

# Reporte Regional

## Los Lagos **2016**



Francisca Gómez Gajardo  
Adriana Abarca Montero  
Christian Bacciarini González





# Reporte Regional Los Lagos 2016

Primera Edición

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL



Santiago – Chile

ISBN: 978-956-8336-46-2

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

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.

# Reporte Regional

## Los Lagos 2016



Francisca Gómez Gajardo  
Adriana Abarca Montero  
Christian Bacciarini González

# TABLA CONTENIDOS

|                                                                                               |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. INTRODUCCIÓN</b>                                                                        | <b>10</b> |
| 1.1 ACERCA DEL GEM                                                                            | 12        |
| 1.2 MARCO CONCEPTUAL                                                                          | 12        |
| 1.3 METODOLOGÍA DEL GEM                                                                       | 13        |
| 1.4 PROCESO EMPRENDEDOR Y DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM                                     | 14        |
| 1.5 SOBRE ESTE REPORTE                                                                        | 14        |
| <b>2. VALORES SOCIALES HACIA EL EMPRENDIMIENTO Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES</b>                   | <b>16</b> |
| 2.1 COMPARATIVA REGIONAL                                                                      | 18        |
| 2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS                                                                 | 20        |
| 2.3 MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS                                                                | 22        |
| 2.4 DISTRIBUCIÓN POR SECTORES                                                                 | 23        |
| 2.5 EDAD Y GÉNERO                                                                             | 24        |
| 2.6 NIVEL EDUCACIONAL                                                                         | 26        |
| 2.7 NIVEL DE INGRESOS                                                                         | 27        |
| 2.8 DESCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS                                                           | 27        |
| 2.9 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS                                                                | 28        |
| 2.10 ORIENTACIÓN A LA INNOVACIÓN                                                              | 29        |
| 2.11 INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA                                                    | 31        |
| 2.12 UTILIZACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS                                                        | 32        |
| 2.13 POTENCIAL DE EXPANSIÓN DE MERCADO                                                        | 33        |
| <b>3. FACTORES DEL ECOSISTEMA PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN LOS LAGOS</b>                       | <b>34</b> |
| 3.1 ANÁLISIS GENERAL DE LAS CONDICIONES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR                            | 37        |
| 3.2 ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LAS CONDICIONES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN LOS LAGOS | 39        |
| <b>4. REFERENCIAS</b>                                                                         | <b>42</b> |
| <b>5. EXPERTOS CONSULTADOS</b>                                                                | <b>44</b> |
| <b>6. FICHA METODOLÓGICA</b>                                                                  | <b>46</b> |
| 6.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA                                                               | 47        |
| 6.2 ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES                                                         | 47        |
| <b>7. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE</b>                                                       | <b>48</b> |
| 7.1 EQUIPO GEM CHILE                                                                          | 49        |
| <b>8. V Y V: BANQUETERÍA SALUDABLE</b>                                                        | <b>51</b> |
| <b>9. BRAYEN: LAVANDA PARA EL ALMA</b>                                                        | <b>52</b> |
| <b>10. GREENSTYLE: AGRICULTURA ORGÁNICA</b>                                                   | <b>52</b> |
| <b>11. APARTAMENTOS CHUCAO: ALOJAMIENTO LOW COST</b>                                          | <b>53</b> |
| <b>12. SOBRE LOS AUTORES</b>                                                                  | <b>54</b> |

|                   |    |
|-------------------|----|
| 13. COLABORADORES | 56 |
|-------------------|----|

|                    |    |
|--------------------|----|
| 14. PATROCINADORES | 56 |
|--------------------|----|

#### TABLAS

|                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| TABLA 2.1: INDICADORES DE ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)     | 18 |
| TABLA 2.2: FACTORES DE INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO | 20 |
| TABLA 2.3: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR                                 | 22 |
| TABLA 3.1 CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA                                                   | 36 |

#### FIGURAS

|                                                                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| FIGURA 1.1: EL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM                                                                                                    | 13 |
| FIGURA 1.2: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM                                                                   | 14 |
| FIGURA 2.1: ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)                                                       | 19 |
| FIGURA 2.2: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN LAS REGIONES PARTICIPANTES EN CHILE, EN 2016                                     | 21 |
| FIGURA 2.3: BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES I                                                            | 22 |
| FIGURA 2.4: BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES II                                                           | 22 |
| FIGURA 2.5: DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS                                                | 24 |
| FIGURA 2.6: EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES, SEGÚN GRUPO DE EDAD                                                                       | 24 |
| FIGURA 2.7: EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS, SEGÚN GRUPO DE EDAD                                                                              | 25 |
| FIGURA 2.8: EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS, SEGÚN GÉNERO                                                               | 25 |
| FIGURA 2.9: PROPORCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA                                                                     | 26 |
| FIGURA 2.10: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA, SEGÚN INGRESO FAMILIAR                                                                                | 27 |
| FIGURA 2.11: RAZONES EXPRESADAS TRAS LA DISCONTINUACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO                                                               | 28 |
| FIGURA 2.12: NÚMERO DE TRABAJADORES Y POTENCIAL NÚMERO DE TRABAJADORES EN LOS NEGOCIOS DE LOS EMPRENDEDORES, SEGÚN ETAPA DE EMPRENDIMIENTO | 29 |
| FIGURA 2.13: NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS                                                                                | 30 |
| FIGURA 2.14: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA                                                                                         | 31 |
| FIGURA 2.15: USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS                                                                                          | 32 |
| FIGURA 2.16: PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES, SEGÚN ORIENTACIÓN A MERCADOS INTERNACIONALES                                                     | 33 |
| FIGURA 3.1: INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS Y EL RESTO DE CHILE (1/2)                           | 37 |
| FIGURA 3.2: CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS Y EL RESTO DE CHILE (2/2)                                           | 38 |
| FIGURA 3.3: EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DE LOS LAGOS                                                                  | 39 |

# PRESENTACIÓN

---

El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor a lo largo de su historia ha medido la dinámica emprendedora de más de 100 economías, convirtiéndose en el más extenso proyecto de investigación sobre emprendimiento a nivel internacional.

En Chile no es la excepción, con más de una década de mediciones, el GEM se ha constituido un referente dado su alcance nacional y, como ya hemos señalado, también con una aproximación regional, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más grandes del país.

Actualmente, el proyecto GEM Chile se ha posicionado como un importante aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública a través de la generación de información que permita comprender de mejor manera el complejo fenómeno del emprendimiento, desde el ámbito local, y su posicionamiento como motor de desarrollo en las regiones.

Por segundo año consecutivo, como Universidad Tecnológica de Chile INACAP tenemos el agrado de compartir con ustedes el reporte regional de la región de Los Lagos, como parte de nuestro desafío de contribuir para proveer de información relevante que permita comprender de mejor forma los ecosistemas regionales de innovación y emprendimiento.

Queremos agradecer a GEM Chile y la Universidad del Desarrollo por la invitación a participar en este proyecto, así como a las universidades e instituciones asociadas a nivel regional que participaron en el año 2016 en el desarrollo de los reportes regionales, así como a sus coordinadores e investigadores y a sus diferentes auspiciadores.

Agradecemos a todas las mujeres y hombres encuestados en la Región que, de forma anónima, participaron de la encuesta entregando la información que constituye el pilar fundamental de esta investigación, así como a los expertos entrevistados. Finalmente, a cada una de las emprendedoras y emprendedores de la región de Los Lagos que, con su trabajo, contribuyen al desarrollo económico y social de Chile.

Como Institución buscamos ser un aporte al conocimiento y al debate en el tema de emprendimiento, buscando que las políticas, estrategias y actividades que fomenten esta actividad puedan tener el impacto esperado, y promover el desarrollo regional equitativo.

Sinceramente esperamos que este reporte sea útil para cada uno de ustedes y que constituya un real aporte para el fortalecimiento del ecosistema emprendedor de la Región.

**Dr. André Beaujanot Quintana**

Vicerrector de Innovación y Postgrado

Universidad Tecnológica de Chile INACAP



# RESUMEN EJECUTIVO

En el año 2016, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), ha completado su decimotercer ciclo anual, lo que lo 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 2016, participaron en el estudio más de 65 países de todos los continentes y, prácticamente, de todas las regiones del mundo. Dicha muestra representa un 69,2% de la población mundial y un 89,4% del PIB mundial, incluyendo una amplia gama de niveles de desarrollo.

El GEM en Chile, durante el ciclo 2016, ha utilizado como muestra a 9.196 personas mayores de 18 años, a través de un muestreo a nivel nacional, considerando muestras adicionales en todas las regiones. Complementariamente, durante este año, fue la primera vez que se constituyó el panel de expertos regional cuyas opiniones se recogen en el siguiente reporte.

## CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES Y VALORACIÓN SOCIAL DEL EMPRENDIMIENTO

Un 48,9% 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 62,8% de ellos considera que tiene los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o una empresa.

Aun cuando un 32,5% indica que el miedo al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio, el 50% manifestó intención de emprender en los próximos tres años.

Cerca del 59% de los encuestados indica que los emprendedores exitosos gozan de gran prestigio social y 63% indica que se puede ver, a menudo, noticias en los medios de comunicación 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 23% 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 9,81%.

De los emprendedores iniciales, el 11% indicó que su motivación para iniciar un emprendimiento fue el descubrir una oportunidad de negocio, mientras el 3% lo hizo por necesidad (no tenía otra fuente de empleo).

## ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

En la actualidad, el 29,2% de los emprendedores en etapas iniciales y el 30,1% de los establecidos declararon tener de una a cinco personas trabajando en sus negocios. A futuro, el 13% de los emprendedores en etapas iniciales aspiran a contratar 20 trabajadores o más.

En relación a la novedad de sus productos, el 49% de los emprendedores iniciales y el 50% de los establecidos manifestaron que sus productos eran nuevos para todos sus clientes.

Un 19% de los iniciales y 9% de los establecidos declararon que la tecnología usada en su empresa es muy nueva, es decir, inferior a un año.



# 1. INTRODUCCIÓN

---

Este año el proyecto Global Entrepreneurship Monitor Internacional cumplió 18 años de existencia. Durante este periodo, ha publicado sin interrupciones reportes anuales acerca de la dinámica y el estado de emprendimiento a nivel mundial, incluyendo a más de 100 economías en algunos ciclos. Chile se unió a esta iniciativa en 2002, encargándose de reportar los indicadores de valores sociales, actividad emprendedora, aspiraciones y ecosistema emprendedor a nivel nacional. En 2015, la Universidad Tecnológica de Chile INACAP se hace par regional, representando a la región de Los Lagos. Así, el proyecto GEM Chile se convierte en la iniciativa más relevante para comprender el fenómeno del emprendimiento y su dinámica a nivel nacional y contribuir al desarrollo regional de esta actividad.

## 1.1 ACERCA DEL GEM

El GEM es el proyecto académico internacional más importante sobre la medición del emprendimiento a nivel mundial. Comenzó en 1997 con diez países, y hasta hoy han participado más de 100 naciones a lo largo de su historia. Desde entonces, ha sido una fuente de recursos e información que ha sido utilizada por organizaciones internacionales como las Naciones Unidas, el World Economic Forum, el Banco Mundial, la OCDE entre otras, como referente de información para sus análisis.

El GEM explora el rol de la actividad emprendedora en la economía, poniendo especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, el modelo del GEM reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de las naciones, así como las diferencias en el papel y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas.

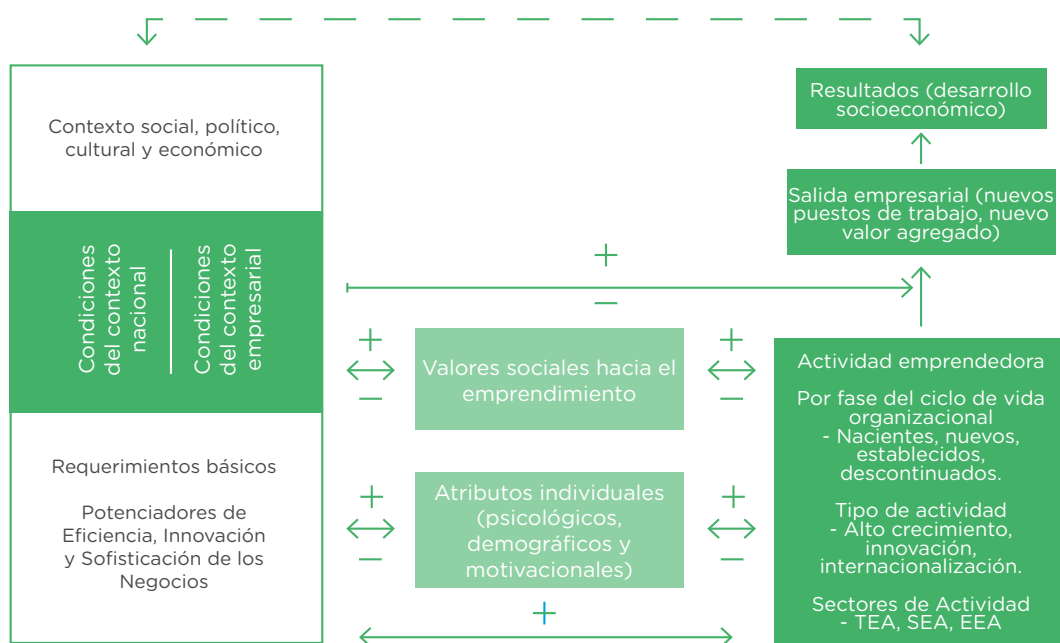
Con esto, el GEM se basa en tres premisas: la primera es que el emprendimiento es importante para el desarrollo, ya que la prosperidad económica y social dependen en buena parte de la dinámica emprendedora. Evidentemente, las economías son heterogéneas. De esta manera, en algunas prevalece un mayor nivel 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 quienes llevan a cabo la actividad emprendedora. Los beneficios del emprendimiento son relevantes, porque involucran la participación de todos los grupos de la sociedad, incluidas las mujeres, diferentes grupos etarios y con diferentes niveles de educación, y las minorías desfavorecidas. Por último, la 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.

Dado el crecimiento del proyecto, en 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 quienes desarrollan líneas de investigación académica asociada a la actividad emprendedora.

## 1.2 MARCO CONCEPTUAL

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. Esta evolución responde a tres grandes objetivos: (i) determinar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico de los diferentes países, (ii) descubrir los factores que favorecen o dificultan la actividad emprendedora, especialmente de las relaciones entre las condiciones nacionales para el emprendimiento, valores sociales, características de las personas y de la actividad emprendedora y (iii) identificar las implicaciones políticas para la mejora de la capacidad emprendedora en una economía. En la Figura 1.1 se puede apreciar el actual marco conceptual del GEM.

FIGURA 1.1:  
EL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM



## 1.2 METODOLOGÍA DEL GEM

El equipo central de datos del GERA coordina - con la colaboración de cada equipo nacional - la aplicación de la encuesta de Población Adulta (Adult Population Survey (APS)) y la Encuesta de Expertos Nacionales (National Expert Survey (NES)). A través de estos instrumentos, se lleva a cabo la recolección de datos, la definición de las muestras representativas, diseño e implementación del trabajo de campo y la armonización de la información recolectada durante el ciclo. Ambas encuestas son idénticas en todos los países y regiones participantes del GEM, lo que asegura la estandarización de los datos, de calidad y comparables entre las distintas economías. En cada ciclo del GEM, los instrumentos se complementan con preguntas para recopilar información acerca de temas especiales, como emprendimiento social, emprendimiento senior, entre otros.

En términos metodológicos, la Encuesta a la Población Adulta se aplica a un mínimo de 2.000 adultos, de entre 18 y 64 años, por país participante en el proyecto. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara o una combinación de ambos, principalmente 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 es una encuesta más de tipo cualitativa, que recoge información de las condiciones del marco emprendedor de cada país. Es una encuesta de percepción que es aplicada a un mínimo de 36 personas que son catalogadas como expertos y expertas, ya sea porque tienen un amplio conocimiento del contexto emprendedor del país o bien porque son emprendedores de gran trayectoria que han “vivido en carne propia” el proceso emprendedor.

Ambas encuestas son idénticas para todos los países, economías o regiones que participan en el GEM, de tal manera que tener estas herramientas y procedimientos estandarizados, permiten asegurar la calidad de los datos y que estos sean comparables entre los países/regiones participantes<sup>1</sup>. 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.

1. La información actualizada sobre los procedimientos de recolección de datos está disponible en el Manual de Datos del GEM en [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

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. 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. Tanto el informe global como los regionales, son producidos por investigadores que se ofrecieron como voluntarios de los equipos nacionales.

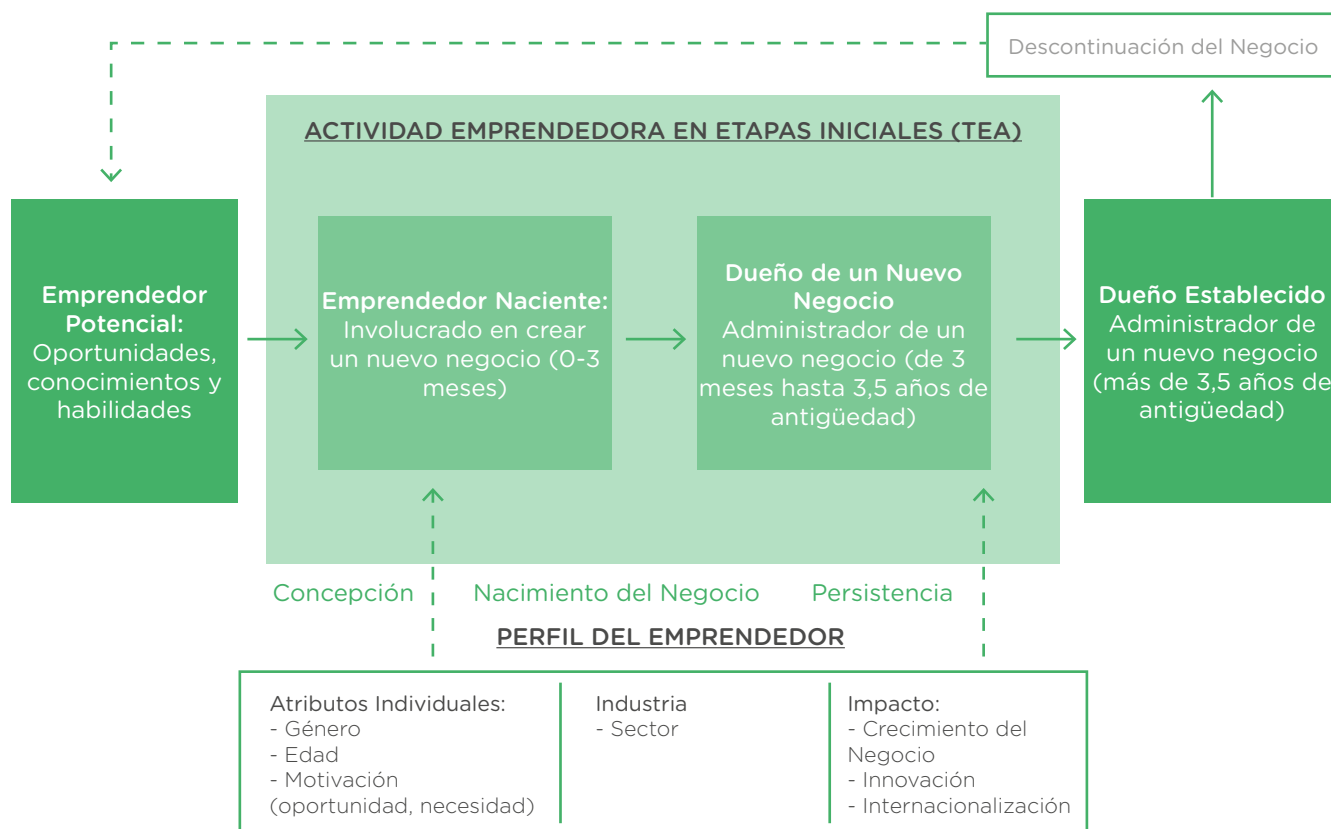
En 2016, todas las regiones de Chile tuvieron sobremuestreo, gracias a los pares regionales. En aquellas donde no hubo, un proyecto CORFO PES liderado por la Universidad del Desarrollo, cubrió las regiones restantes<sup>2</sup>.

## 1.4 PROCESO EMPRENDEDOR Y DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM

El GEM abarca el ciclo de vida del proceso emprendedor y observa al individuo desde el momento en que compromete recursos para iniciar un negocio, del cual tiene como expectativa ser dueño (emprendedor naciente); luego, cuando ya es dueño y dirige un nuevo negocio y además ha pagado sueldos por más de tres meses, pero menos de 42 meses (dueño de un nuevo negocio); y cuando es dueño y dirige un negocio establecido, es decir, en operación por más de 42 meses (dueños establecidos). La Figura 1.2 resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

FIGURA 1.2:

### EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM



## 1.5 SOBRE ESTE REPORTE

La información del ciclo 2016 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 de Los Lagos.

2. Mas información en: <http://ober.udd.cl/>





Banco Imágenes SERNATUR









## 2. VALORES SOCIALES HACIA EL EMPRENDIMIENTO Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES

---

El GEM, en su modelo conceptual, destaca la importancia de algunos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora. Estos factores son aquellos relacionados con la actitud que presentan las personas respecto al fenómeno del emprendimiento: percepción de oportunidades, percepción de capacidades y miedo al fracaso.

Sumado a esto, existen ciertas condiciones dadas por el contexto nacional, entendiendo a este como el conjunto de aspectos políticos, económicos y sociales relacionados con el emprendimiento, capaces de potenciar o frenar la actividad emprendedora. Dentro de estas variables, el GEM considera: emprendimiento como opción de carrera deseable, reconocimiento a los emprendedores exitosos y atención que los medios de comunicación le prestan al emprendimiento. Estos factores juegan un rol fundamental en el desarrollo de la dinámica de emprendimiento, ya que pueden mejorar la actitud de las personas frente al emprendimiento, aumentando las intenciones de emprender.

## 2.1 COMPARATIVA REGIONAL

El GEM destaca, dentro de la valoración social, ciertos aspectos que consideran el inicio de un negocio como una forma de carrera laboral, versus el hecho de ser empleado; también en cuanto a valoración social si los emprendedores son reconocidos y admirados dentro de la sociedad por el rol que cumplen, y si los medios de comunicación dan cobertura a los emprendedores exitosos. Todo lo que sea en pro de tener una cultura emprendedora dentro del país. De igual forma, dentro de esta dinámica, tienen un rol importante los atributos individuales del emprendedor, como el deseo de comenzar un negocio y los conocimientos y habilidades que posee para emprender.

La Tabla 2.1 muestra a nivel regional los indicadores de valoración social y atributos personales previamente descritos para el ciclo 2016.

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

| Región                    | 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 |
|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| I - Tarapacá              | 49,3                        | 65,8                      | 28,8              | 56,3                        | 68,5                                           | 65,4                                        | 51,1                                                             |
| II - Antofagasta          | 49,6                        | 65,0                      | 32,1              | 56,1                        | 65,2                                           | 66,2                                        | 53,7                                                             |
| III - Atacama             | 36,2                        | 62,8                      | 30,8              | 45,4                        | 75,6                                           | 68,2                                        | 59,4                                                             |
| IV - Coquimbo             | 54,1                        | 60,7                      | 30,0              | 51,5                        | 70,1                                           | 66,4                                        | 60,6                                                             |
| V - Valparaíso            | 47,6                        | 61,9                      | 28,6              | 50,7                        | 64,7                                           | 62,2                                        | 58,0                                                             |
| VI - Lib. Bdo. O' Higgins | 53,3                        | 60,5                      | 31,0              | 47,1                        | 74,0                                           | 67,2                                        | 65,6                                                             |
| VII - Maule               | 51,3                        | 62,1                      | 29,0              | 52,1                        | 75,1                                           | 66,1                                        | 64,0                                                             |
| VIII - Biobío             | 51,7                        | 61,1                      | 32,8              | 45,5                        | 71,8                                           | 69,7                                        | 65,3                                                             |
| IX - Araucanía            | 42,1                        | 60,6                      | 31,7              | 49,1                        | 64,9                                           | 66,4                                        | 54,9                                                             |
| X - De Los Lagos          | 48,9                        | 62,8                      | 32,5              | 50,6                        | 68,0                                           | 59,4                                        | 63,7                                                             |
| XI - Aysén                | 58,08                       | 70,56                     | 27,8              | 52,04                       | 67,44                                          | 62,66                                       | 64,14                                                            |
| XII - Magallanes          | 66,62                       | 63,88                     | 31,7              | 53,79                       | 65,6                                           | 59,5                                        | 58,75                                                            |
| XIII - Metropolitana      | 51,65                       | 59,83                     | 31,73             | 45,19                       | 59,86                                          | 61,33                                       | 58,91                                                            |
| XIV - De Los Ríos         | 46,56                       | 64,58                     | 34,98             | 46,4                        | 76,03                                          | 67,47                                       | 70,05                                                            |
| XV - Arica y Parinacota   | 47,69                       | 66,69                     | 26,13             | 58,33                       | 69,78                                          | 60,5                                        | 63,54                                                            |
| Chile                     | 50,38                       | 61,21                     | 31,23             | 47,92                       | 65,58                                          | 63,85                                       | 60,27                                                            |

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

\*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.

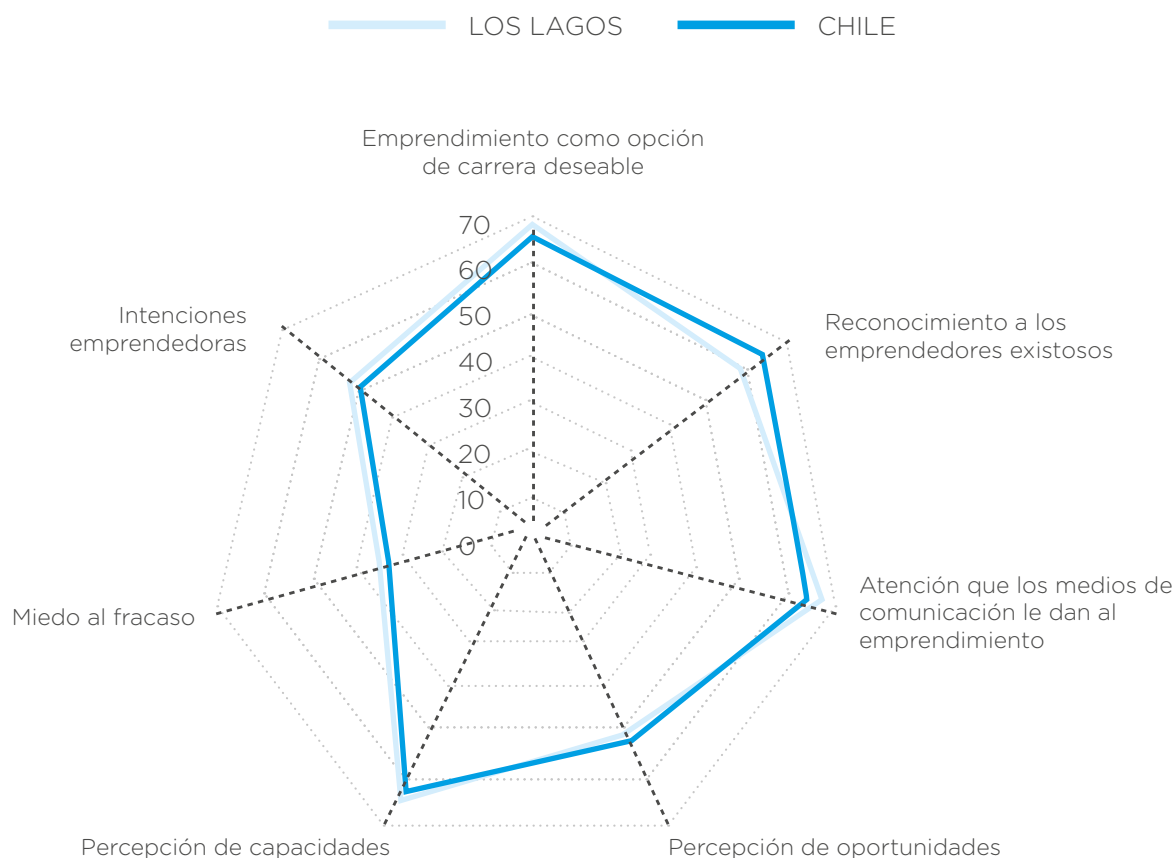
La Figura 2.1 muestra el contrastaste de los resultados nacionales y los de la Región. Podemos observar que no hay grandes diferencias en las mediciones:

- En percepción de oportunidades la región de Los Lagos alcanza un 48,9%, mientras que la medición nacional alcanzó un 50,38%.
- En percepción de capacidades la medición nacional fue de un 61,21%, mientras que la regional fue levemente superior con un 62,8%.
- En miedo al fracaso la medición regional está levemente superior a la medición nacional, con un 32,5% versus un 31,23%.
- La región de Los Lagos está por sobre la medición nacional con 2,7 puntos porcentuales en intenciones emprendedoras.

- El emprendimiento como opción de carrera deseable es mayor a nivel regional con un 68,0% versus un 65,5%.
- En la medición de reconocimiento a los emprendedores exitosos, la región de Los Lagos reconoce menos a sus emprendedores con un 59,4% versus un 63,8%.
- Y a nivel regional los medios le dan más atención al emprendimiento (63% versus un 60,3% a nivel país).

FIGURA 2.1

## ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

La Tabla 2.2 grafica los factores de influencia en la percepción de los encuestados según su etapa de emprendimiento: sin ninguna relación con la actividad emprendedora, con alguna relación con las actividades emprendedoras, emprendedores nacientes, nuevos empresarios y actividad emprendedora establecida.

Para la región de Los Lagos, en relación a la pregunta si cree que dentro de seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un negocio o empresa en el lugar donde vive y declarando ser nuevos empresarios, un 46% afirma que así será; si el encuestado declara no tener ninguna relación con la actividad emprendedora, esa medición llega al 54%.

En relación a la pregunta si cree que tiene los conocimientos y habilidades necesarias para iniciar un negocio o una empresa, la medición regional es muy similar a la nacional. Así, aquellos que declaran ser nuevos empresarios, afirman en un 94% que tienen los conocimientos y habilidades para poner en marcha un negocio.

Por último, es interesante destacar que Los Lagos en todas las fases de actividades emprendedora, los emprendedores declaran tener mayor miedo al fracaso, frente a la medición nacional, excepto en la categoría nuevos empresarios.

TABLA 2.2:

## FACTORES DE INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO

| ¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?                              |                                                |                                                   |                             |                            |                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|------------------------------------|
|                                                                                                                                       | Sin relación con alguna actividad emprendedora | Con alguna relación con actividades emprendedoras | Emprendedores(as) nacientes | Nuevos(as) empresarios(as) | Actividad emprendedora establecida |
| Los Lagos                                                                                                                             | 25%                                            | 59%                                               | 52%                         | 70%                        | 63%                                |
| Chile                                                                                                                                 | 32%                                            | 60%                                               | 54%                         | 71%                        | 61%                                |
| ¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive? |                                                |                                                   |                             |                            |                                    |
|                                                                                                                                       | Sin relación con alguna actividad emprendedora | Con alguna relación con actividades emprendedoras | Emprendedores(as) nacientes | Nuevos(as) empresarios(as) | Actividad emprendedora establecida |
| Los Lagos                                                                                                                             | 46%                                            | 54%                                               | 62%                         | 50%                        | 47%                                |
| Chile                                                                                                                                 | 49%                                            | 53%                                               | 59%                         | 53%                        | 42%                                |
| ¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?                |                                                |                                                   |                             |                            |                                    |
|                                                                                                                                       | Sin relación con alguna actividad emprendedora | Con alguna relación con actividades emprendedoras | Emprendedores(as) nacientes | Nuevos(as) empresarios(as) | Actividad emprendedora establecida |
| Los Lagos                                                                                                                             | 50%                                            | 89%                                               | 86%                         | 94%                        | 85%                                |
| Chile                                                                                                                                 | 50%                                            | 86%                                               | 84%                         | 87%                        | 89%                                |
| ¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?                                                                              |                                                |                                                   |                             |                            |                                    |
|                                                                                                                                       | Sin relación con alguna actividad emprendedora | Con alguna relación con actividades emprendedoras | Emprendedores(as) nacientes | Nuevos(as) empresarios(as) | Actividad emprendedora establecida |
| Los Lagos                                                                                                                             | 37%                                            | 24%                                               | 25%                         | 16%                        | 34%                                |
| Chile                                                                                                                                 | 36%                                            | 23%                                               | 22%                         | 20%                        | 27%                                |

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

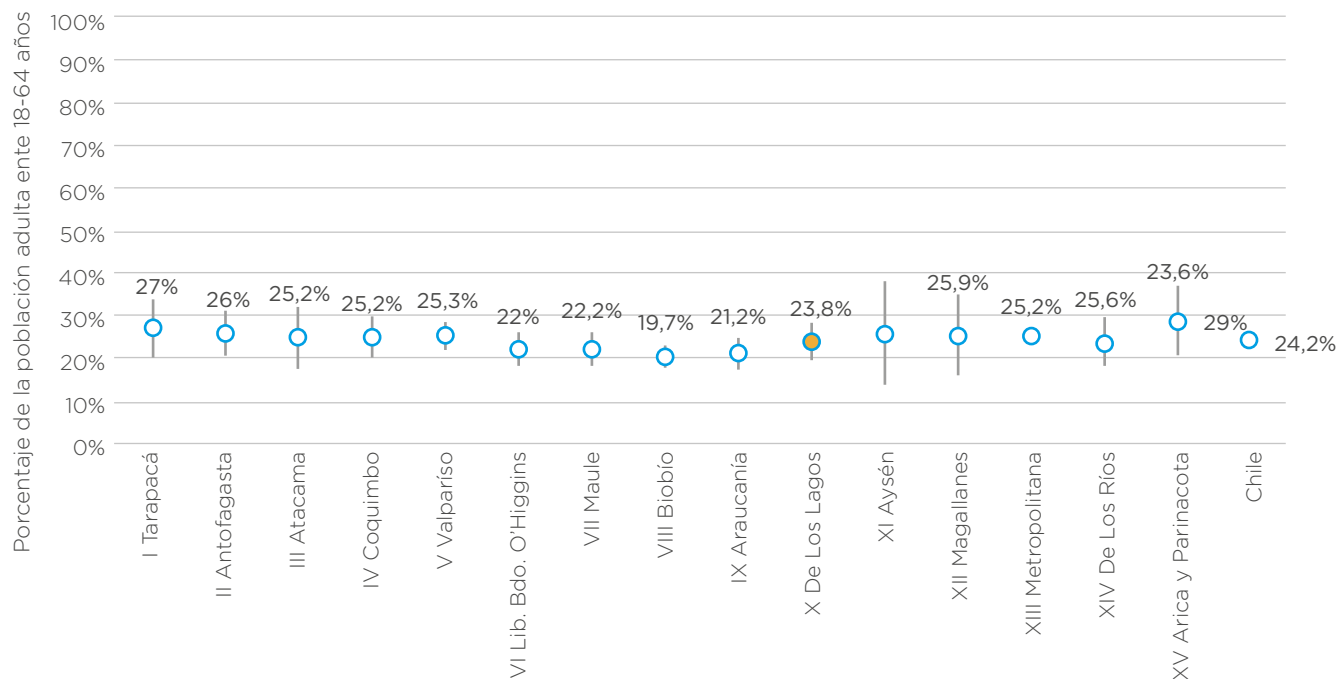
El modelo del GEM hace distinción entre las diferentes etapas de la actividad emprendedora: partiendo por emprendedores que están participando activamente en la creación de un nuevo negocio; aquellos que son dueños de nuevos negocios; y están por último los que son dueños de un negocio establecido.

La siguiente sección del reporte se dedica a analizar los resultados obtenidos para los emprendedores de la región de Los Lagos comparado con el país.

La Figura 2.2 muestra el indicador TEA, es decir, la actividad emprendedora en etapas iniciales para las regiones del país. Este año el indicador tuvo un leve retroceso comparado con la medición del ciclo anterior, donde la región del Los Lagos obtuvo un 24,11%, mientras que este año solo alcanzó un 23,8%. Para Chile también la medición tuvo un retroceso bajando de un 25,90% a 24,2%.

FIGURA 2.2:

### ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN LAS REGIONES PARTICIPANTES EN CHILE EN 2016



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

Para ahondar más en el proceso emprendedor, la Tabla 2.3 muestra las mediciones de la actividad emprendedora, según la etapa del proceso emprendedor en que se encuentren y dividido por Región. Si analizamos la región de Los Lagos, se redujo la medición de la actividad emprendedora naciente de un 17,1% a un 14,21%. Esta medición considera al porcentaje de la población entre 18 y 64 años que se encuentra activamente involucrado en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no ha pagado sueldos o cualquier otro tipo de retribución, por más de tres meses. Si analizamos la dimensión de nuevos negocios, gerentes y propietarios aumentó la medición pasando de un 7,4% a un 9,9%.

El TEA es el indicador que mide el porcentaje de la población entre 18 y 64 años que es emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio. El año pasado la región de Los Lagos alcanzó una medición del 24,11% y para este ciclo desciende levemente a un 23,8%. La variación mayor resulta ser en negocios, gerentes y propietarios establecidos, donde el ciclo anterior un 8,22% de la población entre 18 y 64 años declaraba estar dentro de esta situación; para este año alcanzó 9,8%. Sin embargo, a pesar de estos indicadores, la tasa de discontinuación del negocio se mantiene relativamente estable de un 6,17% a un 6,21%.



**TABLA 2.3**  
**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR**

| Región                    | Número | Actividad emprendedora naciente | Nuevos negocios, gerentes y propietarios | Fase inicial de actividad emprendedora (TEA) | Negocios, gerentes y propietarios establecidos | Tasa de discontinuación |
|---------------------------|--------|---------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------|
| I - Tarapacá              | 1      | 18,61                           | 8,96                                     | 27,16                                        | 6,2                                            | 6,38                    |
| II - Antofagasta          | 2      | 16,02                           | 10,16                                    | 25,96                                        | 5,96                                           | 8,27                    |
| III - Atacama             | 3      | 13,37                           | 12,25                                    | 25,21                                        | 5,73                                           | 5,24                    |
| IV - Coquimbo             | 4      | 15,54                           | 10,08                                    | 25,22                                        | 7,78                                           | 4,78                    |
| V - Valparaíso            | 5      | 16,89                           | 8,87                                     | 25,27                                        | 11,23                                          | 3,89                    |
| VI - Lib. Bdo. O' Higgins | 6      | 12,34                           | 10,03                                    | 22,02                                        | 6,96                                           | 4,36                    |
| VII - Maule               | 7      | 16,59                           | 6,33                                     | 22,21                                        | 2,69                                           | 4,79                    |
| VIII - Biobío             | 8      | 13,18                           | 7,09                                     | 19,68                                        | 7,94                                           | 5,02                    |
| IX - Araucanía            | 9      | 13,3                            | 8,26                                     | 21,23                                        | 11,47                                          | 7                       |
| X - De Los Lagos          | 10     | 14,21                           | 9,99                                     | 23,77                                        | 9,81                                           | 6,21                    |
| XI - Aysén                | 11     | 16,95                           | 9,64                                     | 25,92                                        | 9,69                                           | 4,83                    |
| XII - Magallanes          | 12     | 14,88                           | 10,68                                    | 25,15                                        | 7,18                                           | 6,01                    |
| XIII - Metropolitana      | 13     | 16,57                           | 9,89                                     | 25,57                                        | 7,67                                           | 4,23                    |
| XIV - De Los Ríos         | 14     | 13,92                           | 10,29                                    | 23,59                                        | 9,38                                           | 3,87                    |
| XV - Arica y Parinacota   | 15     | 18,78                           | 11,24                                    | 28,98                                        | 7,76                                           | 7,13                    |

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.3 MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS

El modelo del GEM entiende que existen dos tipos de motivaciones que llevan a los individuos a tomar la decisión de emprender: oportunidad y necesidad. La primera hace relación con la oportunidad de llevar una idea al mercado y desarrollar un nuevo negocio, es decir, el emprendedor decide materializar una idea que posee potencial de crecimiento. Dentro de estos emprendedores, podemos distinguir aquellos que son motivados por incrementar su nivel de ingreso, su deseo de tener mayor independencia o bien motivos mixtos.

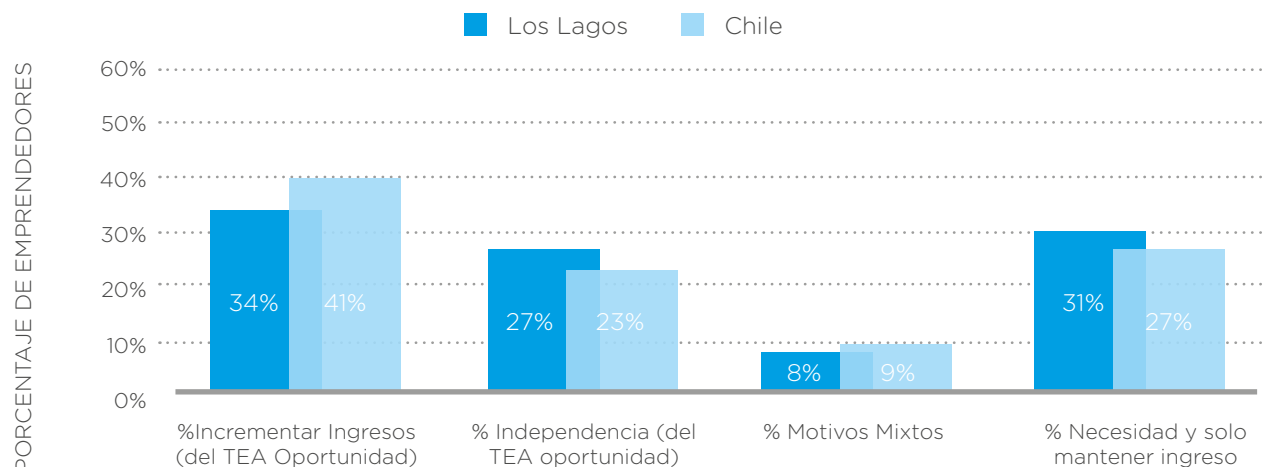
Aquellos que declaran ser motivados por necesidad, fueron quienes que no tuvieron otra opción de empleo y deciden emprender porque necesitan conseguir recursos para poder solventar su carga financiera familiar. Dentro de ellos también están los autoempleados, que son quienes se ven forzados a desarrollar su negocio.

En la Figura 2.3 se muestra el balance de los motivadores para aquellos emprendedores que declaran estar en etapas iniciales. Para la Región podemos apreciar que el 34% de ellos declara que emprendieron para incrementar ingresos, y el 27% para obtener mayor independencia. El 31% por necesidad y solo mantener el ingreso y, finalmente el 8% declara que fue por motivos mixtos. La medición nacional alcanza niveles similares para las mismas variables: 41% declara que emprendió como una forma de incrementar ingresos, 23% por oportunidad, 27% por necesidad y solo mantener ingresos y 9% motivos mixtos.

Como podemos observar en la Figura 2.4, el 11% de los emprendedores en etapas iniciales II declaran que su motivación fue la oportunidad, mientras que para Chile la cifra es cercana con un 12%. En cuanto al emprendimiento por necesidad, para Chile la medición alcanzó un 4% y para la Región el 3%, medición que se mantiene desde el ciclo anterior.

FIGURA 2.3:

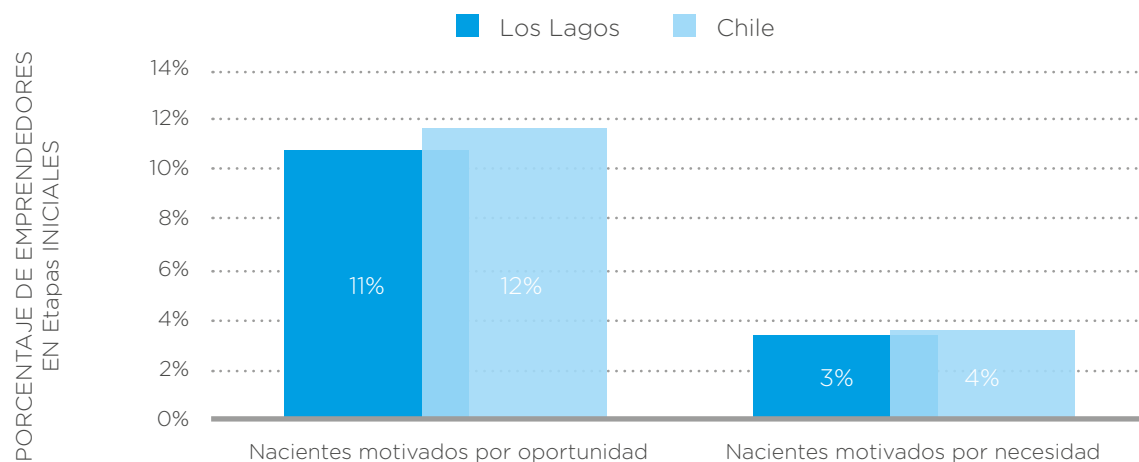
## BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES I



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

FIGURA 2.4:

## BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES II



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

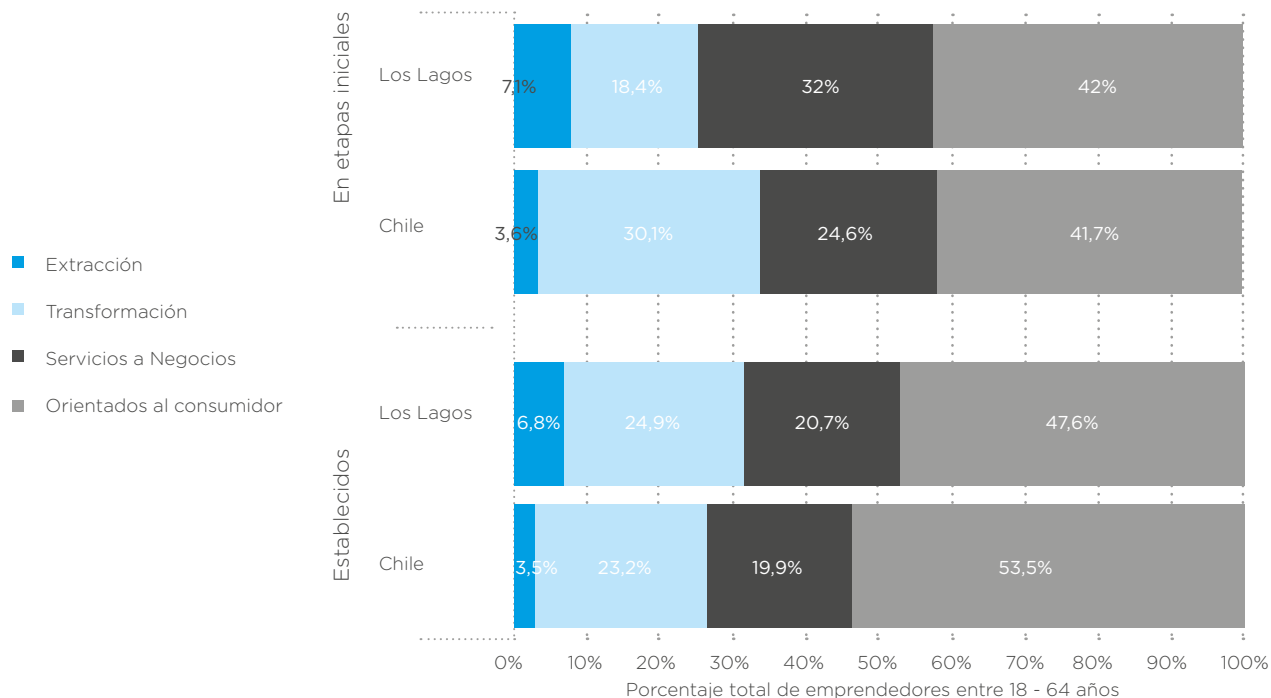
## 2.4 DISTRIBUCIÓN POR SECTORES

La Figura 2.5 nos muestra la distribución por sectores, tanto para emprendedores en etapas iniciales como para aquellos establecidos. La tendencia a nivel nacional en los últimos ciclos ha sido que la mayoría de los emprendedores se dedica a servicios orientados al consumidor, y la región de Los Lagos no es la excepción: el 42,5% de los emprendedores en etapas iniciales declara dedicarse a dichos servicios, y comparado con la medición del año anterior, ha bajado más de un 10%, cuando alcanzó el 53,7%.

Para el caso de servicios a negocios, la Región alcanza un 32% frente a un 12,5% del ciclo anterior. Este aumento se debe a la disminución en el sector de transformación, donde los emprendedores TEA se dedicaban en un 33% en ciclo 2015 y en el presente reporte solo un 18,4%.

Para los emprendedores establecidos, este año el 47,6% declara tener servicios orientados al consumidor, un 20,7% a servicios a negocios, un 24,9% a transformación y solo un 6,8 % a extracción, valor que se mantiene igual a la medición anterior.

**FIGURA 2.5:**  
DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS

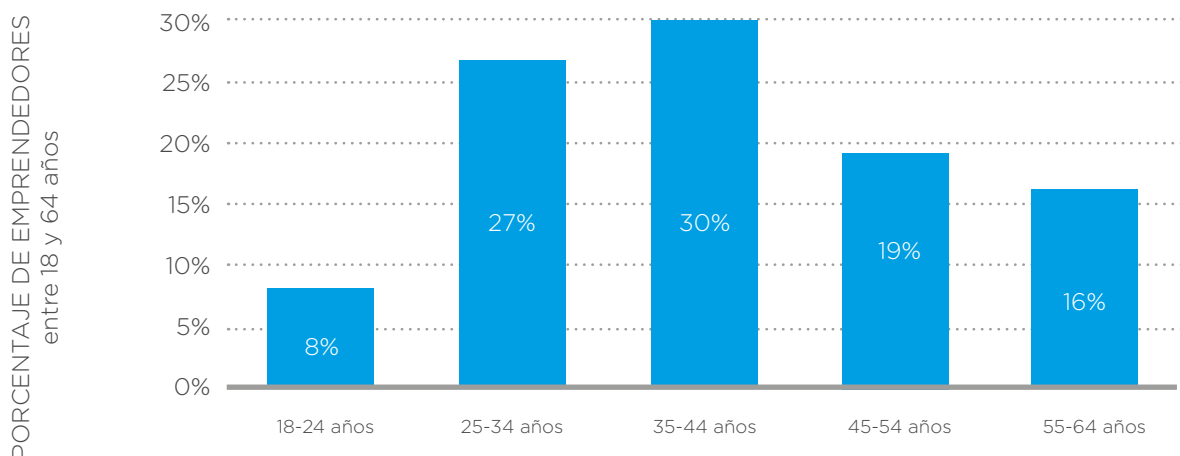


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.5 EDAD Y GÉNERO

En las Figuras 2.6 y 2.7 podemos observar la distribución de edades para los emprendimientos en etapas iniciales, donde el 27% de ellos se encuentra entre los 25-34 años, seguido por el 30% que declara tener entre 35-44 años. Se observa una menor medición en los más jóvenes y adultos mayores con un 8% y 16% respectivamente, contrastado con el ciclo anterior en que solo un 2% de ellos declaraba tener entre 18-24 años y un 15% más de 55 años.

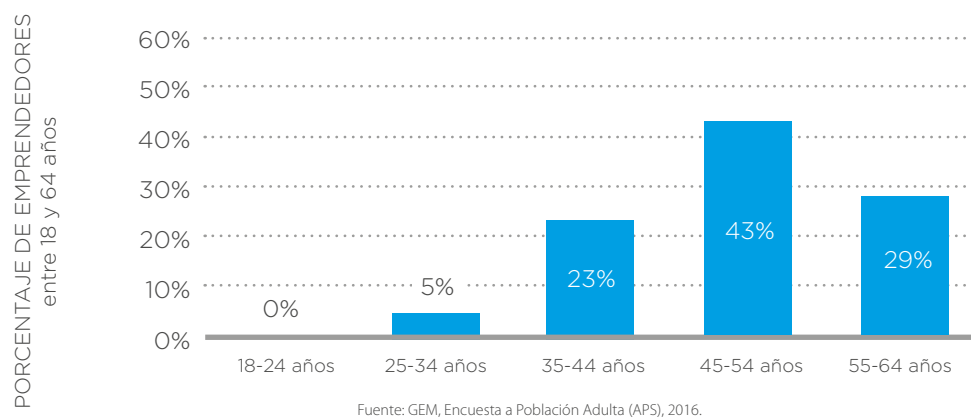
**FIGURA 2.6:**  
EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES, SEGÚN GRUPO DE EDAD



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

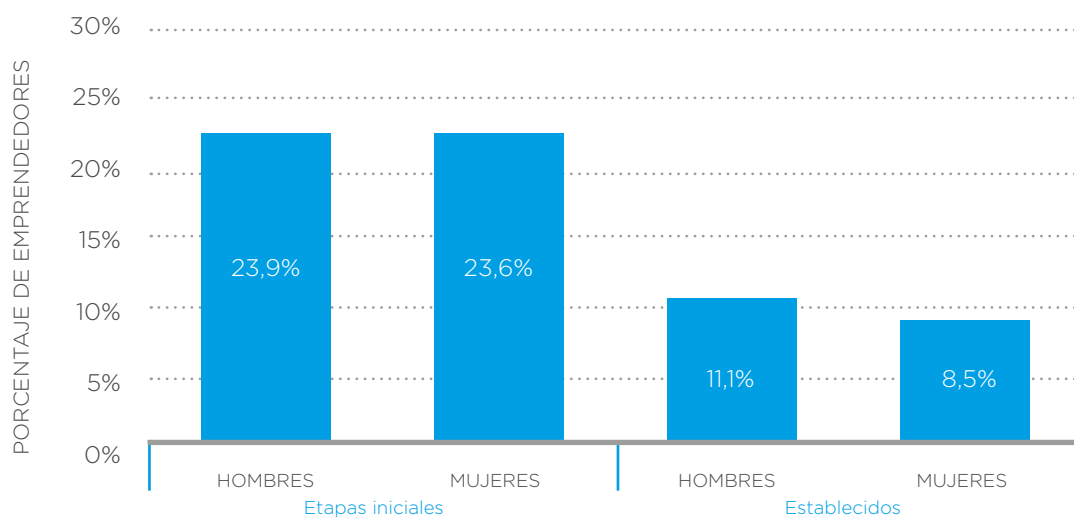
Para el caso de los emprendedores establecidos, la medición varía contrastado con el año pasado, manteniéndose que en el rango de 18-34 años no tenemos ningún emprendedor establecido; una reducción de siete puntos en el rango de 25 a 34 años; y un aumento de la concentración de emprendedores establecidos entre los 45-54 años con un 43% (mientras que la medición anterior fue solo el 39%). Por su parte, el 29% de los emprendedores establecidos declara estar entre los 55-64 años, mientras que la medición anterior fue de 36%, marcándose una baja en estos grupos. Esta concentración se explica dado que los emprendedores establecidos deben tener un negocio con una antigüedad de más de 3,5 años.

**FIGURA 2.7:**  
EMPREDIMIENTOS ESTABLECIDOS, SEGÚN GRUPO DE EDAD



Desde la perspectiva de género, en la región de Los Lagos la brecha entre hombres y mujeres que declaran emprender, se ha ido cerrando. La Figura 2.8 muestra esta proporción, donde en etapas iniciales los hombres declaran emprender un 23,9%, mientras que las mujeres llegan al 23,6 %. El año pasado las mediciones alcanzaron un 28,9% para los hombres y un 19,5% las mujeres. Para el caso de los emprendedores establecidos, la diferencia alcanzó un 2,6%. El año pasado la medición alcanzó a un 9,4% en los hombres y un 7,1% en mujeres.

**FIGURA 2.8:**  
EMPREDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS, SEGÚN GÉNERO



## 2.6 NIVEL EDUCACIONAL

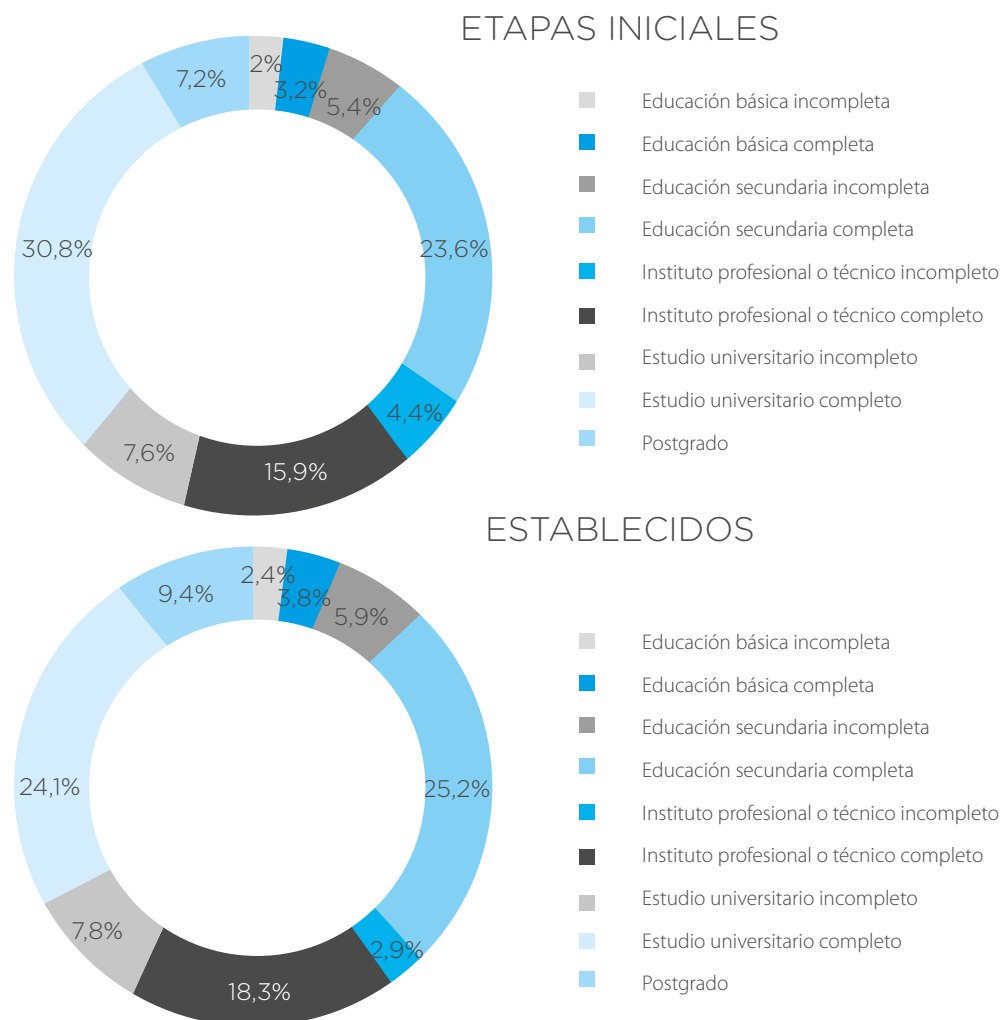
La Figura 2.9 nos muestra la distribución de emprendedores respecto de su educación formal. Para este análisis se les pide a los emprendedores que declaren su nivel educacional más alto entre nueve categorías.

Para los emprendedores en etapas iniciales, un 23,6% declara tener educación secundaria completa, y un 15,9% afirma poseer título profesional o técnico completo. Mientras que se evidencia un alza de casi 9% en quienes declaran tiene título universitario completo con 30,8% versus un 21,70% del año 2015; mientras que para el nivel de Postgrado alcanza el 7,2%.

Para los emprendedores establecidos la situación varía levemente, con un aumento de nueve puntos en quienes declaran tener educación secundaria completa, llegando al 25,2% en 2016; mientras que en 2015 llegaba al 16,80%. En el nivel de educación superior, un 24,1% que posee estudios universitarios completos, un 18,3% con estudios técnicos completos y un 9,4% con postgrado (6,80% medición anterior).

Aparece como una evidencia a relevar en los datos, que en los emprendedores en etapas iniciales la suma de los niveles de formación incompleta se redujeron en casi diez puntos, variando de un 29,8% en 2015 a 19,4% en 2016; mientras que en los establecidos la situación es inversa, de 11,1% a 19% entre mediciones.

**FIGURA 2.9:**  
PROPORCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

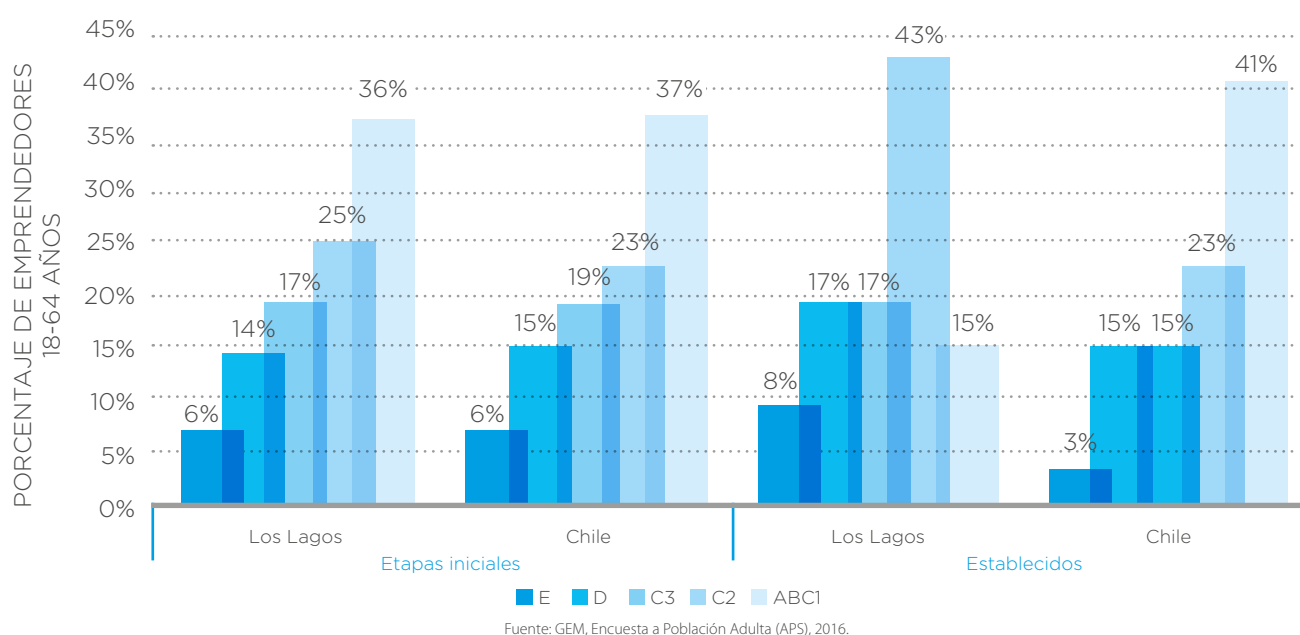


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.7 NIVEL DE INGRESOS

La Figura 2.10 muestra la distribución de ingresos de los emprendedores en la región de Los Lagos contrastado con el país. Para los emprendedores en etapas iniciales en Chile, un 37% declara pertenecer al estrato socioeconómico ABC1, similar para la región de Los Lagos donde la medición alcanza un 36%. Para los emprendedores establecidos en Los Lagos, esta alcanza el 43% en el nivel C2, 20 puntos por sobre el nivel nacional (23%).

**FIGURA 2.10:**  
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA, SEGÚN INGRESO FAMILIAR

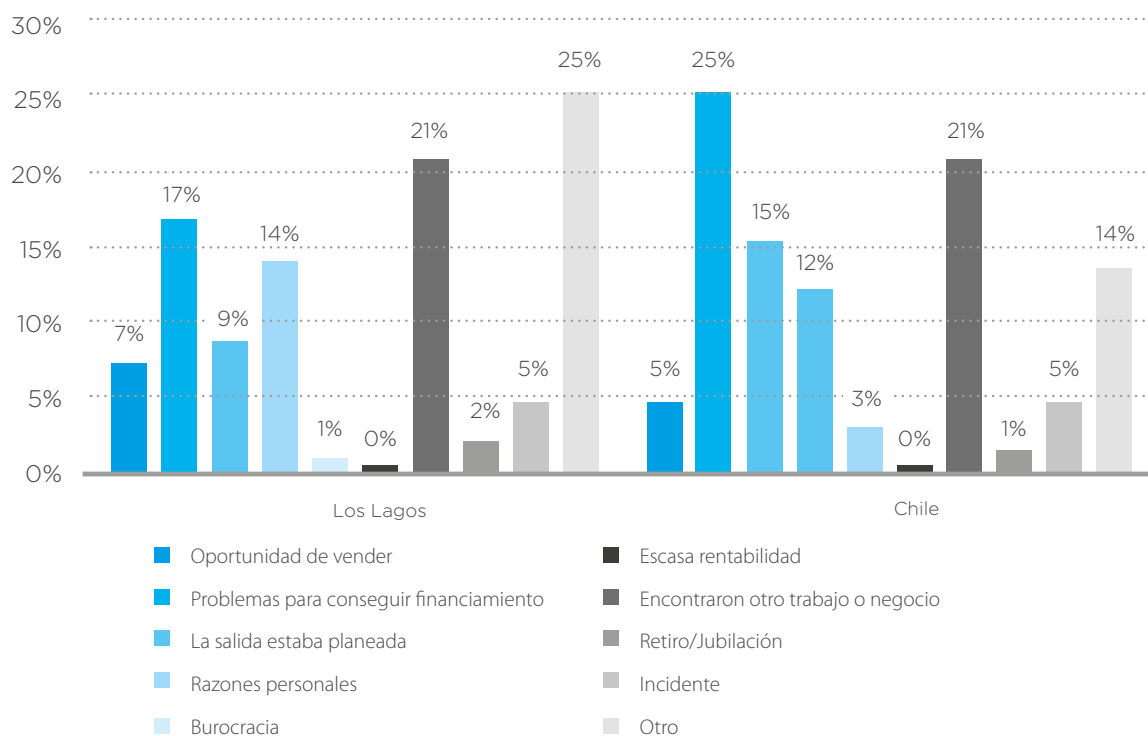


## 2.8 DESCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS

La Figura 2.11 muestra las razones expresadas por los emprendedores para discontinuar su negocio. Las tendencias en las respuestas sobre razones para la discontinuación de negocios no tuvo mayores cambios del año 2015 a 2016. Específicamente, para este año los emprendedores de la Región se inclinaron a la categoría "otros" (25%), escasa rentabilidad (21%), y razones personales (17%). La medición nacional presenta similar distribución con la Región.



FIGURA 2.11:  
RAZONES EXPRESADAS TRAS LA DESCONTINUACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.9 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

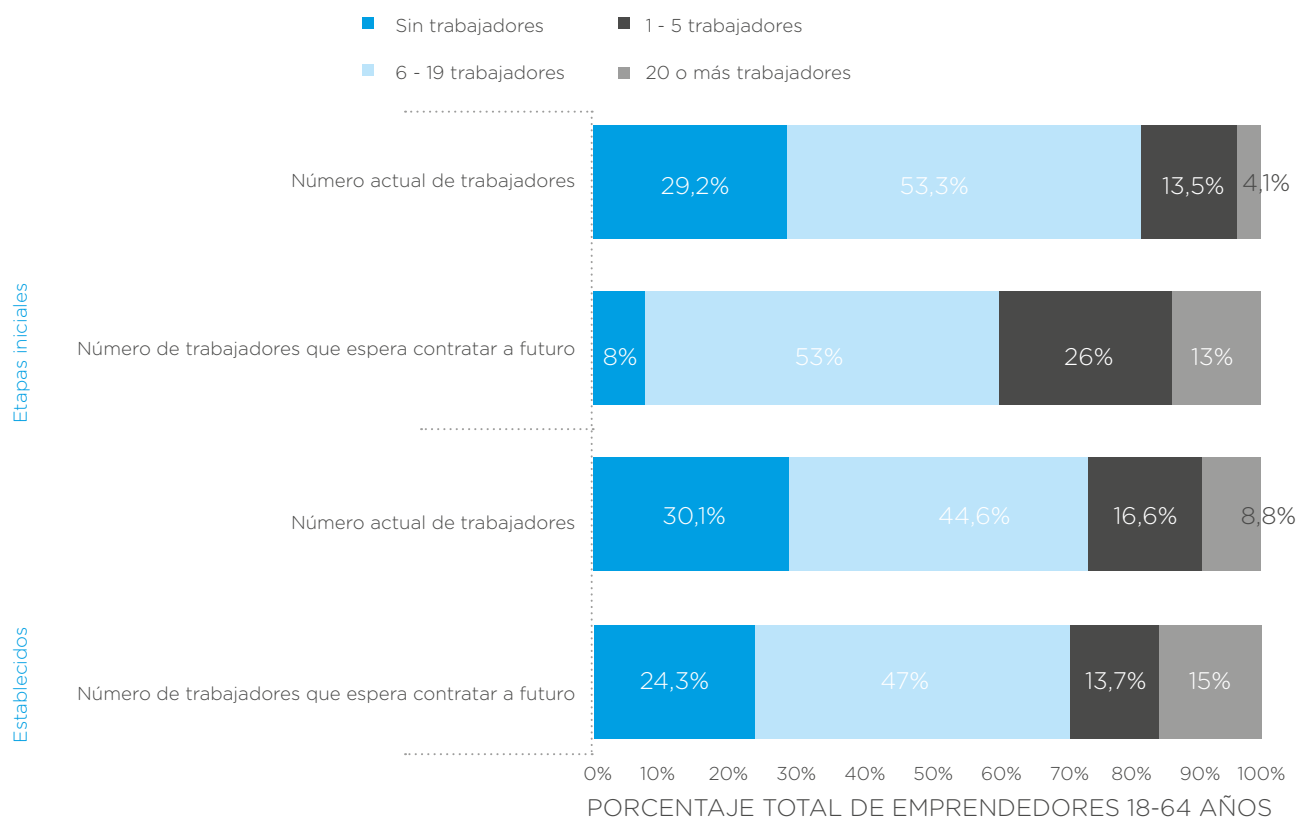
El modelo del GEM estudia las aspiraciones de los emprendedores en términos de expectativas de crecimiento; innovación de productos o procesos nuevos; utilización de nuevas tecnologías dentro de la empresa (consideradas como aquellas con menos de un año de existencia, y no nuevas con más de cinco años); y por último, potencial de expansión de mercado. También incluye la variable de cuántos de sus clientes son extranjeros, esto con la idea de tener una noción si el emprendimiento ha escalado en el tiempo.

En la siguiente sección se presentan los resultados más relevantes para la región de Los Lagos.

En términos de expectativas de crecimiento, se les pregunta a los emprendedores cuántos son sus trabajadores actuales y cuántos planea contratar en un horizonte de cinco años. El GEM considera que una alta expectativa de crecimiento está dada por aquellos emprendedores que manifestaron la intención de contratar más de 20 empleados dentro de ese horizonte de tiempo.

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), 2016.

Como se puede observar en la Figura 2.12, para la región de Los Lagos, el 53% (un incremento del 2% respecto al año anterior) de emprendedores en etapas iniciales espera contratar de uno a cinco trabajadores en un horizonte de cinco años; mientras que para los emprendedores establecidos, la cifra es de un 47%.

En cuanto a aquellos con altas expectativas, es decir, 20 trabajadores o más, un 13% de los emprendedores en etapas iniciales espera llegar a ese nivel de contratación, mientras que para los emprendedores establecidos la cifra es levemente superior con un 15%; ambas cifras menores al ciclo anterior.

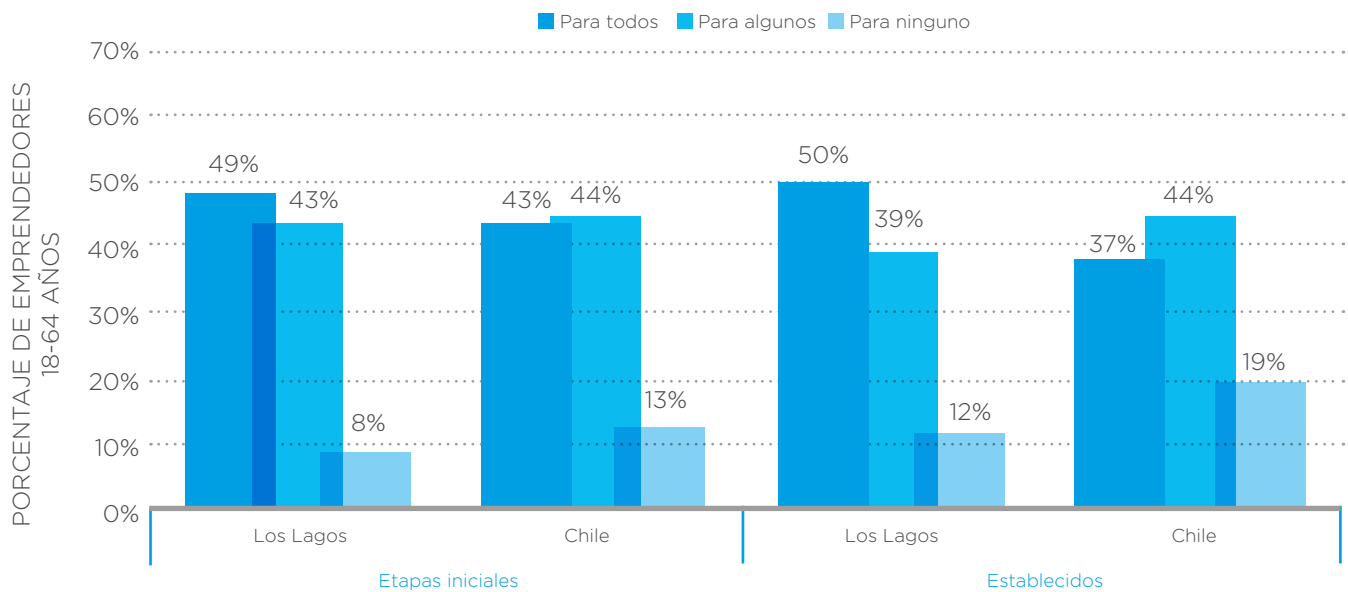
## 2.10 ORIENTACIÓN A LA INNOVACIÓN

Dentro del modelo del GEM, la innovación representa el factor de novedad dentro de los mercados y dentro de la industria. En este marco se les pregunta a los emprendedores qué tan nuevos resultan para sus clientes los productos o servicios ofrecidos, y si ellos perciben y poseen competencia dentro del mercado.

Según el Reporte Global del GEM 2015/2016, los niveles de innovación se incrementan con el nivel de desarrollo de los países, dependiendo si poseen mayor acceso a la innovación y comunicaciones tecnológicas, acceso profesional y de servicios industriales.

La Figura 2.13 nos muestra la percepción de los propios emprendedores en cuanto a la novedad de sus productos o servicios. Para los emprendedores en etapas iniciales, el 49% afirma que su producto o servicio resulta ser nuevo para todos sus clientes, y solo el 8% declara que para ninguno. Si comparamos esta medición con la nacional, nos daremos cuenta que la media de Chile es menor, pues solo el 43% declara que su producto o servicio resulta nuevo para todos. Si realizamos el mismo análisis para los emprendedores en etapas iniciales, dentro de la Región el 50% de ellos declara que sus productos o servicios son nuevos para sus clientes, mientras que la media a nivel nacional alcanza el 37%.

**FIGURA 2.13:**  
**NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS**

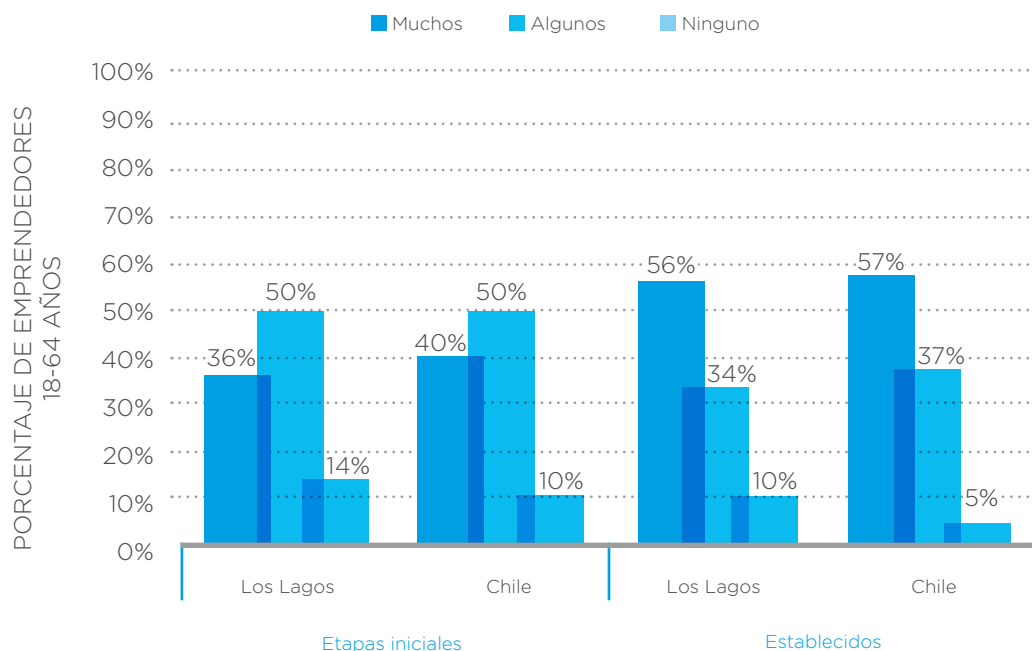


## 2.11 INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA

Desde la perspectiva de la intensidad de la competencia, en la región de Los Lagos el 36% de los emprendedores en etapas iniciales considera que tiene muchos competidores, mientras que para los establecidos la medición aumenta en 20 puntos porcentuales (56%). Para el país, la medición es de 40% y 57%, respectivamente. Estas cifras no presentan diferencias significativas para la Región comparado con la medición anterior. Todo lo descrito se observa en la Figura 2.14.

**FIGURA 2.14:**  
INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA

Figura 2.14 ¿Cuántos competidores ofrecen su mismos productos o servicios?



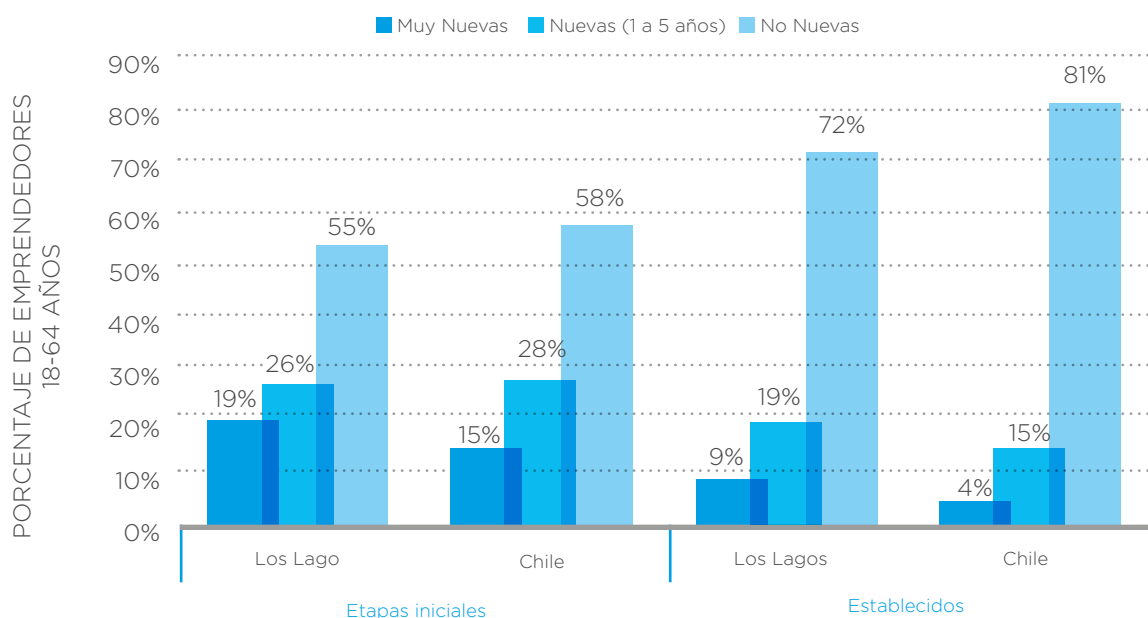
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.12 UTILIZACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

El GEM le pregunta a los emprendedores qué tan nuevas son las tecnologías que utilizan dentro de su empresa, considerando nuevas tecnologías a aquellas menores a un año; nuevas entre 1 a 5 años; y no nuevas mayores a cinco años. En la Figura 2.15 podemos observar que en términos de uso de tecnologías nuevas, la Región presenta un incremento de un 17% a un 19% en emprendedores en etapas iniciales, y de un 4% a un 9% en emprendedores establecidos. Se mantiene la tendencia del uso de tecnología no nueva, lo que se podría explicar por el fortalecimiento de estrategias de procesos de transferencia y adopción tecnológica para mejorar la competitividad de las empresas.

**FIGURA 2.15:**  
**USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS**

¿QUÉ TAN NUEVA ES LA TECNOLOGÍA O LOS PROCESOS QUE UTILIZA LA EMPRESA?

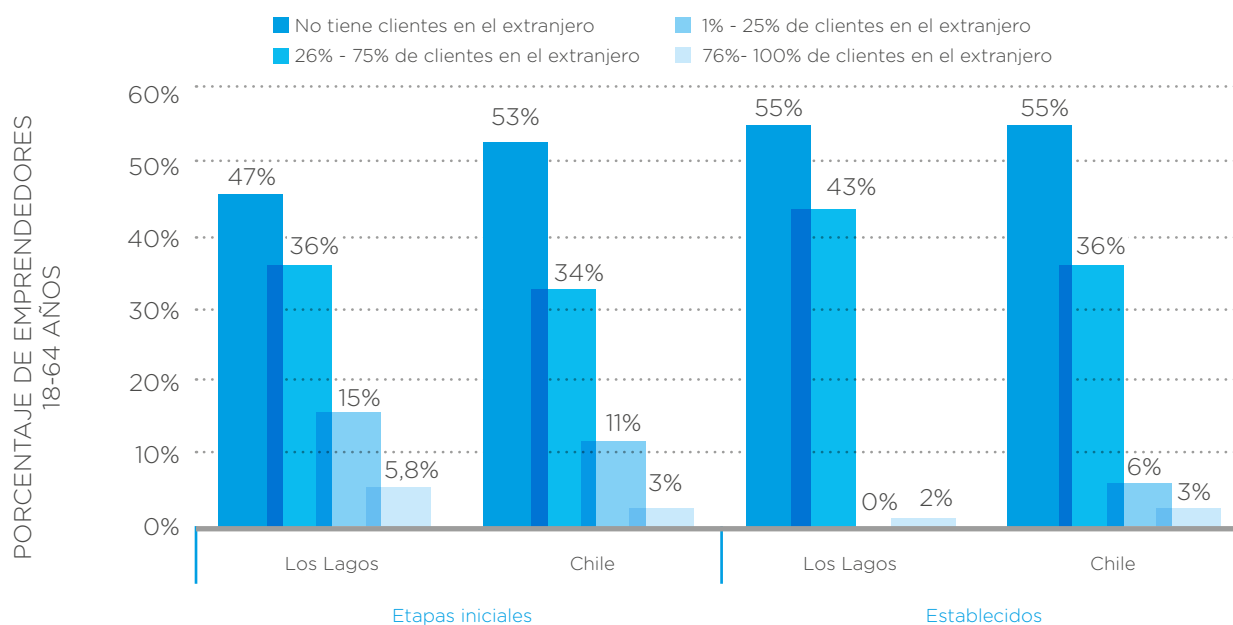


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.

## 2.13 POTENCIAL DE EXPANSIÓN DE MERCADO: ORIENTACIÓN A MERCADOS INTERNACIONALES

La última medición que realiza el GEM en términos de aspiraciones de los emprendedores, es la orientación a mercados internacionales, es decir, ser capaces de dimensionar qué nivel de desarrollo tienen sus productos y servicios a nivel mundial. La Figura 2.16 muestra las diferentes mediciones, tanto para emprendedores en etapas iniciales, como para establecidos. En etapas iniciales, el 47% de los emprendedores no tiene clientes en el extranjero (el año pasado la medición alcanzó el 67,7%); así ha aumentado aquellos que declaran tener entre 1%-25% de clientes en el extranjero, medición que el ciclo anterior alcanzó a un 24,6% y este año con un 36%. La misma tendencia se marca en los emprendedores establecidos. Esto puede indicar que los emprendedores están visualizando nuevos mercados para la comercialización de sus productos y buscando nuevas oportunidades de desarrollo.

**FIGURA 2.16**  
PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES, SEGÚN ORIENTACIÓN A MERCADOS INTERNACIONALES



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2016.





# 3

## FACTORES DEL ECOSISTEMA PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS

El Global Entrepreneurship Monitor desde sus inicios, plantea que la actividad emprendedora depende directamente de las condiciones de la actividad emprendedora. Estas condiciones las describe como una serie de factores que proporcionan las reglas del juego en la que se desenvuelven las empresas, es decir, son aquellas encargadas de entregar los lineamientos que determinan finalmente el ecosistema emprendedor.

Este ecosistema es definido por elementos como los recursos, apoyo institucional, incentivos y características propias del mercado que potencian el crecimiento de la actividad emprendedora, las que pueden influir de manera positiva al emprendimiento, fomentándolo.

La NES o Encuesta Nacional de Expertos es parte de la metodología estándar del GEM y está diseñada para estudiar y recoger datos de las condiciones donde se realiza el emprendimiento y obtener datos armonizados, con el fin de comparar a nivel nacional o global la información. Su principal objetivo es obtener las distintas visiones de los expertos en estas condiciones. Las NES

captura la opinión de los expertos que provienen de distintos ámbitos: académicos, empresarios, gestores de políticas públicas, expertos en temas de innovación y transferencia, entre otros.

A continuación se analizará la evaluación de las condiciones del ecosistema para el emprendimiento para la región de Los Lagos. La Tabla 3.1 describe las nueve condiciones de la actividad emprendedora.

**TABLA 3.1**  
**CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA**

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

La metodología de la Encuesta Nacional de Expertos considera que deben existir al menos 36 expertos, y estos deben dividirse proporcionalmente en las dimensiones previamente mencionadas. Para ello, en la región de los Lagos se convocó a dicho panel para que fueran los encargados de la evaluación del contexto regional.

El cuestionario está diseñado para que sea respondido en una escala Likert de nueve puntos, en donde 1 significa que está totalmente en desacuerdo a 9, estar totalmente de acuerdo con diferentes criterios a evaluar por cada ámbito.

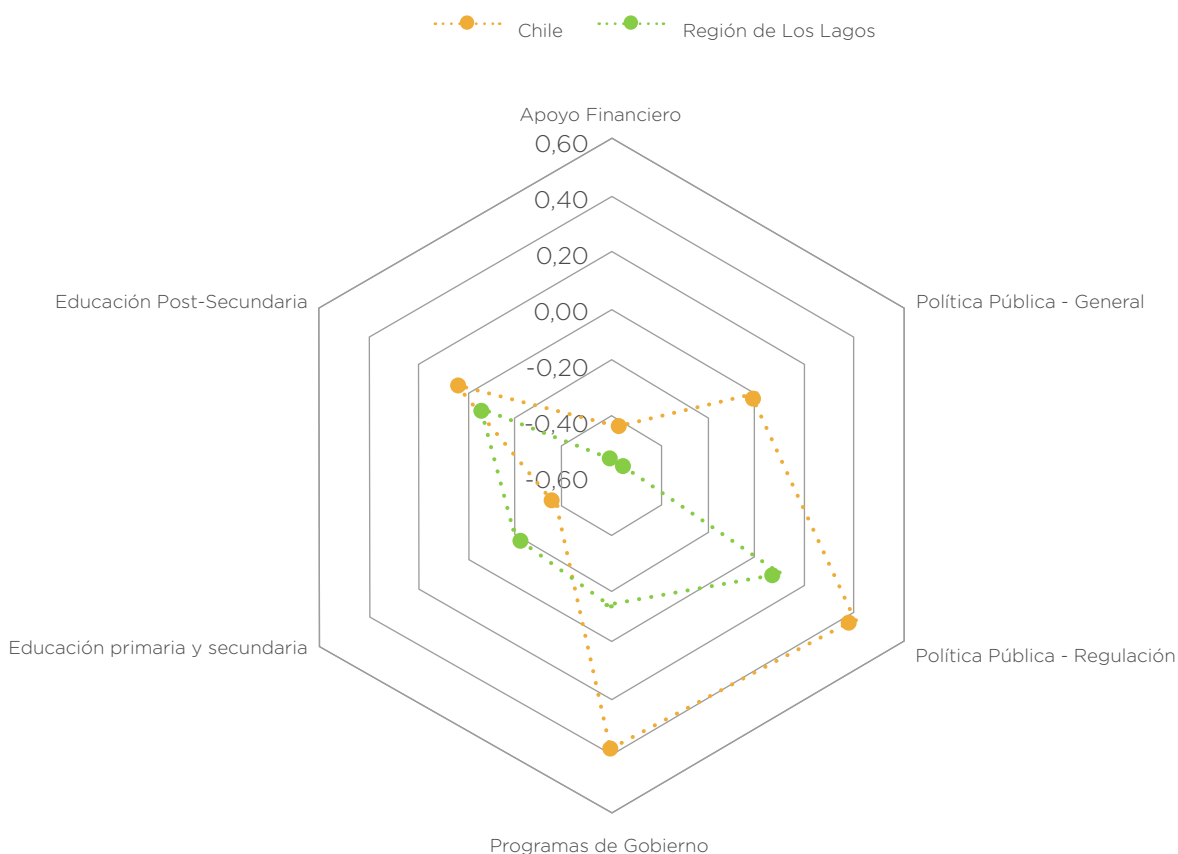
### 3.1 ANÁLISIS GENERAL DE LAS CONDICIONES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

A continuación se analizarán doce condiciones del ecosistema emprendedor. Para ello, tres de ellas se subdividen en dos, con el propósito de obtener información más detallada:

- (i) Políticas públicas: se dividen en general y de regulación.
- (ii) Educación para el emprendimiento: se divide entre básica y superior.
- (iii) Dinamismo del mercado: se divide entre dinamismo del mercado y apertura del mercado interno.

Las Figuras 3.1 y 3.2 muestran cada una de estas categorías comparando la región de Los Lagos con la medición nacional. Para este análisis se utiliza una escala estandarizada, con media cero, para poder visualizar las diferencias que existen.

**FIGURA 3.1:**  
INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS Y EL RESTO DE CHILE (1/2)

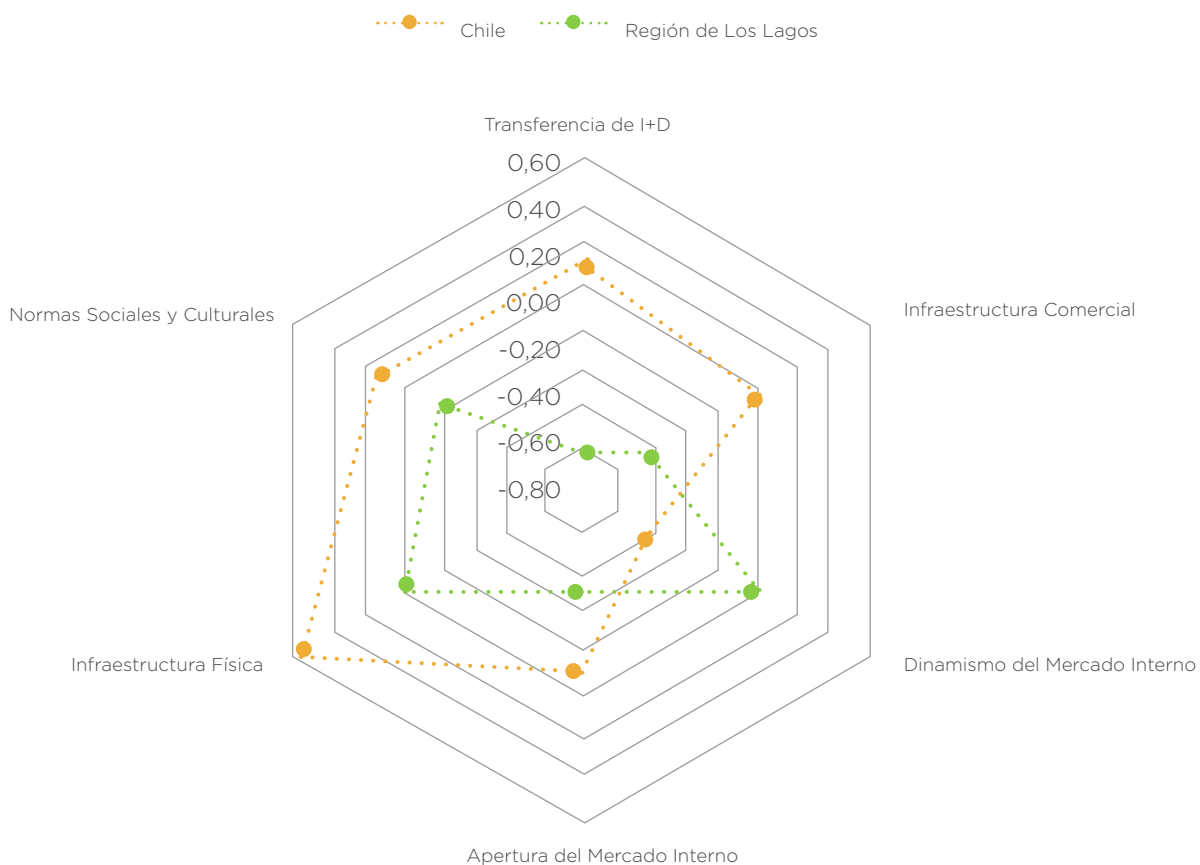


Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2016.



En términos de apoyo financiero, la región de Los Lagos tiene una evaluación menor que la medición nacional, con un 0,531 frente a una evaluación negativa del -0,428; lo mismo pasa con la medición de política pública general, donde nuevamente la Región se posiciona por debajo de la evaluación del país (0.088). En términos de política pública de regulación, tiene ambas evaluación positiva y en programa de gobierno también, sin embargo, en esta última el país alcanza in 0,392 frente a -0,140 de Los Lagos. Como en ciclos anteriores, la variable de educación primaria es evaluada negativamente en el país y sucede lo mismo a nivel regional. A pesar de que la educación primaria no es bien evaluada, no sucede igual con la educación superior, donde las universidades y centros de formación técnica aportan al desarrollo de las capacidades emprendedoras de los estudiantes, y la brecha entre la medición nacional y regional es menor.

**FIGURA 3.2:**  
**CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS Y EL RESTO DE CHILE (2/2)**



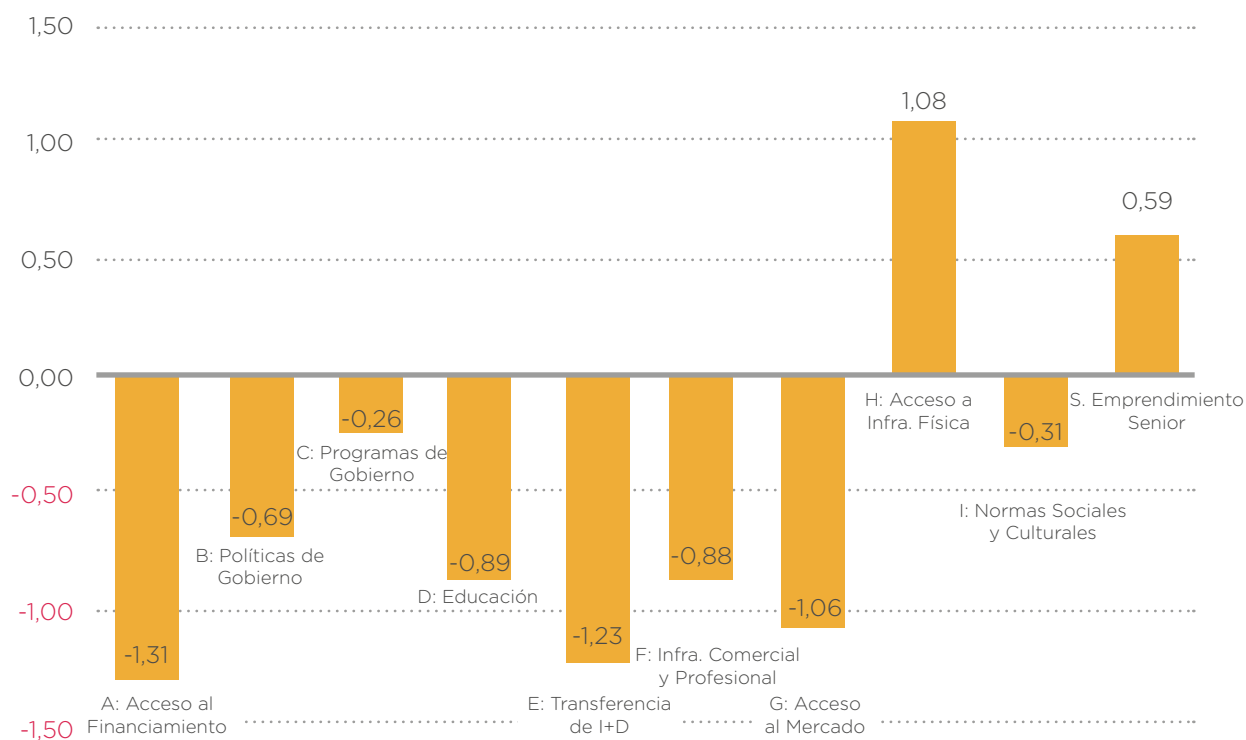
Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2016

En transferencia de I+D, la región de Los Lagos fue evaluada negativamente en comparación con el país. Los expertos de la Región son más críticos, pues están en desacuerdo con que las tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos, a las empresas en general. La infraestructura comercial también presenta una evaluación menor que la del país (-0,62). En los últimos tres ciclos, la evaluación de la infraestructura física ha sido positiva para el país; este caso no es la excepción, sin embargo, resulta ser negativa para la Región (-0,02%), debido a que un 19% de los expertos piensa que las empresas de nueva creación tienen dificultades para acceder a los servicios básicos. En normas sociales y culturales, la Región alcanza un nivel inferior a la media nacional (-0,019 versus 0,14).

### 3.2 ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LAS CONDICIONES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN DE LOS LAGOS

Como se observa en la Figura 3.3, la evaluación menor para este año en la región de Los Lagos fue la dimensión de acceso a financiamiento, seguido por el ámbito de la transferencia I+D. Las dimensiones que presentan evaluación positiva fueron acceso a infraestructura física y emprendimiento senior.

**FIGURA 3.3:**  
EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DE LOS LAGOS



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales 2016.

A continuación se presentan las principales conclusiones de cada una de las nueve condiciones evaluadas por los expertos, para 2016. Además se añade el módulo de emprendimiento senior, que fue el tópico especial este ciclo.

### Acceso al mercado

Factor :-1.06

---

Esta dimensión mide la prácticas habituales y el marco regulatorio, y su flexibilidad en la aplicación para facilitar que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir. El 27% de los expertos afirman que los mercados de bienes y servicios de consumo no cambian drásticamente de un año a otro, y solo el 7% piensa que las empresas nuevas y el crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevo mercados. El 83% de los encuestados afirma que la legislación antimonopolio no es efectiva ni bien aplicada.

### Acceso a financiamiento

Factor: -1.31

---

Esta dimensión se refiere a la disponibilidad de recursos financieros a los que pueden acceder tanto los nuevos emprendedores, como aquellos que están en etapa de crecimiento. El 4% de los expertos afirma que los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar empresas nuevas y en crecimiento, sin embargo, el 29% cree que existen suficientes subsidios públicos disponibles para estas empresas. Por otro lado, el 96% dice estar de acuerdo en que no existe financiamiento procedente de capitales ángeles para dichas empresas; asimismo, el 100% dice no estar de acuerdo en la disponibilidad de financiamiento procedente de prestamistas privados tipo “crowdfunding” para las empresas nuevas y en crecimiento.

### Educación para el emprendimiento

Factor: -0.89

---

Esta dimensión se refiere a la incorporación de los conocimientos, destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios, impartidos en los sistemas educacionales y de capacitación. Solo el 7% de los expertos cree que en la enseñanza primaria y secundaria se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal, y el 97% de ellos piensa que no se aportan los conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado. La gran tarea que tiene la Región en términos de educación, es dedicar suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de nuevas empresas. Sin embargo, el 60% de ellos afirma que la formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.

### Infraestructura comercial y profesional

Factor: -0.88

---

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. En general, dentro de la Región los expertos tienen opiniones divididas sobre si existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento, con 50% en acuerdo y 50% en desacuerdo; mientras que el 88% considera que no pueden asumir los costes de subcontratistas, consultores y proveedores. El 28% de los expertos afirma que las empresas nuevas y en crecimiento pueden tener un acceso fácil a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.

### Transferencia de I+D

Factor: -1.23

---

Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales y si estas se encuentran al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas y aquellas en crecimiento. El 7% de los expertos afirma que las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos, se transfieren de forma eficiente desde las universidades y centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento, lo cual plantea un desafío para estas instituciones en la Región. Un 87% declara que en su mayoría que las empresas nuevas no tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías, que las ya establecidas. Por otro lado, un 100% opina que no se pueden costear las nuevas tecnologías desde el financiamiento privado como a través de subsidios gubernamentales.



## Políticas de Gobierno

Factor: -0.69

---

Solo un 7% de los expertos afirma que las políticas de gobierno favorecen claramente a las empresas de nuevas creación a través de licitaciones o aprovisionamientos públicos, y el 27% que el apoyo a estas empresas es una prioridad del gobierno local. El 48% está de acuerdo con que las empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales dentro de una semana. Sin embargo, el 72% piensa que la carga impositiva sigue siendo una barrera para las empresas nuevas y en crecimiento.

## Normas sociales y culturales

Factor: -0.31

---

Esta dimensión hace referencia a cómo las normas sociales y culturales alientan o desalientan las acciones para motivar la creación de una nueva empresa o en crecimiento. Más de la mitad de los expertos piensa que en la Región la cultura apoya y valora el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal (54%) y el 44% que se enfatiza la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal, así como el 46% opina que las normas sociales y culturales enfatizan la responsabilidad individual de gestionar su propia vida.

## Programas de Gobierno

Factor: -0.265

---

Más de la mitad de los expertos encuestados asegura que existe dificultad para acceder a información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y el crecimiento de nuevas empresas, solo contactando un solo organismo público (70%). Además, un 64% opina que no existe un número adecuado de programas gubernamentales que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.

Importante a destacar de esta dimensión, es que el 41% de los expertos opina que todo aquel que necesite ayuda de un programa gubernamental dentro de la Región para crear o hacer crecer su empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades, y existe una percepción positiva de los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas, son competentes y eficaces (69%).

## Acceso a la infraestructura física

Factor: 1.08

---

Esta dimensión dentro del país y a nivel regional, siempre ha tenido una evaluación positiva. Para el caso de la Región, el factor asciende a 1.08. Más del 91% de los encuestados afirma que la infraestructura física proporciona un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento, además un 84% opina que no es caro acceder a sistemas de comunicación para el funcionamiento de una empresa.

## Emprendimiento senior

Factor: 0.59

---

Definiremos al emprendedor senior como quien decide poner en marcha una iniciativa empresarial luego de cumplir 50 años de edad. Esta dimensión como tópico especial pretende recoger información relacionada. El 85% de los expertos piensa que es difícil encontrar empleo para las personas de 50 años o más, que para aquellas menores, por eso la opción de emprender se hace más cercana. Por otro lado, el 100% opina que dado el aumento de la esperanza de vida, se impulsa a querer estar activos durante más tiempo, siendo el emprender una alternativa real. Sin embargo, solo el 4% de los encuestados cree que hay programas y beneficios fiscales para motivar a aquellos mayores de 50 años a iniciar sus nuevos negocios propios, a pesar de que el 68% afirma que la experiencia y el conocimiento acumulados por ellos aumenta su posibilidades de iniciar con éxito nuevas actividades.



## 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-brics/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.



# 5

## EXPERTOS CONSULTADOS

---

Agradecemos, nuevamente, a todos los expertos que, de forma desinteresada, contribuyeron al presente Reporte GEM región de Los Lagos 2016. A continuación, el listado de sus nombres. Ante cualquier error y/u omisión en los nombres de la presente lista se ofrecen las disculpas correspondientes.

Jaime Velásquez  
Ramón Rubio  
Richard Villanueva  
Andrés Barrezueta  
Rodolfo Andrade  
Rosa Villalobos  
Alfredo Albarrán  
Rodrigo Mardones  
Mario Núñez  
Eduardo Zavala  
Héctor Bracchiglione  
Paulina Stevenson  
Paula Heinsohn  
Marcelo Moraga  
Cristóbal García  
Manuel Bagnara  
Oliver Lizana  
Fabiola Marín  
Lorena Mora  
Rodrigo Carrasco  
Carlos Iribarne  
Marcela Winkler  
César Aguilar  
Nicolás Benko  
Germán Fuentes  
Jaime Valdebenito  
Bayron Miranda  
César Pardo  
Rodrigo Ibáñez  
Patricio Navarro  
Marcelo Varela  
Andrea Matthei  
Julio Del Río  
Claudia Mardones  
Sandra Ríos  
Enrique Cadenasso





6

## FICHA METODOLÓGICA

---

## 6.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA REGIÓN LOS LAGOS

Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara.

|                           |                                                                                       |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 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            | 9.196 casos del año.                                                                  |
| Total Muestral Los Lagos  | 365 casos del año.                                                                    |
| Fecha de Trabajo de Campo | Mayo-julio 2016.                                                                      |
| Encuestador               | Questio Estudios de Mercado y Opinión                                                 |

## 6.2 ENTREVISTAS A EXPERTOS LOS LAGOS

|                           |                               |
|---------------------------|-------------------------------|
| Muestra Los Lagos         | 36 expertos                   |
| Fecha de Trabajo de Campo | Mayo-julio 2016.              |
| Encuestador               | Miembros del equipo GEM Chile |





# 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: Tomás Serey

Coordinador GEM Chile

tserey@udd.cl

Tel: (562) 23279801

## 7.1 EQUIPO GEM CHILE

Desde 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 2016.

| Región                 | Institución                                               | Equipo               |
|------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------|
| Región de Tarapacá     | Universidad Arturo Prat                                   | Evadil Ayala         |
|                        |                                                           | Alberto Martínez     |
|                        |                                                           | Mariela Llanos       |
|                        |                                                           | Mauricio Vega        |
|                        |                                                           | Nicole Meza          |
|                        |                                                           | Aylin Chang          |
|                        |                                                           | Claudia Cortés       |
| Región de Antofagasta  | Universidad Católica del Norte                            | Gianni Romaní        |
|                        |                                                           | Miguel Atienza       |
| Región de Coquimbo     | Universidad Católica del Norte                            | Karla Soria          |
|                        |                                                           | Guillermo Honores    |
| Región de Valparaíso   | Universidad Técnica Federico Santa María                  | Cristóbal Fernández  |
|                        |                                                           | Paulina Santander    |
|                        |                                                           | Diego Yáñez          |
| Región Metropolitana   | Universidad del Desarrollo                                | Vesna Mandakovic     |
|                        |                                                           | Adriana Abarca       |
|                        |                                                           | Tomás Serey          |
| Región del Maule       | Universidad Tecnológica de Chile INACAP                   | Adriana Abarca       |
|                        |                                                           | Christian Bacciarini |
|                        |                                                           | Francisca Gómez      |
| Región del Biobío      | Universidad Católica de la Santísima Concepción           | Jorge Espinoza       |
|                        | Universidad Técnica Federico Santa María, Sede Concepción | Claudia Yáñez        |
|                        |                                                           | Patricio Rojas       |
|                        |                                                           | Vesna Mandakovic     |
|                        | Universidad del Desarrollo                                | Adriana Abarca       |
| Región de la Araucanía | Universidad de la Frontera                                | Tomás Serey          |
|                        |                                                           | Claudina Uribe       |
|                        |                                                           | Paulina Sanhueza     |
|                        |                                                           | Valeska Geldres      |
| Región de Los Lagos    | Universidad Tecnológica de Chile INACAP                   | Víctor Valenzuela    |
|                        |                                                           | Adriana Abarca       |
|                        |                                                           | Christian Bacciarini |
|                        |                                                           | Francisca Gómez      |



# 8

## ANEXOS



Foto: Francisca Gómez

## 8. V Y V: BANQUETERÍA SALUDABLE



Sandra, Ingeniero Agrónomo, y Verónica, Administradora de Empresas, decidieron seguir su pasión: la cocina. Estas primas iniciaron su actividad hace dos meses buscando ofrecer un servicio distinto, con un toque especial con preparaciones caseras, productos naturales y nada conservantes.

Estas emprendedoras detectaron una oportunidad: comer cosas caseras y naturales han ido ganando un espacio. A través de su conocimiento de la realidad de la ciudad de Osorno, haber hecho su vida en esta ciudad, y con sus contactos, han ido generando una red de empresas con las cuales actualmente trabajan, enfocadas en dar un servicio de calidad y con un sello saludable.

Proyectan su emprendimiento en la creación de un Centro de Eventos, en el cual mantengan el sello de la banquetería actual contando con un espacio acogedor donde puedan organizar reuniones sociales, así como generar una oferta de comida saludable.

Ambas concuerdan en que esto no es fácil, pero que la clave está en luchar, ser constante y creer en lo que se está haciendo. Se sienten emprendedoras con camino por recorrer, para ganar experiencia en la independencia en la que trabaja el emprendedor.

Quieren seguir aprendiendo, mejorar sus capacidades y conocimientos en el ámbito de la banquetería, así como desarrollar sus competencias de liderazgo y gestión. En la ciudad han encontrado una gran red de apoyo – de servicios y asesoría – con la cual disponen del soporte y capacitaciones para fortalecer su emprendimiento, así como también cursos y apoyo del Estado.

Al mirar la Región y su ecosistema de emprendimiento, ellas ven que si bien hay oportunidades, los contactos juegan un rol muy importante en el desarrollo de esta actividad, por lo que creen en que el fortalecimiento de las redes puede ser una estrategia que fortalezca la actividad emprendedora en la Región. Señalan que la otra clave está en la confianza que se genera con un buen servicio.

La complicidad y confianza entre estas primas marca el sello de esta empresa. El emprendimiento les ha permitido trabajar en lo que les apasiona, pasándolo bien. En esta aventura trabajan con instituciones como INACAP, Santo Tomás, entre otras, y actualmente están buscando organizar su trabajo para responder a la demanda creciente.

## 9. BRAYEN: LAVANDA PARA EL ALMA

Héctor, con una vasta experiencia trabajando en distintas empresas por más de 25 años, hace diez que su carrera cambió y vio en su parcela – hasta ese momento de agrado – la oportunidad de desarrollar una actividad nueva en la cual, junto a su mujer Verena, han cultivado lavanda y desarrollado productos asociados como aceite, colonia, jabones y miel.

Emprendedor nato, a lo largo de su vida ha buscado hacer intraemprendimiento y emprendimientos propios. Argumenta que no hay ideas malas para emprender, pero que la clave es saber prepararse para lograr los objetivos y aprovechar “cuando la suerte toca la puerta”. En este emprendimiento se combinó la oportunidad con la necesidad.



El caso de Brayen fue una idea nueva, que no estaba en sus planes pero tenía los recursos para empezar a proyectar. Fue Verena quien observó que las lavandas se daban bien, y él comenzó a estudiar qué podía desarrollar con este producto, descubriendo sus fines terapéuticos (relajante natural) y a observar el comportamiento del mercado, que mostraba un interés en este tipo de producto.

“La lavanda necesita sol, nosotros tenemos lluvia; peor enemigo de la lavanda es el exceso de agua, y tenemos exceso de agua; y entonces ¿por qué se da bien la lavanda?,” pensaron Héctor y Verena. Llevaron a cabo unos análisis de suelo, descubriendo que estos eran ácidos por efecto de las erupciones, y que combinado con el efecto del exceso de agua, daban la combinación perfecta para el cultivo de la lavanda.

Partió con financiamiento propio con una plantación pequeña, llegando a una hectárea en la actualidad. Han diversificado sus productos, elaborados por ellos mismos y tercerizando algunos otros, siendo los proveedores de materia prima. Hoy ya es un negocio estable, con trabajadores que acompañan en las distintas fases de cultivo de la lavanda. En 2015 postularon a un fondo Crece, con el cual importaron una máquina para automatizar la cosecha y reducir los tiempos.

Su principal canal de distribución va del fabricante al consumidor final, combinando un punto de venta en la ruta turística – cuyo quiosco fue diseñado por alumnos de INACAP – y a través de la red con venta directa online, como una manera efectiva de llegar a quienes ven en este tipo de productos una alternativa. En cinco años más, se proyectan diversificando y ampliando el giro, pensando en explotar la oportunidad turística, a través de la actividad gastronómica, por ejemplo, y buscando aprovechar las oportunidades que el contexto regional les ofrece.

Héctor se siente satisfecho con su experiencia emprendedora, sobre todo porque siempre ha buscado estar al servicio para los demás, buscando hacer a la gente feliz; es lo que lo mueve en su vida. Asimismo, a través de su labor docente en INACAP, busca transmitir valores y experiencias a sus estudiantes sobre el valor de emprender, de crear valor como profesionales capaces de identificar oportunidades para iniciar nuevos proyectos.

## 10. GREENSTYLE: AGRICULTURA ORGÁNICA

Nabor, mexicano y docente de INACAP, llegó a Chile a través de una beca del Banco Mundial y conoció a Sole, su mujer, con quien inició su emprendimiento de hortalizas orgánicas en 2011. Esto, luego de identificar que la mayor parte de lo que se consumía en la región de Los Lagos y Los Ríos venía de la zona central del país, y que el sabor y la calidad podían ser mejoradas. Buscaron generar una alternativa para promover el consumo de los productos locales con un sello orgánico, volcándose a la producción de hortalizas y vegetales.





A través de un Capital Semilla de Corfo, iniciaron sus actividades como una necesidad personal de cultivar sus propias verduras y hortalizas en casa. Partieron bajo una lógica diferente: más que distribuir hortalizas a familias, la invitación fue a que las familias fueran a este terreno a cultivar sus propias verduras y hortalizas. Se buscaba que la familia se hiciera parte de este proceso y generar un autoconsumo.

Su modelo de negocio ha ido evolucionando en la medida que han comprendido la cultura, y actualmente el concepto es vender desde la semilla, “la idea es que las personas puedan conocer el producto antes de que ya esté en su plenitud”, dice Nabor.

Hoy, su producción orgánica la entregan a domicilio y venden en verde, es decir, se puede comprar la semilla con la promesa de resultados de sabor, aroma y textura, y con la mejor calidad orgánica. Asimismo, han desarrollado una selección de productos de acuerdo a la demanda local, y se preparan productos gastronómicos que han ido ganando espacio en la comunidad con productos hechos en casa.

El desafío es poder satisfacer esa demanda instantánea que hoy se ve atendida por los supermercados. Al proyectarse a cinco años, su sueño es tener puntos de venta verde que permita a más personas acceder a este tipo de producción, como una propuesta nueva de consumo saludable.

## 11. APARTAMENTOS CHUCAO: ALOJAMIENTO LOW COST

Marcelo, abogado de formación y de familia emprendedora. Luego de viajar por el mundo utilizando los sistemas de reserva online, se percató que en la ciudad de Osorno no estaba desarrollado este concepto. Vio la oportunidad de una creciente demanda de pasajeros que viajan a su Región por distintos motivos (negocios, turismo de intereses especiales, turismo de largo avance, entre otros), y además el hecho de que la ciudad se encuentra en un paso estratégico para cruzar a Argentina.

Es así que Marcelo identificó un nicho de turismo que es de corto plazo, y hace un año creó una alternativa de alojamiento de bajo costo y alto estándar de calidad para el viajero. Esta opción apunta a la hospitalidad máxima, a que sus clientes se sientan en un ambiente casi familiar. En su propuesta al cliente se le entrega una “Guía de la Casa” donde la persona puede estar en contacto directo y permanente con todos quienes allí trabajan, lo que hace que los pasajeros vuelvan buscando este ambiente único.

Apartamentos Chucao es un tipo de hotelería no tradicional y que en su propuesta de valor entrega la calidez humana, con una estructura más pequeña que la de un hotel tradicional, y sustentado por una familia. Partió con dos apartamentos, hoy cuentan con seis, apostando siempre a mejorar su calidad de infraestructura y atención para que los turistas tengan la mejor experiencia.

Lo más difícil de esta aventura ha sido aprender a trabajar en equipo, pues cada persona cumple un rol. “Conocer toda la línea del desarrollo del producto es clave para poder articular bien el trabajo, liderando un proyecto, compartiendo responsabilidades y potenciando las habilidades de cada uno del equipo”, dice Marcelo.

Mirando en lo que está hoy, visualiza su emprendimiento en continuo crecimiento, buscando ampliar su oferta a los mochileros y otros turistas con características similares. La idea es poder crecer en espacio y mantener una atención de calidad.

Su decisión de emprender en la Región, específicamente en Osorno, se basó en la tradición comercial y de negocios de la ciudad, apostando a que es un buen lugar para emprender, con nichos y oportunidades para avanzar en la actividad emprendedora. Destaca que lo importante es aprender a interesarse por otros que tengan alguna inquietud, porque ahí puede existir una oportunidad, y hay que tomarse el tiempo de escuchar y en conjunto buscar una forma de desarrollarla.





# 12

## SOBRE LOS AUTORES

---



## FRANCISCA GÓMEZ GAJARDO

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.

## ADRIANA ABARCA MONTERO

Asesora de Investigación en la Universidad Tecnológica de Chile INACAP. Encargada de la Gestión de Proyectos e Investigación dentro del área. Posee título de Ingeniera Comercial y Magíster en Ciencias de la Administración de la Universidad del Desarrollo. También es coautora del GEM Reporte Nacional de Chile, 2015.

## 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 Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Conicyt, CORFO, Mineduc y otros organismos 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.



# 13 / 14

## COLABORADORES PATROCINADORES

---

Foto: Francisca Gómez

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 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 la UDD reciban cursos formales de esta materia.

En 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 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 América-Economía.

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



## SOFOFA INNOVA

El mundo de hoy apunta hacia un mañana distinto. Las empresas, para crear valor, están bajo constantes presiones de cambio tecnológico, clientes más sofisticados y competencia cada día mas globalizada. Con el fin de 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 de 2010, en el Primer Encuentro Nacional de Emprendimiento e Innovación ENEI 2010, el primer Summit de Innovación de la Corporación.

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

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



## CORFO

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

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

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

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







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.



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CHILE INACAP ACREDITADA

**2**  
años

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

NOVIEMBRE 2018

ISBN: 978-956-8336-45-5



9 789568 336455