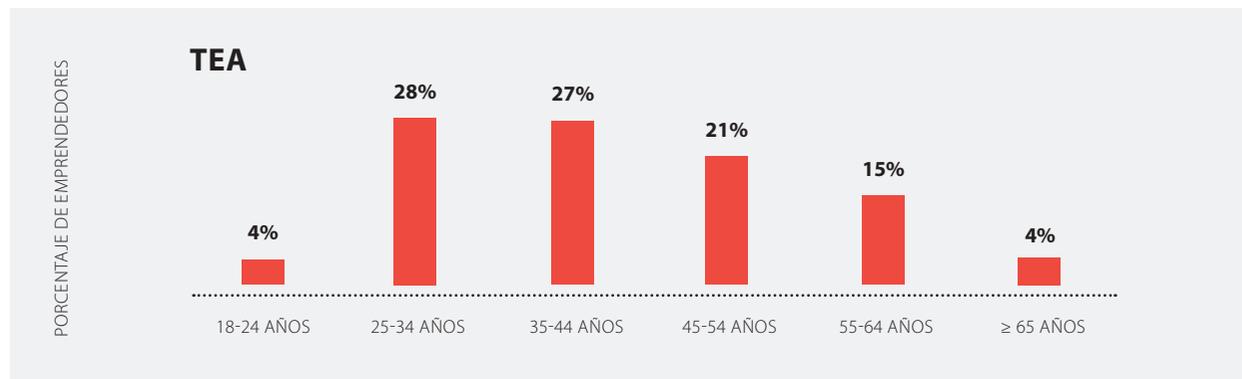
En las Figuras 2.6 y 2.7 se muestra la distribución, a nivel porcentual, de las edades de los emprendedores. Para aquellos en etapas iniciales, el 28% se encuentra dentro del rango de 25-34 años, seguido por 35-44 y 45-54, ambos con 27% y 21% respectivamente. Se aprecia que se da en menor proporción en edades de los extremos menores (18-24, con 4%) y mayores (55-64, con 15%). En el caso de los emprendedores establecidos, al igual que a nivel nacional, se ve mayor proporción en edades avanzadas. Así, el 30% de ellos declara estar entre los 55-64 años, seguido por un 13% entre sobre los 65 años.

La Figura 2.8 muestra la relación de los emprendedores según género. En etapas iniciales, un 26,3% son hombres, mientras que solo el 23,5% son mujeres. Para emprendedores establecidos también es mayor la proporción de hombres, con un 9,8% de hombres versus el 7% de mujeres.

NIVEL EDUCACIONAL

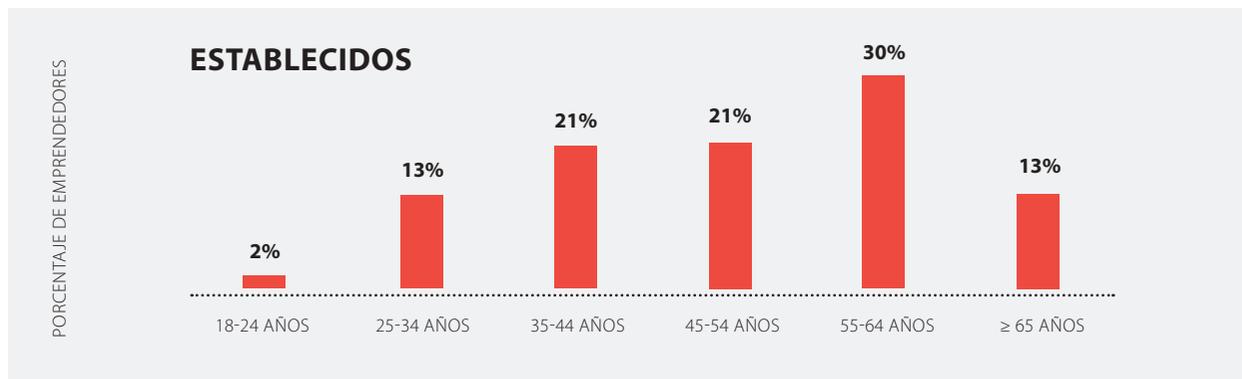
La Figura 2.9 muestra la distribución de los emprendedores en lo que respecta a la educación formal. Para esto se aplican las nueve categorías que son comúnmente utilizadas en Chile. Es posible notar que, para los emprendedores en

FIGURA 2.6. EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES, SEGÚN GRUPO DE EDAD



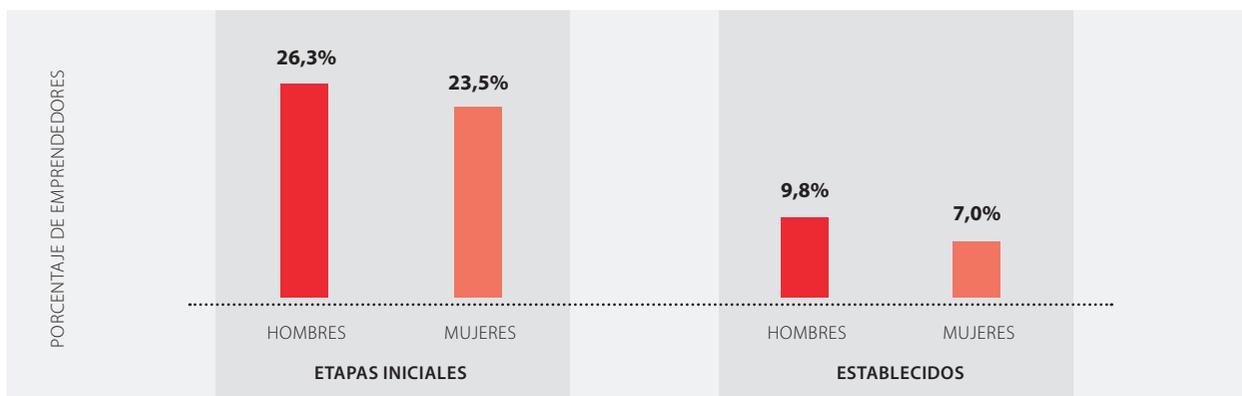
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

FIGURA 2.7. EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS, SEGÚN GRUPO DE EDAD



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

FIGURA 2.8. EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS, SEGÚN GÉNERO



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

FIGURA 2.9. PROPORCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



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

etapas iniciales, el 3,70% declara tener educación básica completa, el 28,0% educación media completa, el 18,70% instituto profesional o técnico completo, y 21,20 con estudios universitarios completos. Solo un 8,70% reconoce tener un postgrado como grado académico máximo alcanzado. En cuanto a la proporción de estudios incompletos –en los distintos niveles educacionales– esta alcanza a un global de 19,80%, con una mayor concentración en el nivel universitario con un 10,70%.

Para emprendedores establecidos se observa que el 8,20% reconoce que su grado máximo de educación formal es básica completa, 23% educación secundaria completa, un 18% educación técnica o profesional completa, y un 10,30% señala tener estudios de postgrado, con casi dos puntos de diferencia respecto de los emprendedores de etapas iniciales. Desde la perspectiva de niveles de estudios incompletos –en los distintos niveles educacionales–, en los emprendedores establecidos el porcentaje supera a aquellos de las etapas iniciales o tempranas en cinco puntos porcentuales (24,4%).

NIVEL DE INGRESOS

La Figura 2.10 muestra la diferencia del nivel de ingresos entre los emprendedores de la Región del Maule y el promedio para Chile. Para emprendedores en etapas iniciales se observa una mayor proporción en los estratos socioeconómicos C3 y D dentro de la región que para Chile, con diferencias cercanas a cinco puntos porcentuales comparados con la medición nacional. En los niveles ABC1 y E se comportan de manera similar y, finalmente, para aquellos que declararon pertenecer al estrato C2, es mayor la medición nacional, un 26,3% frente a un 18,9% en la Región del Maule.

La frecuencia de emprendedores establecidos en el estrato ABC1 tiene un diferencial de 11 puntos porcentuales por debajo de la medición nacional, esto es una diferencia significativa: 41,4% y 30,5% respectivamente. Para C2 y C3, la medición nacional indica que en su conjunto cubre 40,4% frente a un 55,3% en la Región del Maule. Es posible afirmar que los emprendedores en la región, tanto en TEA como establecidos, se ubican en rangos de ingresos inferiores que la media nacional.

FIGURA 2.10. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA, SEGÚN INGRESO FAMILIAR



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

DESCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS

Todo ciclo tiene su fin y el emprendimiento no es la excepción. En la Figura 2.11 se puede visualizar las principales razones de la discontinuación de los negocios en la Región del Maule y a nivel país. El 28,8% declara discontinuar su empresa por escasa rentabilidad, superior en casi siete puntos porcentuales a la medición nacional (21,9%), seguido de un 16,40% que declara haber tomado la decisión por razones personales. La medición dentro de la Región del Maule sobre los problemas para conseguir financiamiento, indica que el 16% declara haberse retirado por problemas para conseguirlo, medición que casi duplica lo medido a nivel nacional (9,84%).

2.3. ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

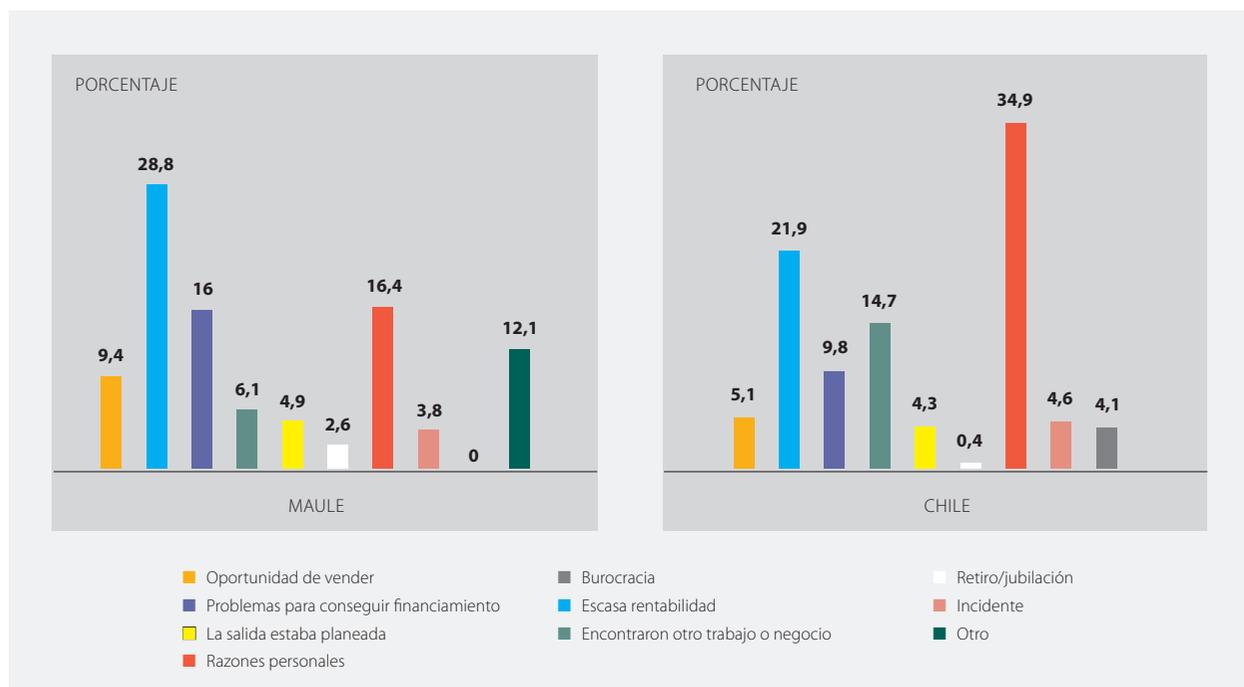
A continuación se presentarán los principales resultados en relación a las aspiraciones de los emprendedores de la Re-

gión del Maule. Dentro del modelo del GEM, las aspiraciones comprenden las expectativas de alto crecimiento y otros indicadores como innovación dentro de los emprendimientos medidos como productos nuevos, utilización de alta tecnología y potencial de expansión del mercado.

EXPECTATIVAS DE ALTO CRECIMIENTO

Una de las mediciones que realiza el GEM, en términos de expectativas de alto crecimiento, es determinar las aspiraciones de los emprendedores en relación a la expectativa de crecimiento. Por esta razón, se le solicita a los encuestados, que declaran ser emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidos, su número actual de trabajadores y el número de trabajadores que esperan contratar en un horizonte de tiempo de cinco años. El GEM considera que una alta expectativa de crecimiento está dada por aquellos emprendedores que manifestaron la intención de contratar

FIGURA 2.11. RAZONES EXPRESADAS TRAS LA DISCONTINUACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO



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

más de 20 empleados dentro de ese horizonte de tiempo.

Como se puede observar en la Figura 2.12, para la Región del Maule el 51,7% de emprendedores en etapas iniciales pretende contratar de uno a cinco trabajadores en los próximos cinco años, mientras que para los emprendedores establecidos la cifra corresponde a un 49,4%. En cuanto a aquellos con altas expectativas, es decir, 20 trabajadores o más, no se evidencian emprendedores en etapas iniciales que esperen llegar a ese nivel de contratación, mientras que para los emprendedores establecidos la cifra es mayor, con un 16,0%.

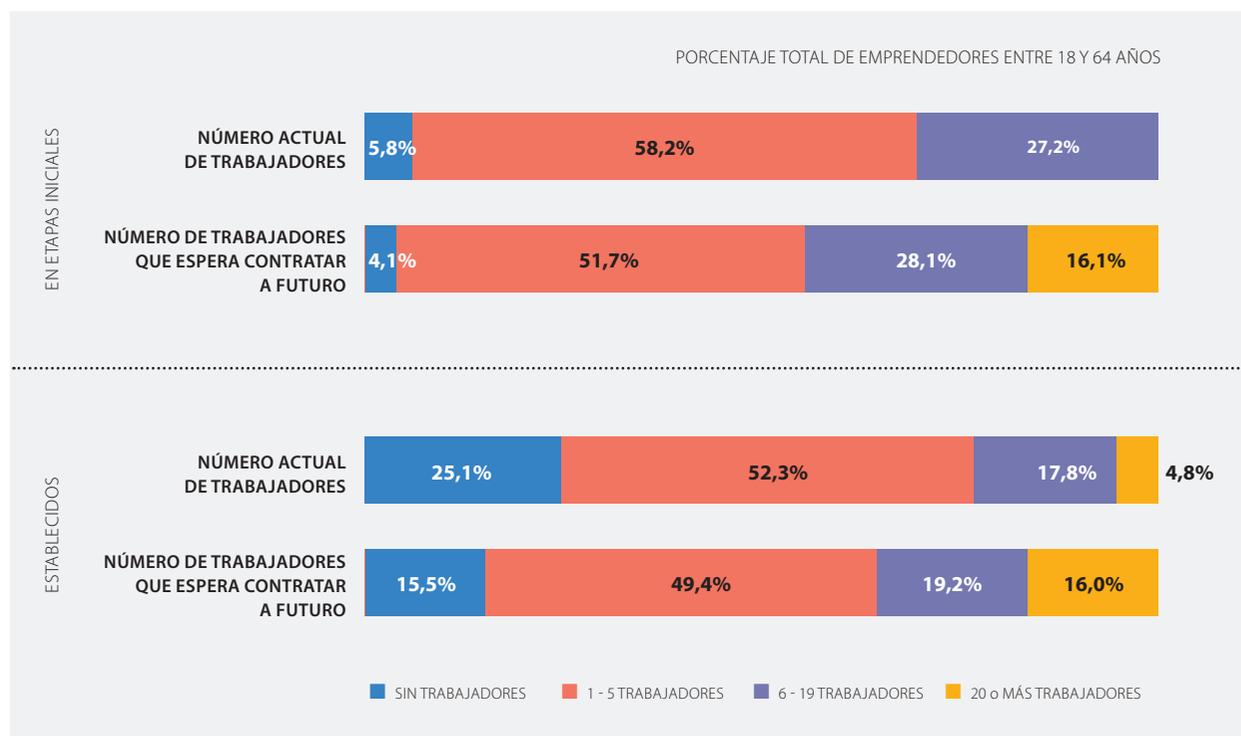
En el caso de los emprendedores de etapas iniciales, las proyecciones de crecimiento en número de trabajadores, se concentran en los niveles de seis a 19 trabajadores y más de 20, situación similar en los emprendedores establecidos.

ORIENTACIÓN A LA INNOVACIÓN

Las Figuras 2.13 y 2.14 muestran el comportamiento de la actividad emprendedora en relación a la innovación y a la competitividad. Para este propósito se analizan dos factores: el primero tiene relación con la novedad de los productos ofrecidos y, el segundo, con la competencia esperada que existe en el mercado y que perciben los emprendedores.

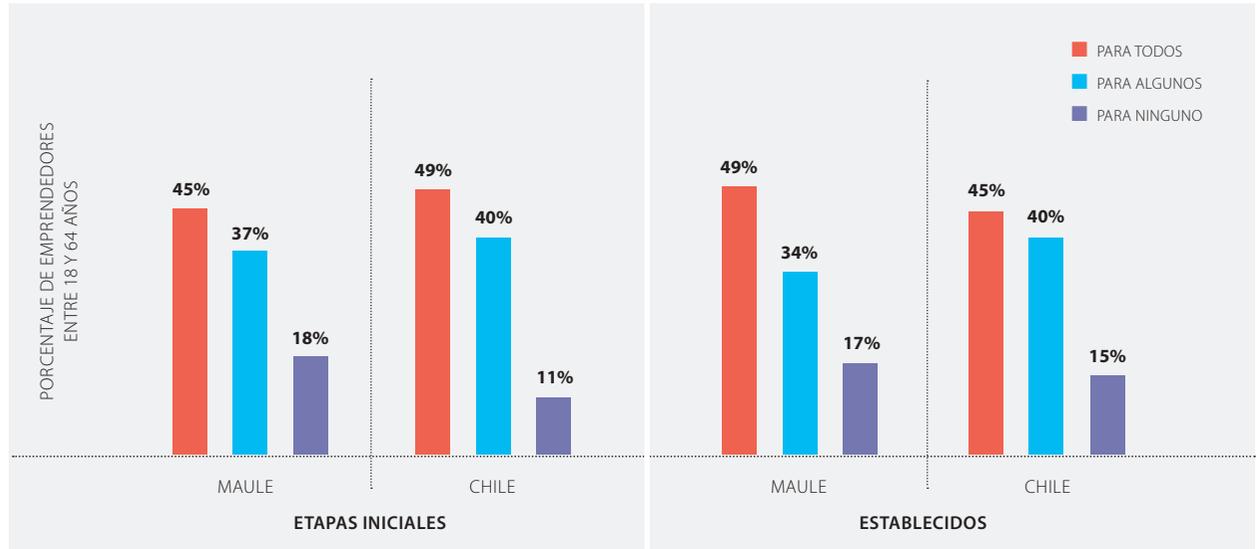
Como se observa en la figura, se puede afirmar que, en la Región del Maule, un 45% de los emprendedores en etapas iniciales cree que el producto o servicio que ofrece es nuevo para todos, mientras que esa medición, para Chile, es de un 49%. En cuanto a emprendedores establecidos, en la Región del Maule el 49% de ellos piensa que el producto resulta nuevo para todos y, a nivel nacional, esta cifra es menor, con un 45%.

FIGURA 2.12. NÚMERO DE TRABAJADORES Y POTENCIAL NÚMERO DE TRABAJADORES EN LOS NEGOCIOS DE LOS EMPRENDEDORES, SEGÚN ETAPA DE EMPRENDIMIENTO



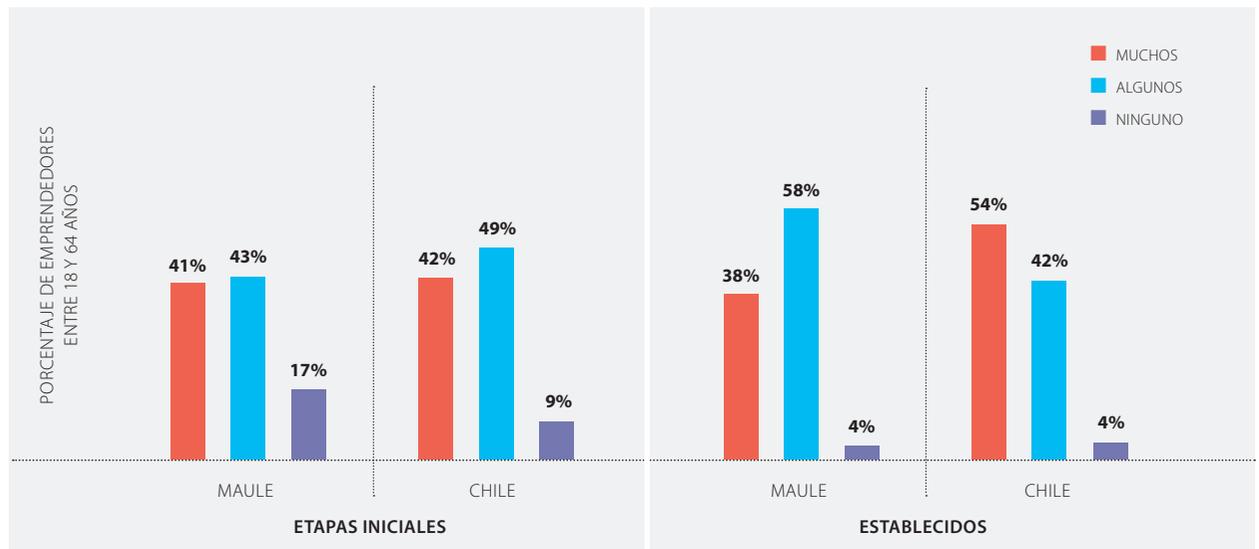
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

**FIGURA 2.13. NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS
¿QUÉ TAN NUEVO ES SU PRODUCTO O SERVICIO PARA SUS CLIENTES?**



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

**FIGURA 2.14. INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA
¿CUÁNTOS COMPETIDORES OFRECEN SUS MISMOS PRODUCTOS O SERVICIOS?**



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

En relación a los competidores, la Región del Maule se comporta de manera similar al país. El 49% de los emprendedores en etapas iniciales a nivel nacional dice tener algunos competidores, mientras que un 43% dice lo mismo en la región; para los emprendedores establecidos, un 58% dice tener algunos competidores. Solo en el caso de los emprendedores iniciales, se identifica una mayor proporción de encuestados que indica tener ningún competidor, que se puede relacionar con las respuestas de las características de novedad de los emprendimientos.

UTILIZACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

En relación a la tecnología utilizada, como se observa en la Figura 2.15, se puede apreciar, tanto para la región como el país, que la gran mayoría de los encuestados declara no utilizar nuevas tecnologías dentro de sus procesos productivos: el 78% de los emprendedores establecidos en Chile declara no tener nuevas tecnologías y, dentro de la región, la cifra es un 76%. Es importante recordar que el

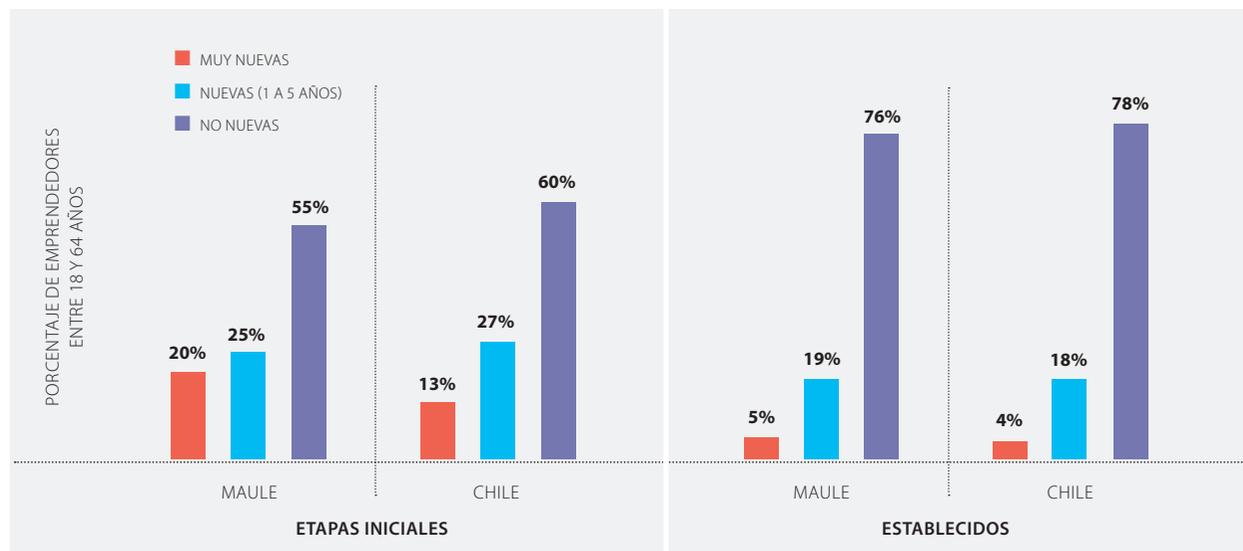
costo asociado a la tecnología hace que algunos emprendedores decidan no adoptar nuevos desarrollos en este aspecto.

POTENCIAL DE EXPANSIÓN DE MERCADO

La Figura 2.16 muestra cuatro categorías graduales respecto de la expansión de mercado. Esta medición se hace con una escala de 1 a 4, donde 4 indica el máximo impacto en cuanto a términos de expansión de mercado, 3 indica algún potencial de mercado considerando el uso de las tecnologías, 2 indica algún potencial de mercado pero sin uso de las tecnologías y 1, finalmente, representa poca o escasa expansión de mercado.

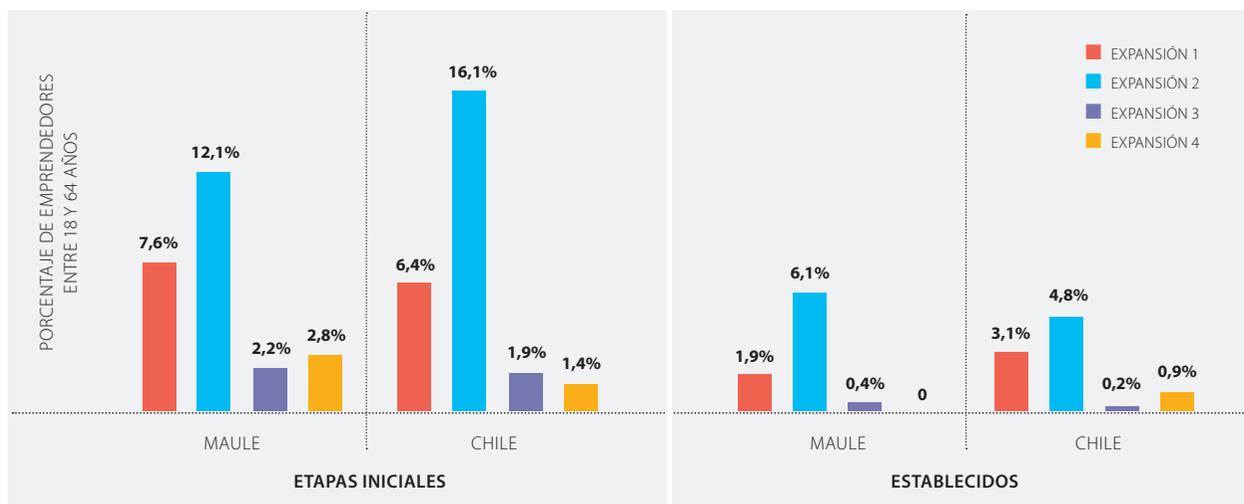
Es posible observar que, al igual que para Chile, en la Región del Maule la gran mayoría de los emprendedores, ya sea en etapas iniciales o establecidos, declara tener un nivel de expansión 2, es decir, potencial de mercado pero sin uso de las tecnologías como se señaló en el apartado anterior.

FIGURA 2.15. USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS ¿QUÉ TAN NUEVA ES LA TECNOLOGÍA O LOS PROCESOS QUE UTILIZA LA EMPRESA?



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

FIGURA 2.16. EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO

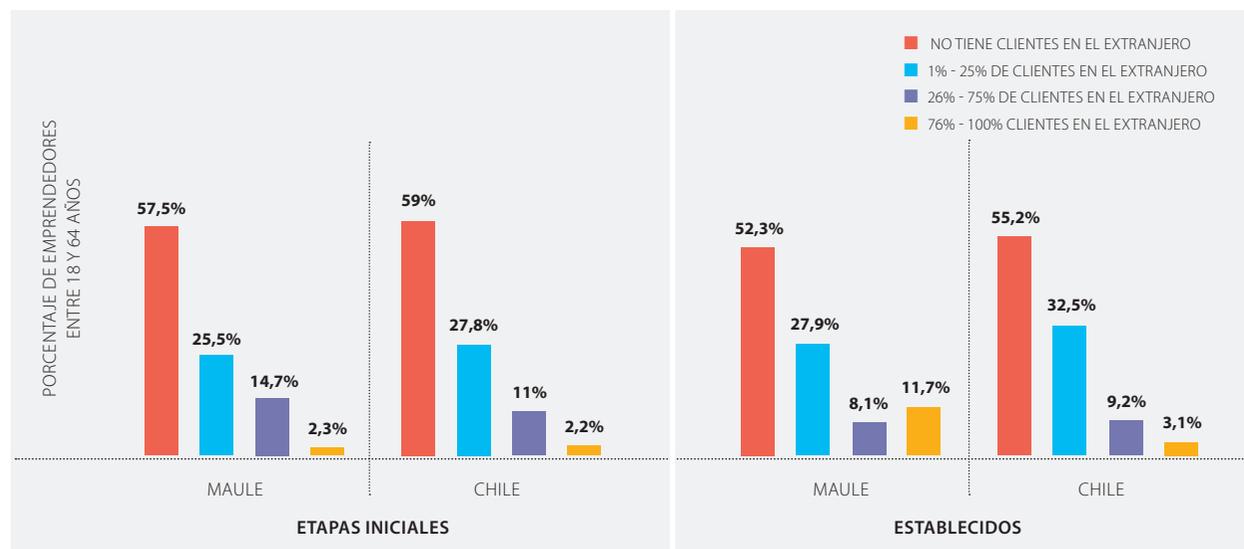


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

Una forma de medir las aspiraciones de los emprendedores se relaciona con su orientación hacia los mercados internacionales. Es posible ver, en la Figura 2.17, que el 27,9% de los emprendedores establecidos en la Región del Maule posee entre 1%-25% de clientes en el extranjero, por debajo de la medición nacional, que llegó a ser de un 32,5%. Un comportamiento similar se identifica en los

emprendedores en etapas iniciales, el 25,5% de la región declara tener entre 1%-25% de sus clientes fuera del país, mientras que a nivel del país alcanzó el 27,8%. En ambas etapas del emprendimiento, se evidencia más de un 50% que no tiene clientes en el extranjero, evidenciando que la principal orientación de los emprendimientos es hacia el mercado regional y nacional.

FIGURA 2.17. PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES, SEGÚN ORIENTACIÓN A MERCADOS INTERNACIONALES



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

3. Consideraciones finales

Siendo Chile una economía muy centralizada, no es de extrañar que mucha actividad en torno al emprendimiento suceda en la Región Metropolitana, por su alta concentración de población y de actividades económicas. Sin embargo, las regiones como la del Maule –a través de distintas estrategias y actividades– han buscado fortalecer su desarrollo territorial a través del fortalecimiento de las actividades económicas y la actividad emprendedora.

En el caso de la Región del Maule, varios indicadores analizados bajo la metodología del GEM presentan diferencias significativas respecto de otras regiones. Por ejemplo, cuando se analizan las actitudes hacia el emprendimiento las diferencias promedio son pequeñas, indicando que los esfuerzos desplegados están acortando las brechas con las mediciones nacionales. Para este ciclo, la evaluación sobre si existe cobertura en medios de comunicación sobre emprendedores es ligeramente superior en la Región del Maule, así como en la percepción de oportunidades, emprendimiento como opción de carrera deseable y en el reconocimiento a los emprendedores exitosos, lo cual es positivo dado que el resto del país también ha tendido a evaluar positivamente los indicadores de valoración social hacia el emprendimiento.

Si bien también hay un crecimiento de la tasa de emprendimiento en otras zonas geográficas, la Región del Maule está levemente bajo el promedio nacional de los adultos que se consideran emprendedores (-1,07%). Sin embargo, al visualizar los grupos socioeconómicos en los que se desarrolla la actividad emprendedora de la región, esta se concentra en los niveles medios y de menor ingreso en comparación con las mediciones nacionales.

Un aspecto destacable de la medición son las aspira-

ciones de los emprendedores en la Región del Maule. Ambos grupos de emprendedores, tanto en etapas iniciales como establecidos, mayoritariamente tienen intenciones de crear empleo durante los próximos años. Incluso un grupo no menor, 19,2% en etapas iniciales y 28,1% de los establecidos, aspira a generar más de 20 puestos de trabajo.

Desde la perspectiva de las razones para emprender, los datos evidencian que la actividad emprendedora constituye una alternativa para el desarrollo de los individuos. Y si bien se observa que los indicadores de innovación y competitividad son levemente menores en la Región del Maule y con una fuerte orientación al mercado nacional y regional, se identifica una oportunidad para generar estrategias y actividades que permitan fortalecer su competitividad, mejorando el acceso a mercados más grandes y sofisticados en términos de cantidad y calidad de productos y servicios ofrecidos, sobre todo considerando su fuerte orientación hacia los emprendimientos en el sector de actividades extractivas y de servicios.

Sin duda, los resultados expuestos permiten definir y tomar acciones para seguir mejorando el ecosistema para el emprendimiento de la Región del Maule, de modo que haya más emprendedores y más y mejores mecanismos que ayuden a crecer y ser más competitivos a estos emprendimientos. Así se podrá mantener la imagen que la Región está buscando fortalecer como polo proemprendimiento y de fortalecimiento de la relación Universidad-Emprendimientos.

Es fundamental tener más y mejores emprendimientos, para que los emprendedores que viven y trabajan en la región aporten de forma sustantiva al desarrollo del país.

4. Referencias

- Acs, Z. J. & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305–322.
- Álvarez, C., Urbano, D. & Amorós, J. E. (2014). The GEM Research: Achievements and Challenges. *Small Business Economics*, 42(3):445-465
- Bosma, N. (2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurial Research. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248.
- Bosma, N. S. & Levie, J. (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., Jones, K., Autio, E., & Levie, J. (2008). Global Entrepreneurship Monitor, 2007. Executive Report. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Drexler, M. & Amorós, J. E. (2015). Guest post: how Chile and Colombia eluded the entrepreneur trap. *Financial Times*, January 8th. On line: <http://blogs.ft.com/beyond-bricks/2015/01/08guest-post-how-chile-and-colombia-eluded-the-entrepreneur-trap/>
- Know, S-W. & Arenius, P. (2010). Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.
- Levie, J. & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.
- Porter, M. E., Sachs, J. J. & McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In *The Global Competitiveness Report 2001–2002*, edited by M.E. Porter, J.J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16–25. New York, NY: Oxford University Press.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., López-García, P. & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Reynolds, P., Hayand, M. & Camp, S. M. (1999). Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.
- Van Stel, A., Carree, M. & Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.
- WEF-GEM (2015). Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development. World Economic Forum: Geneva. <http://www.weforum.org/reports/leveraging-entrepreneurial-ambition-and-innovation-global-perspective-entrepreneurship-compe>
- Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M. & Thurik, A. R. (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 6(3): 167-237.

Anexo: principales indicadores del GEM usados en este reporte

ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRENDEDORAS	
MEDIDA	DESCRIPCIÓN
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades pero señala que el miedo al fracaso es un disuasivo para formar una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que los emprendedores gozan de un alto estatus y reconocimiento social.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, los medios de comunicación exhiben, con frecuencia, historias de nuevos negocios exitosos.
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	
Tasa de emprendimientos nacientes	Porcentaje de la población (18 a 64 años) 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.
Tasa nuevos empresarios(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos u otra retribución por un periodo entre los tres y los 42 meses.

ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRENDEDORAS	
MEDIDA	DESCRIPCIÓN
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.
Tasa de emprendedores(as) establecidos(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocio establecido, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses ya sea por venta, cierre o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.
Motivación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en una actividad emprendedora en etapas iniciales, que manifiesta motivación por iniciar un negocio por oportunidad (ser independientes o incrementar sus ingresos) o por necesidad (no tienen otra opción real de empleo).
ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS	
Actividad emprendedora en etapas iniciales con altas expectativas de crecimiento	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio y que espera emplear, por lo menos, 20 personas en los próximos cinco años.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada al mercado de nuevos productos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial que señalan que sus productos o servicios son nuevos para, al menos, algunos de sus clientes y que no hay muchos negocios que tengan una oferta similar.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a mercados internacionales: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) en etapas iniciales que indica que, al menos, un 25% de sus clientes provienen de mercados extranjeros.
Actividad emprendedora en fase inicial en sectores tecnológicos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial (como fue antes definido) que es activo en el sector de la "alta tecnología" o "medio alta", de acuerdo a la clasificación de la OCDE (2003).

5. Ficha metodológica

5.1. 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, con base en los datos del CENSO 2012-INE
Tamaño muestral	6.212 casos del año
Total muestra regional (Región del Maule)	618 casos válidos
Fecha de trabajo de campo	Mayo - Julio 2015
Encuestador	Questio

6. Acerca de los autores

Christian Bacciarini González

Profesional multidisciplinar, con estudios de pregrado en Ciencias, Arquitectura y Psicología, y estudios de postgrado en Psicología Organizacional e Ingeniería Industrial cursados principalmente en la Universidad de Chile y la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente es Subdirector de Proyectos de Innovación en la Universidad Tecnológica de Chile INACAP, siendo sus principales áreas de investigación e interés la gestión de la innovación y emprendimiento, y el desarrollo de modelos predictivos para apoyar la toma de decisiones.

Posee más de 15 años de experiencia profesional liderando equipos multidisciplinarios en organizaciones tanto públicas como privadas, con amplia experiencia en Dirección de Proyectos, Gestión de la Innovación y Cambio Organizacional. Ha diseñado, dirigido y participado en numerosos proyectos financiados por el Banco Mundial (BIRF), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Conicyt, Corfo, Mineduc y otros de financiamiento privado desarrollados principalmente en áreas de ingeniería, construcción, energía, TI, emprendimiento, desarrollo económico y social, y educación superior tanto en Chile como en el extranjero.

Francisca Gómez Gajardo, PhD

Doctora en Ingeniería en Planificación de Proyectos de Desarrollo Rural y Gestión Sostenible, obtenido en la Universidad Politécnica de Madrid (España), y Master of Science en Desarrollo Económico Local, obtenido en London School of Economics and Political Science (Reino Unido). Actualmente es Subdirectora de Programas de Postgrado en la Universidad Tecnológica de Chile INACAP.

Su experiencia profesional y de investigación aplicada se orienta al análisis de procesos de desarrollo económico regional y local, observancia de mercados laborales principalmente enfocado hacia la competitividad y productividad de los sectores y sus territorios, desarrollado principalmente en Latinoamérica y Europa, participando en proyectos en ámbitos del desarrollo económico local para Unesco, OIT, Flacso, Fundación Ford, Fundación Chile, entre otros.

7. 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

Coordinadora GEM Chile

aabarca@udd.cl

Tel: (562) 23279801

7.1. 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, quienes participaron en el ciclo 2015.

Región	Institución	Equipo
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Mauricio Vega, Fernando Rosales Alberto Martínez, Evadil Ayala
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romaní, Miguel Atienza
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Karla Soria
Región de Valparaíso	Universidad Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández, Jorge Cea Paulina Santander, Diego Yáñez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós, Adriana Abarca
Región del Maule	Universidad Tecnológica de Chile INACAP	Christian Bacciarini, Francisca Gómez
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza
	Universidad Técnica Federico Santa María, Sede Concepción	Patricio Rojas
	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós, Adriana Abarca
Región de La Araucanía	Universidad de la Frontera	Claudina Uribe, Paulina Sanhueza Claudia Gómez, Víctor Valenzuela
Región de Los Lagos	Universidad Tecnológica de Chile INACAP	Christian Bacciarini, Francisca Gómez

8. Colaboradores

EL PROYECTO GEM CHILE ES UNA INICIATIVA DE:

Universidad del Desarrollo

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

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

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

En el año 2010, la UDD firma una alianza estratégica con el Stanford Technology Venture Program (STVP), el centro de innovación más importante de la Universidad de Stanford. Se crea el Programa iCubo, que une a las Facultades de Diseño e 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 el primer puesto a nivel latinoamericano en la enseñanza del emprendimiento, en el Ranking de Escuelas de Negocios de la revista AméricaEconomía.

Más información en: www.udd.cl



Wayra-Grupo Telefónica

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

Desde que comenzó a operar, Wayra ha recibido más de 17 mil propuestas de negocio en 20 meses, lo que equivale a casi una por hora. El año 2012 invirtió USD 9.100.100 en financiamiento para emprendimientos.

Más información en: www.wayra.org



9. 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 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 SofofalInnova, el Centro de Innovación y Emprendimiento de Sofofa. Se funda el 3 de junio del año 2010, en el Primer Encuentro Nacional de Emprendimiento e Innovación ENEI 2010, el primer Summit de Innovación de la Corporación.

SofofalInnova 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

SOFOFA | centro de
innova | innovación
y emprendimiento

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 construir una sociedad de oportunidades.

Visión:

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

Misión:

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

Más información en: www.corfo.cl

CORFO
sueña emprende crece



INACAP es un sistema integrado de Educación Superior, constituido por la Universidad Tecnológica de Chile INACAP, el Instituto Profesional INACAP y el Centro de Formación Técnica INACAP, que comparten una Misión y Valores Institucionales.

El Sistema Integrado de Educación Superior INACAP y su Organismo Técnico de Capacitación INACAP están presentes, a través de sus 26 Sedes, en las 15 regiones del país.

INACAP es una corporación de derecho privado, sin fines de lucro. Su Consejo Directivo está integrado por miembros elegidos por la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC), la Corporación Nacional Privada de Desarrollo Social (CNPDS) y el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), filial de CORFO.



CENTRO DE FORMACIÓN TÉCNICA INACAP ACREDITADO

6

años

- Gestión Institucional.
- Docencia de Pregrado.

ENERO 2018

INSTITUTO PROFESIONAL INACAP ACREDITADO

6

años

- Gestión Institucional.
- Docencia de Pregrado.

DICIEMBRE 2022

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CHILE INACAP ACREDITADA

2

años

- Gestión Institucional.
- Docencia de Pregrado.
- Vinculación con el Medio.

NOVIEMBRE 2018