



Reporte Regional

Aysén 2017

Autores: Gustavo Barrera Verdugo, Juan Acevedo Rubilar, Bastián Chávez Dinamarca





Reporte Región de Aysén 2017

Este informe ha sido elaborado con datos obtenidos por Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los informes globales, nacionales y especializados pueden ser descargados en www.gemconsortium.org. La descripción del proyecto GEM Chile es expuesto en negocios.udd.cl/gemchile. El website de GEM internacional también incluye investigaciones publicadas en journals indexados y sustentadas en el proyecto. El análisis e interpretación sobre los datos es de responsabilidad de los autores.

Edición, diseño y diagramación:

Gibli Activadora de Negocios SpA.

www.gibli.cl

Impreso en Chile por Procolor.

Fotografías gentileza de Sernatur Aysén.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución -No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional





PRESENTACIÓN

Este año 2018 el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) cumple 19 años de vida, periodo en el que se ha perfilado como uno de los instrumentos más interesantes a nivel mundial para medir la actividad emprendedora y su valoración social al interior de distintas economías del mundo. Esto lo ha convertido en uno de los ejes fundamentales para que distintos actores –hacedores de políticas, empresas, universidades y fundaciones– desarrollen sus estrategias y planes de fomento e impulso de la innovación y emprendimiento en Chile.

Por invitación de la Universidad del Desarrollo, la Universidad Tecnológica de Chile INACAP asumió en 2015 la tarea de hacer el levantamiento de información, análisis y reporte en dos regiones (Maule y Los Lagos) de nuestro país, y en 2017, nuestro tercer año de participación, agregamos Los Ríos y Aysén. Esto nos permite contar con un “termómetro” que nos indica cómo es percibido el emprendimiento y cuáles son los principales desafíos y oportunidades al respecto, información clave para una Institución como nuestra Universidad, que aspira a desarrollar la capacidad emprendedora en todos sus estudiantes.

Nuestra amplia cobertura geográfica y el enorme impacto que logramos con los miles de egresados que participan anualmente en el mercado del trabajo, nos comprometen especialmente a impulsar la actividad emprendedora e innovadora en todo el país, pues entendemos que estas son fuerzas motoras para la generación de mayor crecimiento y desarrollo social, medioambiental y económico.

Los emprendedores e innovadores son los llamados a impulsar la creación y sostenibilidad de soluciones que permitan que esta generación y las futuras puedan convivir y solucionar los grandes desafíos de la humanidad, es en esa cancha donde queremos jugar: colaborando con los distintos actores en pos de una sociedad más próspera, equitativa y sostenible.

Agradecemos una vez más a la Universidad del Desarrollo por esta invitación y a los distintos emprendedores y expertos que contestaron esta encuesta, nos permiten contar con estos informes sobre la realidad emprendedora en cuatro regiones de Chile, los que son un insumo y un aporte a todo el ecosistema del emprendimiento de nuestro país.

Felipe Jara Schnettler

Director de Innovación y Emprendimiento
Universidad Tecnológica de Chile INACAP

RESUMEN EJECUTIVO

Contexto

- Global Entrepreneurship Monitor es un referente internacional en el estudio del emprendimiento, considera la medición de indicadores sobre su valoración social, las características de la actividad emprendedora y el ecosistema de emprendimiento en diferentes países.
- En Chile fueron encuestados 9.204 casos para el año 2017, 520 de ellos en la Región de Aysén.

Valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales

- El 76% de los evaluados considera el emprendimiento como opción de carrera deseable, mientras que el 62% admite que los emprendedores exitosos ostentan un elevado estatus social. El 66% percibe que existe una alta difusión de noticias sobre nuevos emprendedores exitosos.
- El 68% percibe buenas oportunidades para iniciar alguna actividad empresarial, el 69% cree tener capacidades para iniciar un negocio.
- Entre quienes perciben buenas oportunidades para comenzar un negocio, el 25% declara tener miedo al fracaso como un obstáculo para emprender.

Actividad emprendedora en la Región de Aysén

- La Región de Aysén presenta un TEA (Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales) de 32,1%, mientras que en el país este porcentaje alcanza el 23,8%.
- La Región de Aysén presenta una actividad emprendedora naciente del 19%, los nuevos empresarios representan un 13% y los emprendedores establecidos se encuentran en un 12%.

- En cuanto a las motivaciones para emprender en etapas iniciales, el 43,2% de los emprendedores de Aysén indica que fue un modo de incrementar ingresos, el 25,7% de ellos declara que fue para obtener mayor independencia, el 25,1% por necesidad y solo mantener el ingreso. Finalmente, el 6,1% declara motivos mixtos.

Características de las personas que realizan actividades emprendedoras en la región

- Los emprendedores de la región se concentran principalmente en los dos niveles de ingresos más altos (C2 y ABC1).
- Para los emprendimientos en etapas iniciales, el 54% se encuentra en edades intermedias, entre los 25 y 44 años de edad. Mientras que los emprendedores establecidos, el 66% es mayor de 45 años.
- En etapas iniciales de emprendimiento, los hombres declaran emprender un 37%, mientras que las mujeres solo un 27%. Para los emprendedores establecidos, las mediciones para hombres y mujeres alcanzaron un 13% y 11% respectivamente.
- Los emprendedores en etapas iniciales que se declaran autoempleados corresponden al 22%, mientras que en los emprendedores establecidos este porcentaje alcanza el 35%.
- En los emprendedores en etapas iniciales, el 52% se dedica a servicios orientados al consumidor, mientras que esta proporción llega al 49% en emprendedores establecidos.

Creación de valor y competitividad

- 4% de los emprendedores iniciales y el 10% de los establecidos esperan contratar más de 20 trabajadores en los próximos cinco años.
- Cerca del 50% de emprendedores en etapas iniciales y establecidos declaran ofrecer productos o servicios novedosos para sus clientes.
- Un amplio porcentaje de emprendedores en etapas iniciales (51%) y establecidos (64%) señala no usar nuevas tecnologías.

- En general, los emprendedores de la región tienen bajos niveles de internacionalización de sus productos o servicios.

Factores del ecosistema para emprender

- Acceso a Infraestructura Física es el factor con la más alta evaluación, seguido de Programas de Gobierno.
- Aquellos factores con más baja evaluación son Apoyo Financiero, Políticas Públicas, Normas Sociales y Culturales.

Figura 1: Indicadores claves (%)



Las mejores condiciones del contexto son:
Infraestructura Física y Programas de Gobierno

INDICE

1. Introducción / *pág. 13*

1.1 Acerca del GEM / *pág. 15*

1.2 Marco conceptual / *pág. 17*

1.3 Metodología del GEM / *pág. 19*

1.4 Proceso emprendedor y
definiciones operativas del GEM / *pág. 20*

1.5 Sobre este reporte / *pág. 22*

2. Características del emprendimiento en la Región de Aysén / *pág. 23*

2.1. Valores sociales hacia el emprendimiento
y atributos individuales / *pág. 24*

2.2. Actividades emprendedoras / *pág. 28*

2.3. Motivaciones emprendedoras / *pág. 30*

2.4. Distribución por sectores / *pág. 32*

2.5. Edad y sexo / *pág. 33*

2.6. Nivel educativo / *pág. 35*

2.7. Nivel de ingresos / *pág. 36*

2.8. Descontinuación de los negocios / *pág. 37*

2.9. Aspiraciones emprendedoras / *pág. 37*

2.10. Orientación a la innovación / *pág. 39*

2.11. Utilización de nuevas tecnologías / *pág. 41*

2.12. Potencial de expansión del mercado / *pág. 42*

2.13. Predictores de emprendimiento en
la Región de Aysén / *pág. 43*



3. Factores del ecosistema para emprender en la Región de Aysén / pág. 47

3.1. Análisis general de las condiciones para emprender en la Región de Aysén / pág. 50

3.2. Análisis específico de las condiciones para emprender en la Región de Aysén / pág. 51

4. Referencias / pág. 61

5. Expertos consultados / pág. 63

6. Ficha metodológica / pág. 65

6.1. Encuesta a población adulta en Región de Aysén / pág. 66

6.2. Encuesta Nacional de Expertos en Región de Aysén / pág. 66

7. Experiencias de emprendedores en la Región del Aysén / pág. 67

7.1. IWI / pág. 68

7.2. Ahumart / pág. 69

7.3. Urban Austral / pág. 69

7.4. Arisca / pág. 70

8. Más información sobre GEM Chile / pág. 71

8.1. Autores / pág. 72

9. Colaboradores y patrocinadores / pág. 73

10. Anexos / pág. 75

10.1. Glosario / pág. 76



FIGURAS

Figura 1: Indicadores claves (%)

Figura 1.1: Evolución de los modelos teóricos sobre el emprendimiento, GEM 1999-actualidad

Figura 1.2: Modelo actual del GEM

Figura 1.3: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM

Figura 2.1: Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento en la Región de Aysén (% respuestas afirmativas)

Figura 2.2: Actividad emprendedora en etapas iniciales en las regiones participantes en Chile en 2017 (%)

Figura 2.3: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales I (%)

Figura 2.4: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales II (%)

Figura 2.5: Distribución por sectores de emprendimientos en etapas iniciales y establecidas (%)

Figura 2.6: Emprendimientos en etapas iniciales, según grupo de edad (%)

Figura 2.7: Emprendimientos establecidos, según grupo de edad (%)

Figura 2.8: Emprendimientos en etapas iniciales y establecidos, según sexo (%)

Figura 2.9: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora (%)

Figura 2.10: Actividad emprendedora, según ingreso familiar (%)

Figura 2.11: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento (%)

Figura 2.12: Número de trabajadores y potencial de contrataciones, según etapa de emprendimiento (%)

Figura 2.13: Novedad de los productos o servicios ofrecidos (%)

Figura 2.14: Intensidad de la competencia esperada (%)

Figura 2.15: Uso de nuevas tecnologías o procesos (%)

Figura 2.16: Expectativa de expansión de mercado (%)

Figura 2.17: Proporción de emprendedores, según orientación a mercados internacionales (%)

Figura 2.18: Razón de probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora

- Figura 3.1:** Evaluación de expertos sobre ecosistema de emprendimiento (promedio)
- Figura 3.2:** Evaluación del contexto emprendedor de la Región de Aysén y en Chile
- Figura 3.3:** Evaluación de la condición Apoyo financiero
- Figura 3.4:** Evaluación de la condición Políticas públicas
- Figura 3.5:** Evaluación de la condición Programas de Gobierno
- Figura 3.6:** Evaluación de la condición Educación para Emprendimiento
- Figura 3.7:** Evaluación de la condición Transferencia I+D
- Figura 3.8:** Evaluación de la condición Infraestructura Comercial y Profesional
- Figura 3.9:** Evaluación de la condición Apertura al Mercado
- Figura 3.10:** Evaluación de la condición Infraestructura Física
- Figura 3.11:** Evaluación de la condición Normas Sociales y Culturales

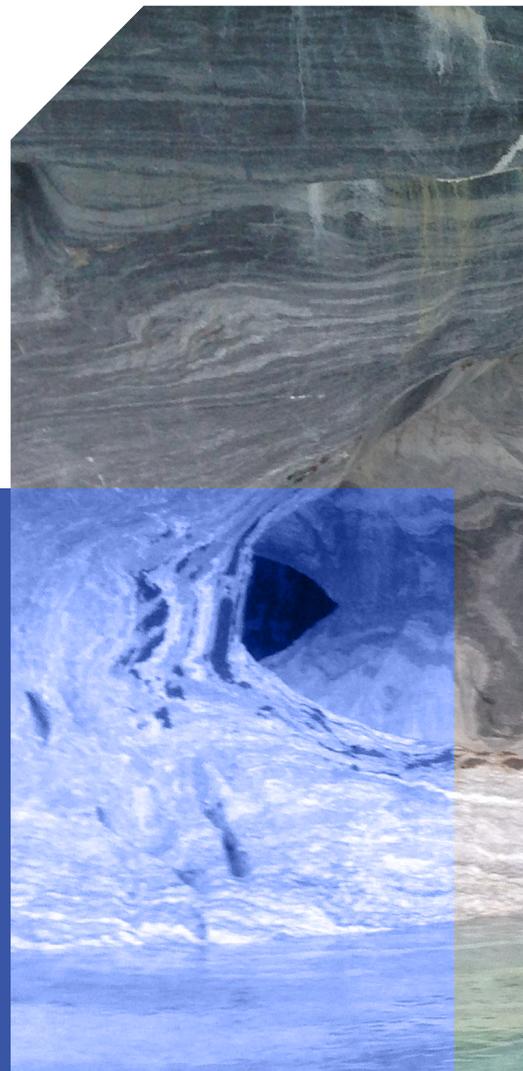


TABLAS

- Tabla 2.1:** Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento según región (%).
- Tabla 2.2:** Atributos y valoraciones hacia el emprendimientos según etapa del emprendimiento (% de respuestas afirmativas)
- Tabla 2.3:** Actividad emprendedora según fase del proceso emprendedor (%)
- Tabla 2.4:** Modelos de regresión logística para la probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora
- Tabla 3.1:** Condiciones de la actividad emprendedora

INTRODUCCIÓN

- 1.1. Acerca del GEM
- 1.2. Marco conceptual
- 1.3. Metodología del GEM
- 1.4. Proceso emprendedor y definiciones operativas del GEM
- 1.5. Sobre este reporte



El estudio Global Entrepreneurship Monitor Internacional publica anualmente reportes sobre el estado y tendencias de la actividad emprendedora de diversos países, que transitan por diferentes etapas de su desarrollo económico. Chile se unió a esta iniciativa en 2002, y desde entonces, en el país han sido generados informes nacionales y regionales con indicadores para evaluación de valores sociales, de la actividad emprendedora, aspiraciones y el ecosistema emprendedor.

Por su cobertura geográfica, tamaño muestral y calidad metodológicas, el proyecto GEM Chile se ha convertido en la iniciativa más relevante para comprender el fenómeno del emprendimiento y su dinámica a nivel nacional y regional. Desde 2017, la Universidad Tecnológica de Chile INACAP es responsable del proceso de recopilación de datos orientada a expertos y la elaboración de reportes en la Región de Aysén.



INTRODUCCIÓN

1.1. Acerca del GEM

El proyecto fue iniciado por Michael Hay del London Business School (Reino Unido) y Bill Bygrave del Babson College (EE.UU.) en 1997, el primer estudio se realizó en 1999 e incluyó a diez países con economías desarrolladas. En el año 2017 participaron 54 países, considerando a economías que disponen del 68% de la población del mundo y generan alrededor del 86% del PIB a nivel global (Singer, Herrington & Menipaz, 2018).

Latinoamérica ha sido representada en forma significativa en este estudio. En 2010 los países de América Latina y el Caribe constituyeron la segunda región con mayor participación en GEM, solo Europa obtuvo mayor presencia durante ese periodo (Amorós, 2011). La edición 2017 del GEM cuenta con la participación de Puerto Rico, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú y Uruguay.

Chile se unió al proyecto en 2002 y desde ese entonces se han realizado mediciones consistentes bajo la metodología de GEM. Actualmente el proyecto es liderado en Chile por la Universidad del Desarrollo, que,

en conjunto con universidades regionales, conforman una red de investigación que abarca gran parte del territorio del país. La Universidad Tecnológica de Chile INACAP ha sido par regional del GEM desde 2015 en las regiones del Maule y Los Lagos, sumando a partir del 2017 las regiones de Los Ríos y Aysén.

En 2004 fue creada la Global Entrepreneurship Research Association (GERA) como organismo supervisor del proceso de elaboración de informes. GERA es una entidad sin fines de lucro dirigida por integrantes de las organizaciones fundadoras London Business School (Reino Unido) y Babson College (EE.UU.), las instituciones patrocinadoras Universidad del Desarrollo (Chile), Universiti Tun Abdul Razak (Malasia), Korea Entrepreneurship Foundation (Corea), International Development Research Centre (Canadá) y International Council for Small Business (EE.UU), y equipos patrocinadores nacionales alrededor del mundo que apoyan las líneas de investigación académica asociada a la actividad emprendedora (Singer, Herrington & Menipaz, 2018).



El GEM entrega información confiable y actualizada para las principales organizaciones mundiales que observan la actividad emprendedora, el estudio ha logrado desarrollar un set de reportes que son utilizados por una comunidad de investigadores dinámica y en permanente crecimiento. Las características del GEM que atraen a investigadores de diversos países, son las siguientes (Global Entrepreneurship Monitor, n.d.):

- **Focaliza al emprendedor individual**, obteniendo datos primarios del pequeño emprendedor cuya actividad podría no ser medida en la estadística oficial.
- **Permite realizar comparaciones entre los países**, al utilizar el mismo enfoque al obtener los datos a nivel global.
- **Identifica la actividad emprendedora como un proceso**, al capturar las mediciones de las distintas fases, desde identificar las oportunidades, realizar los primeros pasos del emprendimiento, dirigir un emprendimiento naciente y hacerlo crecer.
- **Dispone de set de datos históricos comprensibles**, pues en sus 18 años de trayectoria ha recabado más de dos millones de observaciones en más de 100 economías a nivel mundial.
- **Articula una destacada red global de expertos**, al reunir más de 500 especialistas en la temática de emprendimiento a nivel mundial.
- **Recolecta datos de emprendimientos informales**, lo que generalmente las estadísticas oficiales no logran capturar; esto es particularmente relevante en economías en desarrollo.

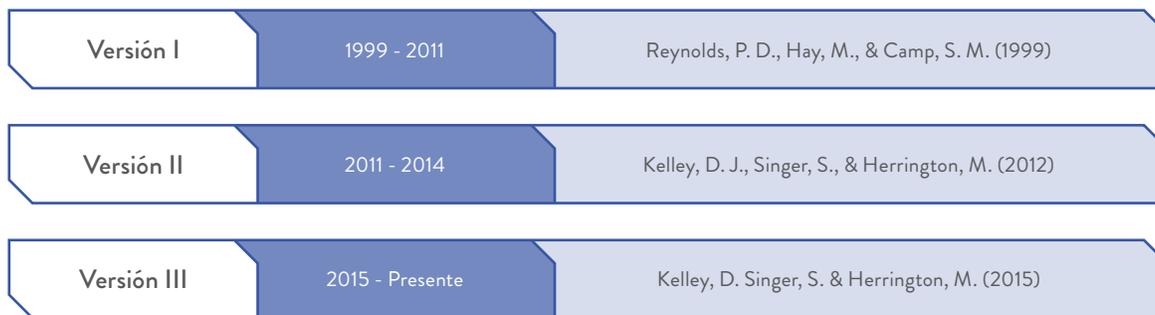


1.2. Marco conceptual

El GEM ha actualizado su comprensión del emprendimiento a través de un modelo teórico que evoluciona en el tiempo. Los cambios en el estudio han permitido un mayor entendimiento del vínculo de variables que inciden en el emprendimiento, sin comprometer la información recopilada previamente. Como se observa en la *Figura 1.1*, desde 1999 hasta el presente

se han elaborado tres modelos teóricos, su progresión está relacionada con el aumento en la complejidad de las relaciones entre los factores que intervienen en el emprendimiento, como el papel que desempeña el contexto político, económico y cultural, y los valores sociales y los atributos individuales del emprendedor.

Figura 1.1: Evolución de los modelos teóricos sobre el emprendimiento, GEM 1999-actualidad



Fuente: Elaboración propia en base a GERA (2018)

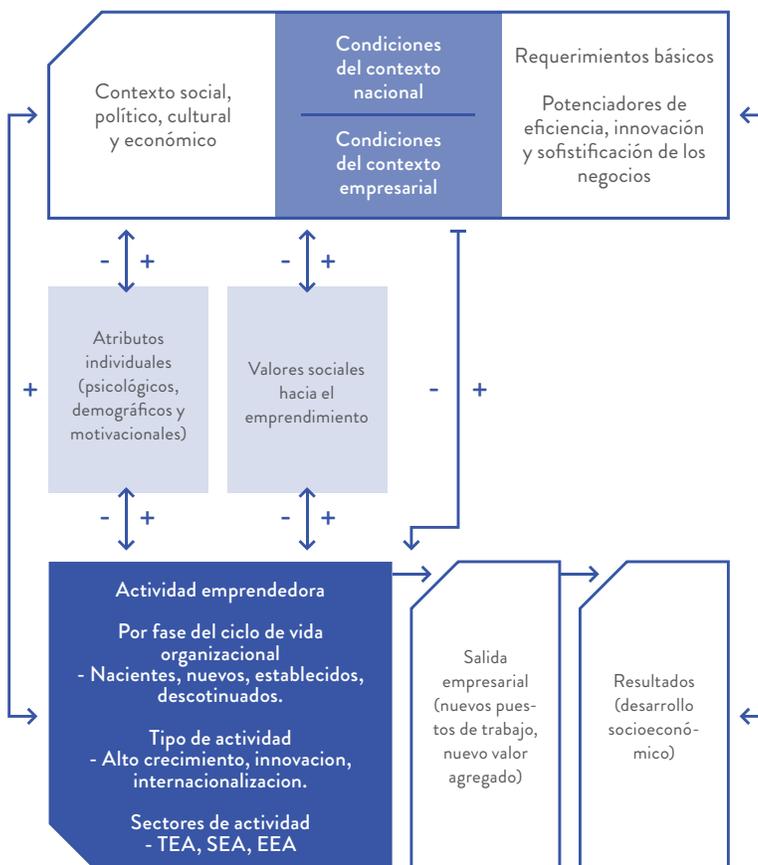


Figura 1.2: Modelo actual del GEM

Esta evolución se articula para alcanzar con eficacia los tres grandes objetivos del GEM: 1) Medir los diferentes niveles de actividad emprendedora entre los países. 2) Descubrir los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora a nivel nacional. 3) Identificar políticas que pueden mejorar los niveles de actividad emprendedora a nivel nacional (Amorós, 2011). El marco teórico actual data del 2015 y obedece al siguiente esquema (ver *Figura 1.2*).

Fuente: Global Report, 2017/2018. GEM

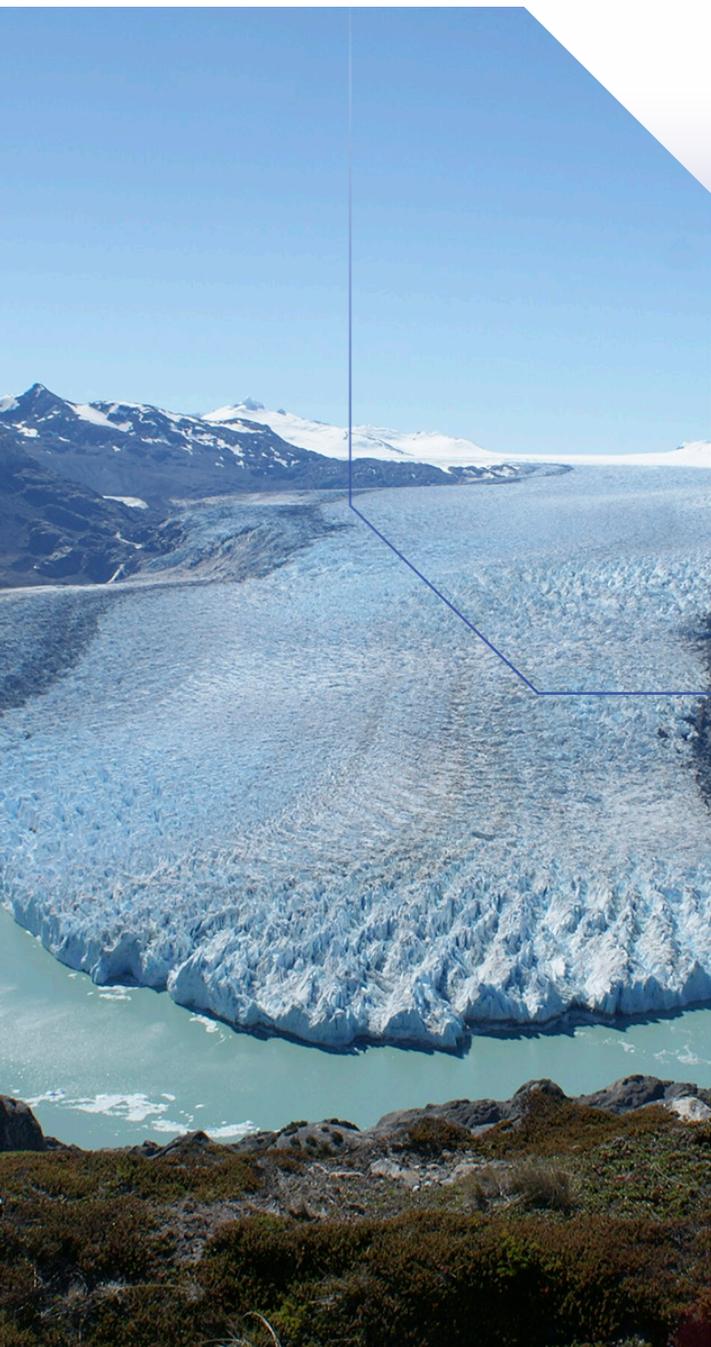
El modelo actual vincula el contexto social, político, cultural y económico, con los valores sociales sobre el emprendimiento, los atributos individuales del emprendedor y la actividad emprendedora. Se basa en la concepción de que el emprendimiento es un constructo multidimensional, que involucra diversos actores y niveles de análisis (Wennekers, Uhlaner & Thurik, 2002).

El GEM identifica tres ambitos principales para explicar la actividad emprendedora: el individuo, su actividad y su entorno. El modelo estima que las características del entorno (social, cultural, económico y político) apoyan o dificultan la intención de emprender en las personas, impactando la creación de valor, generación de nuevos puestos de trabajo y el desarrollo socioeconómico (Kelley et al., 2012). A continuación, **son descritos estos tres componentes:**

I. Entorno para la actividad emprendedora:

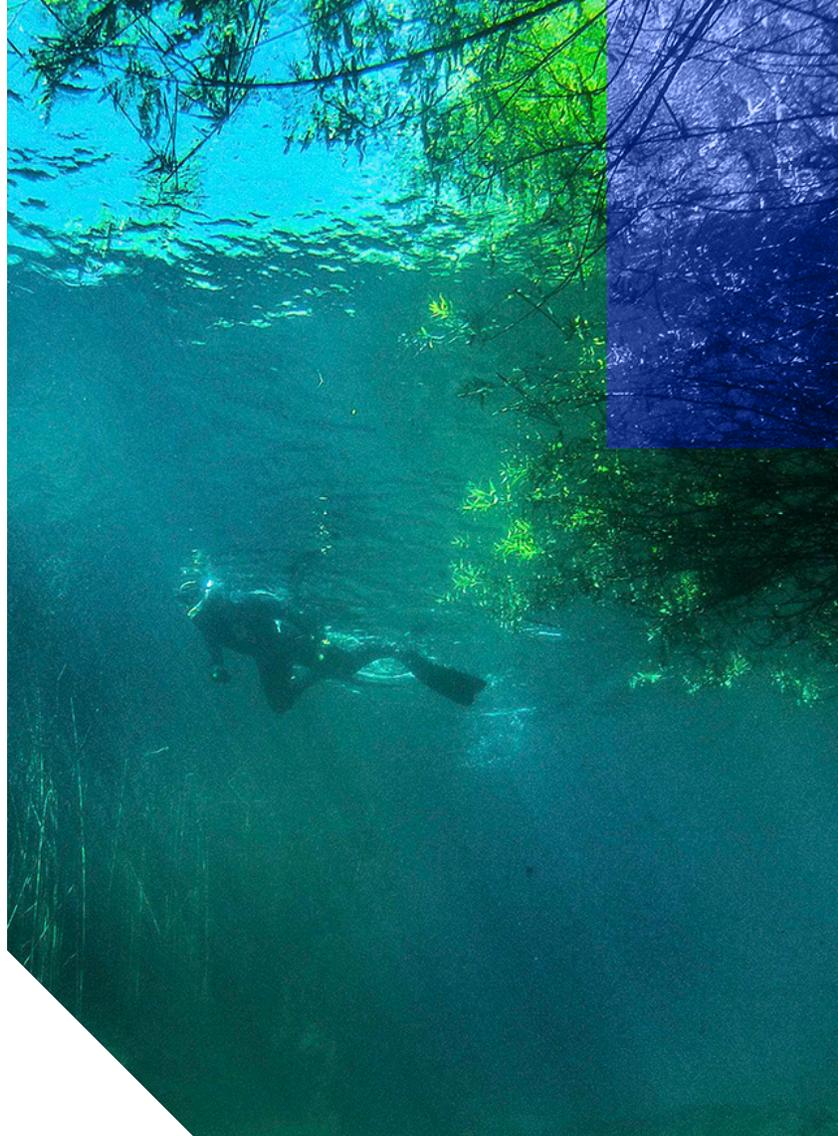
este factor hace referencia a las características del entorno nacional y empresarial, que facilitan o dificultan las actividades emprendedoras. Está constituido por:

- **Requerimientos básicos:** configuración institucional, infraestructura, estabilidad macroeconómica, condiciones de educación básica y salud apropiadas.
- **Estimuladores de eficiencia:** educación y capacitación, tamaño y eficiencia en mercados que ofertan bienes y servicios.
- **Condiciones para la innovación y sofisticación de los negocios:** políticas gubernamentales, educación en emprendimiento, transferencia de investigación y desarrollo, apertura de mercados internos, disponibilidad de financiamiento, infraestructura y normas instituidas en la cultura.



II. Individuos emprendedores: caracteriza a personas que son guiadas por su contexto social hacia el emprendimiento. Son estudiadas condiciones demográficas, como nivel educacional, edad y género, también percepciones sobre oportunidades, miedo al fracaso, capacidades personales y aspectos motivacionales que guían a individuos a emprender. Adicionalmente, son evaluados valores sociales que promueven o desestiman el emprendimiento.

III. Actividades emprendedoras: consiste en análisis sobre etapas del ciclo de vida de una organización, el tipo de actividad que desarrolla y su impacto, en términos particulares son estimados los indicadores Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA), Emprendimiento Social (SEA) y Actividad Emprendedora de Empleados (EEA).



1.3. Metodología del GEM

El equipo del GERA, en conjunto con los equipos nacionales, coordinan y controlan la aplicación de instrumentos para obtención de información, como son la Encuesta a Población Adulta y Encuesta Nacional de Expertos. Estas evaluaciones entregan dos perspectivas complementarias para entender el fenómeno del emprendimiento.

La Encuesta a Población Adulta se orienta a medir el nivel y naturaleza de la actividad de emprendedores alrededor del mundo. Se enfoca en explorar el rol del individuo en el ciclo de vida del proceso emprendedor, focalizándose en sus condiciones demográficas, motivaciones para empezar un negocio, actitudes emprendedoras y acciones realizadas al iniciar un negocio.

La Encuesta Nacional de Expertos es un cuestionario que reúne la opinión de especialistas sobre un amplio rango de ítems¹, cada uno de ellos está diseñado para obtener percepciones sobre una dimensión diferente del ecosistema de emprendimiento. Los expertos son seleccionados por su amplio conocimiento del contexto del emprendimiento en un área geográfica o bien por su trayectoria emprendedora. Aportan su conocimiento en las nueve dimensiones abordadas en el estudio, estas son Apoyo Financiero, Políticas Públicas, Programas de Gobierno, Educación y Capacitación, I+D y Transferencia, Infraestructura Comercial, Apertura del Mercado Interno, Infraestructura Física y Cultura y Normas Sociales.

¹ Los ítems están asociados *Entrepreneurial Framework Conditions (EFCs)*, que definen el ecosistema de emprendimiento y considera los recursos, iniciativas, mercados y apoyo institucional para la creación y crecimiento de nuevos emprendimientos (Bosma et al., 2008).

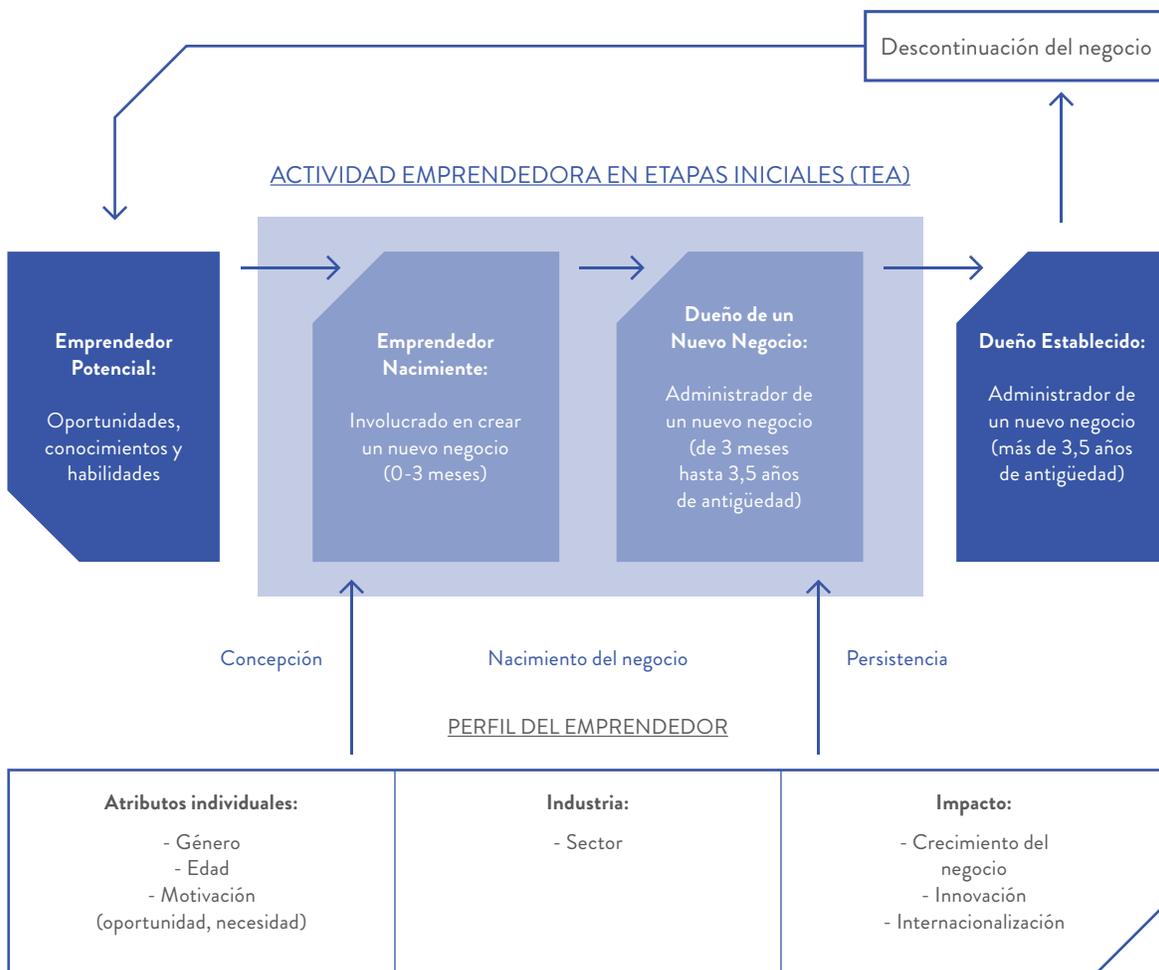
1.4. Proceso emprendedor y definiciones operativas del GEM

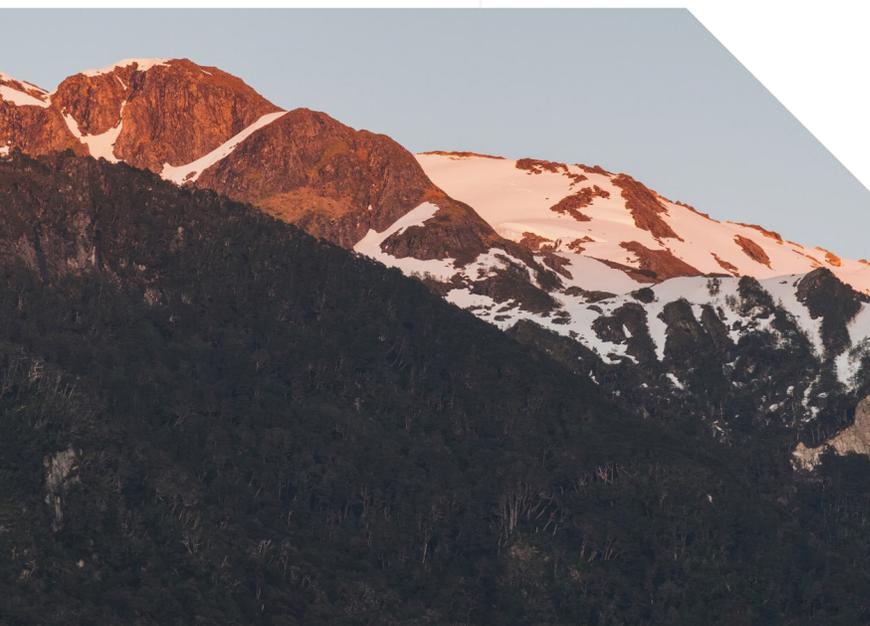
El GEM ha adherido la definición de emprendimiento planteada por Reynolds et al. (1999), autores que identifican este concepto como “toda intención de creación de nuevos negocios o empresas, incluyendo trabajo por cuenta propia, desarrollo de una organización empresarial o el crecimiento de un negocio existente, por parte de personas individuales, un equipo o un negocio establecido”(p.3).

Una de las cualidades diferenciadoras del GEM es su orientación hacia el estudio de percepciones y condiciones demográficas individuales en diferentes fases de actividad emprendedora, por ello, el estudio observa al individuo desde el momento en que es un emprendedor

potencial y luego compromete recursos para iniciar un negocio, hasta que se consolida como dueño y dirige su negocio establecido, manteniéndose en operación por más de 42 meses. La **Figura 1.3** sintetiza el proceso emprendedor.

Figura 1.3: El proceso emprendedor y etapas emprendedoras del GEM





La información de *Figura 1.3* permite comprender la actividad emprendedora como un proceso desarrollado en cuatro etapas.

La primera corresponde a la categoría denominada **Emprendedor Potencial**, que incorpora a individuos con predisposición a iniciar un nuevo negocio, pero que aún no comienzan acciones específicas para ello. En esta etapa se mide la percepción de atributos individuales y su valoración hacia el emprendimiento.

La segunda fase, categorizada como **Emprendedor Naciente**, considera a personas que señalan inicio de un nuevo negocio, o pago de salarios a sus trabajadores y/o a sí mismos, en un plazo no mayor a tres meses. En GEM, el pago de cualquier tipo de retribución en un periodo mayor a tres meses, tanto al dueño de la empresa o a algún empleado, es identificado como el momento del nacimiento de un negocio.

La tercera fase es definida como **Dueño de un Nuevo Negocio**, agrupa a individuos que han pagado salarios por extensión de 3 a 42 meses luego de iniciar un negocio. La proporción de emprendedores nacientes más dueños de nuevos negocios, es denominada en GEM como Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (en adelante TEA por su sigla en inglés de Total Early-Stage Entrepreneurial Activity).

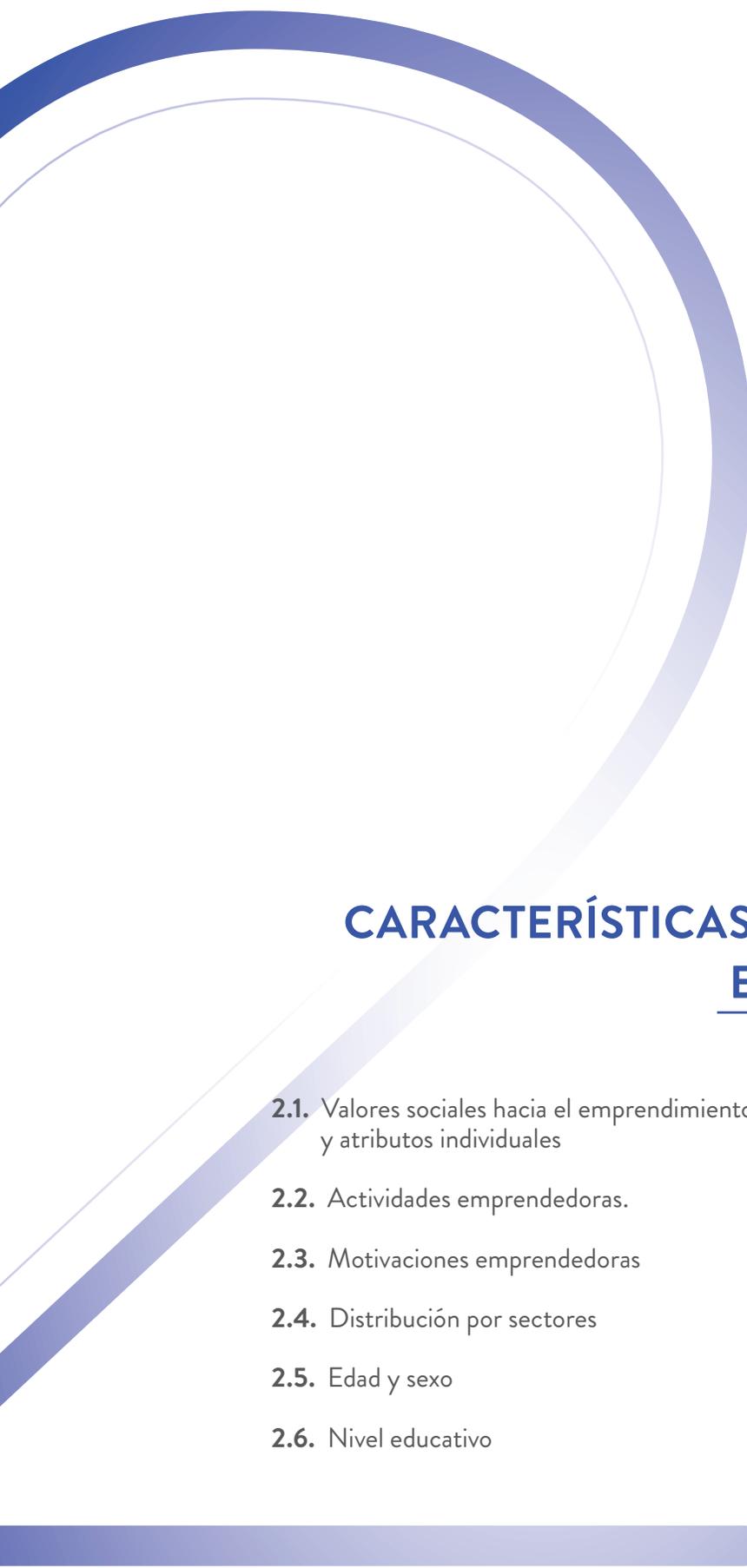


La última etapa es definida como **Dueño Establecido**, y considera a personas dedicadas a la operación de su negocio con pago de salarios por extensión de más de 42 meses. Esta fase también es reconocida como “etapa de persistencia”, pues el negocio ha superado dificultades iniciales y busca consolidarse.

1.5. Sobre este reporte

Este documento representa la información obtenida desde emprendedores y expertos durante 2017, en la Región de Aysén. Su contenido describe el desempeño de diferentes dimensiones consideradas en marco conceptual del GEM. Evalúa la dinámica emprendedora en esta región y sus condiciones de contexto.





CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN DE AYSÉN

- 2.1. Valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales
- 2.2. Actividades emprendedoras.
- 2.3. Motivaciones emprendedoras
- 2.4. Distribución por sectores
- 2.5. Edad y sexo
- 2.6. Nivel educativo
- 2.7. Nivel de ingresos
- 2.8. Descontinuación de los negocios
- 2.9. Aspiraciones emprendedoras
- 2.10. Orientación a la innovación
- 2.11. Utilización de nuevas tecnologías
- 2.12. Potencial de expansión del mercado
- 2.13. Predictores de emprendimiento en la Región de Aysén



2.1. Valores sociales hacia el emprendimiento y atributos individuales

Para el GEM la valoración social influye en los niveles de actividad emprendedora, pues en la medida que exista aceptación colectiva será más probable que las personas se conviertan en emprendedores. Se mide esta dimensión de la encuesta mediante la apreciación de la población sobre tres variables: opinión del emprendimiento como profesión deseable, el estatus social de emprendedores con éxito y la atención que recibe este grupo por parte de medios de comunicación. Asimismo, el GEM analiza la percepción de la población respecto de las oportunidades en el entorno, sus propias capacidades individuales, la intención de emprender en el futuro y el miedo al fracaso cuando se desea partir un negocio.



La **Tabla 2.1** muestra actitudes y percepciones emprendedoras a nivel nacional y regional. En comparación con el país, Aysén presenta porcentajes más elevados en percepción de la mayoría de variables evaluadas.

Tabla 2.1: Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento según región (% 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 dan al emprendimiento
Aysén	68,1	68,7	24,9	42,2	75,9	61,9	65,9
Chile	55,5	61,8	29,4	45,8	73,8	62,9	62,0

*Proporción de adultos entre 18-64 años que observa buenas oportunidades para comenzar un negocio.

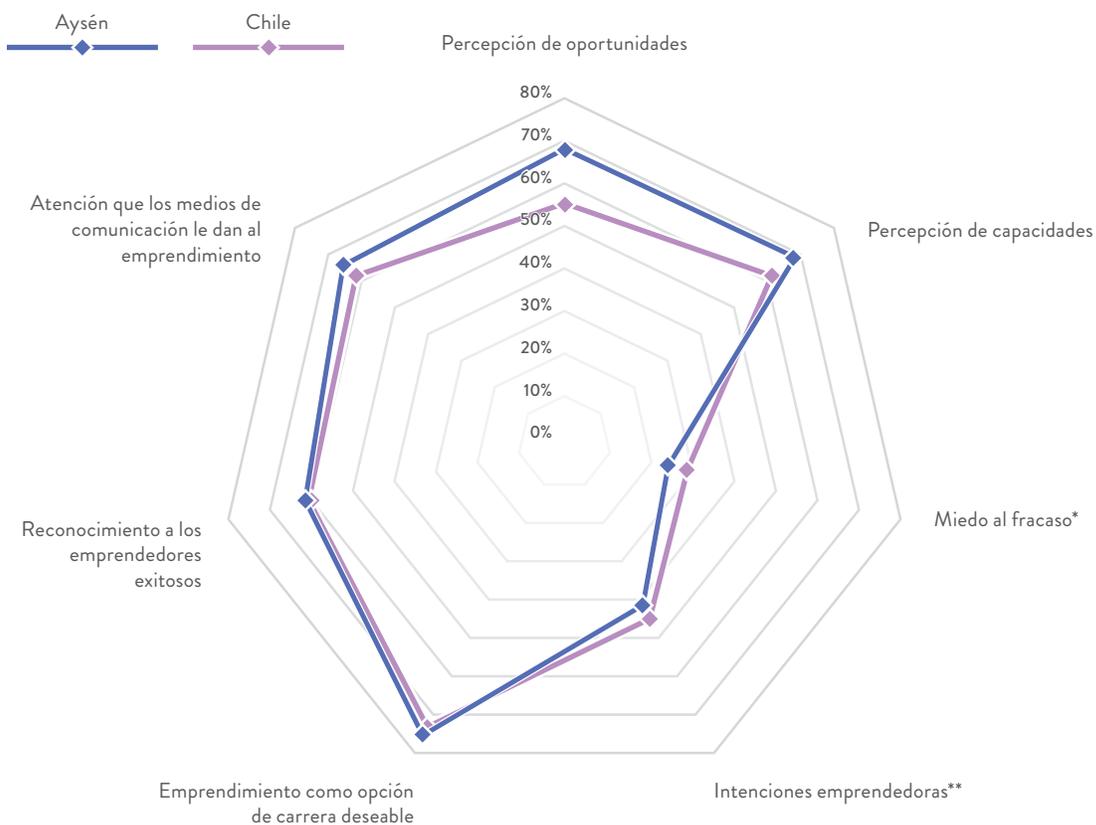
**Proporción de adultos que no está involucrada en actividades emprendedoras.

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

En coherencia con la tabla anterior, la **Figura 2.1** indica que la Región de Aysén presenta porcentajes similares al nivel nacional en lo referido a miedo al fracaso (24,9%), intenciones emprendedoras (42,2%), la percepción del emprendimiento como opción de carrera deseable (75,9%), reconocimiento a los emprendedores exitosos (61,9%) y quienes consideran que los medios de comunicación frecuentemente prestan atención a emprendedores exitosos (65,9%).

También se observan mayores porcentajes de la región en aquellos que perciben buenas oportunidades para iniciar alguna actividad empresarial (68,1%) y en la apreciación de capacidades para emprender (68,7%).

Figura 2.1: Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento en la Región de Aysén (% respuestas afirmativas)



*Proporción de adultos entre 18-64 años que observa buenas oportunidades para comenzar un negocio.

**Proporción de adultos que no está involucrada en actividades emprendedoras.

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

La **Tabla 2.2** analiza las atribuciones y valoraciones hacia el emprendimiento por etapa de actividad emprendedora, en la región y a nivel nacional. Con respecto a la pregunta sobre el conocimiento de alguna persona que haya iniciado un negocio hace dos años, se puede indicar que en la región, aquellos encuestados sin relación con actividades emprendedoras presentan una menor respuesta positiva que aquellos con alguna relación o que ya se encuentran en fases de emprendimiento.

Existe similar porcentaje de respuesta en lo referido a la percepción de buenas oportunidades para iniciar alguna actividad empresarial, ya que se observa que los grupos fluctúan entre el 65,9% (sin relación alguna con emprendimiento) y 74,7% (emprendedores nacientes). También se observa que el grupo de empresarios establecidos es el que presenta mayor proporción respecto del miedo al fracaso al emprender, seguido de quienes no tienen relación con el emprendimiento. En la apreciación de capacidades para emprender, las personas sin relación con actividad emprendedora presentan un 53%, versus el resto de las categorías que se encuentran sobre el 84%.

Tabla 2.2: Atributos y valoraciones hacia el emprendimiento según etapa del emprendimiento (% de respuestas afirmativas)

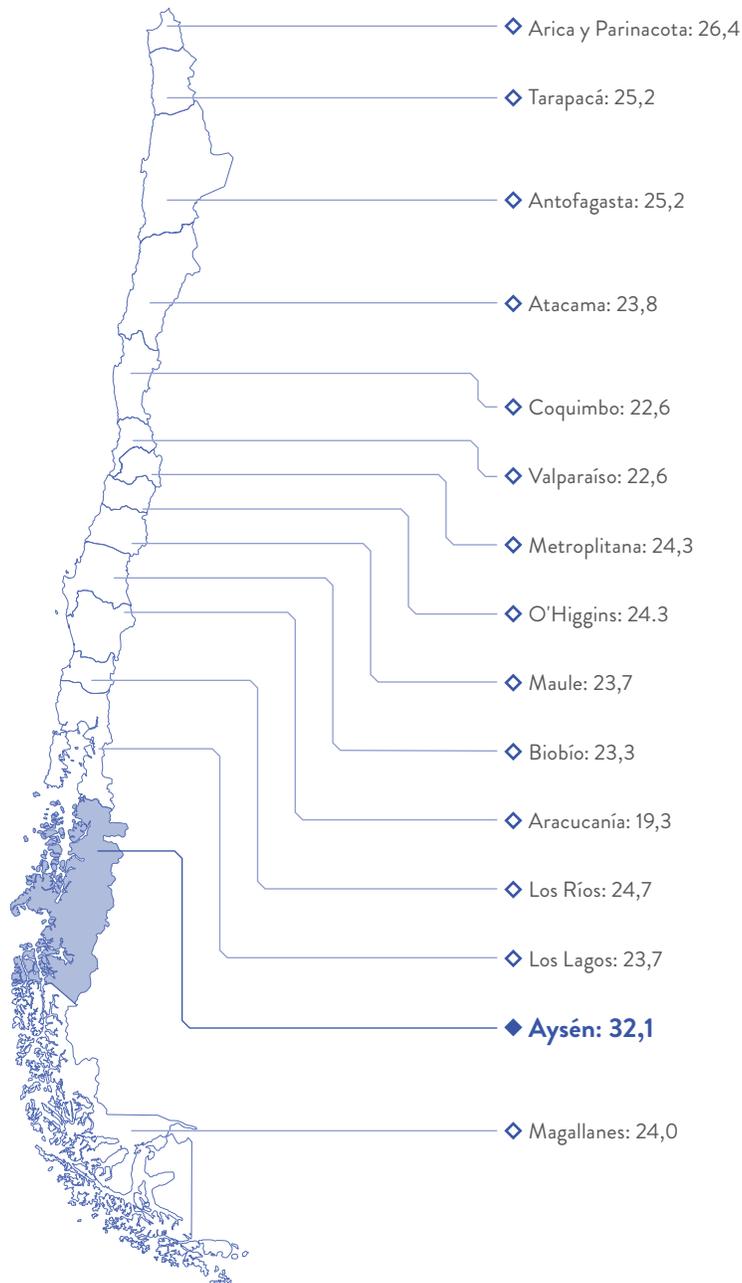
¿Conoce usted personalmente a alguien que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores/as nacientes	Nuevos/as empresarios/as	Actividad emprendedora establecida
Aysén	37,5	71,3	75,5	75,7	61,1
Chile	33,8	63,7	61,8	75,2	62,7
¿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
Aysén	65,9	71,0	74,7	70,7	67,1
Chile	54,7	57,2	59,3	58,6	52,0
¿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
Aysén	53,0	89,5	84,8	97,3	90,4
Chile	50,5	85,8	85,6	86,5	86,4
¿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
Aysén	34,0	26,7	22,6	23,4	39,1
Chile	36,5	24,5	24,6	22,2	24,2

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

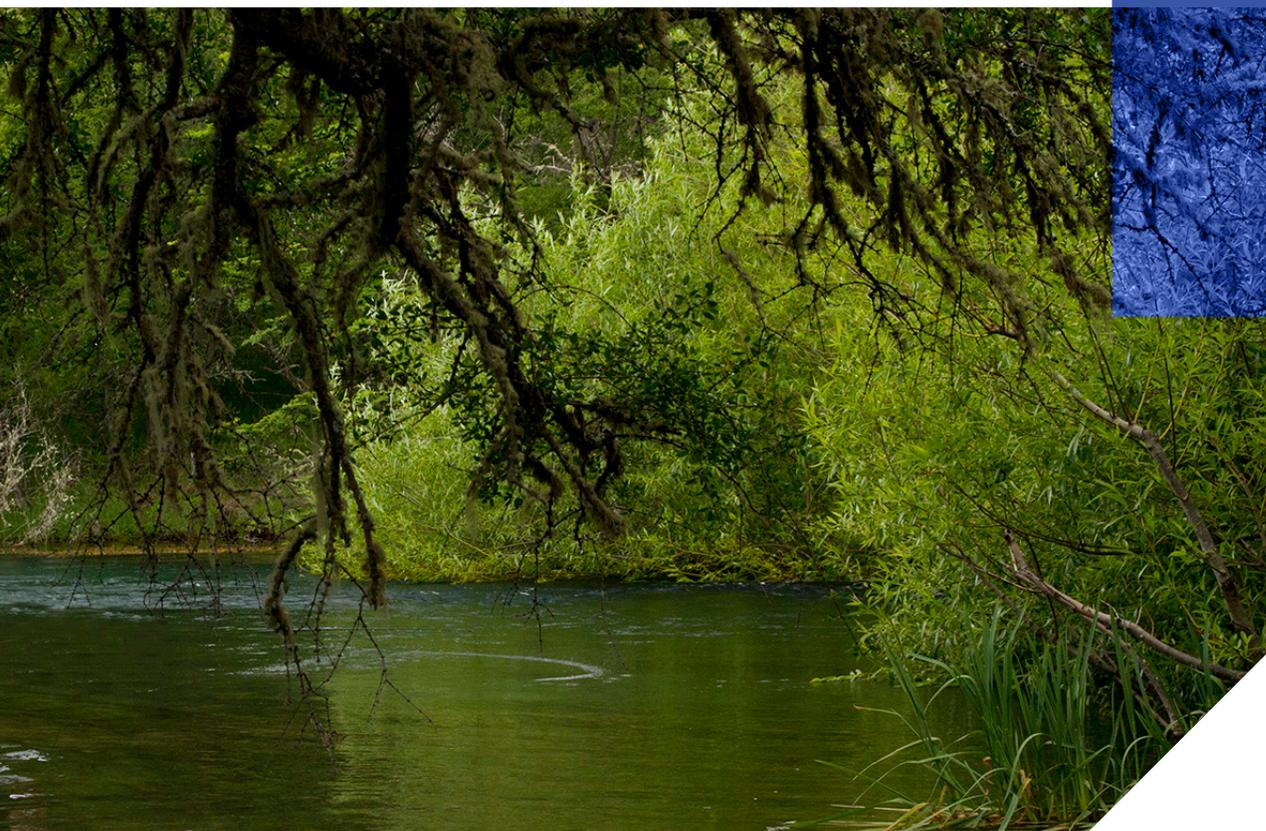
2.2. Actividades emprendedoras

La **Figura 2.2** señala el indicador TEA (Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales) a nivel regional, es decir, la actividad de emprendedores que se encuentran en las primeras etapas, incluyendo emprendedores nacientes y nuevos empresarios. La Región de Aysén presenta un TEA de 32,1%, siendo el más alto entre las demás regiones, mientras que en el país este porcentaje alcanza el 23,8%.

Figura 2.2: Actividad emprendedora en etapas iniciales en las regiones participantes en Chile en 2017 (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



La **Tabla 2.3** muestra la actividad emprendedora en fases de su proceso. En general, se observa que en el país predomina la actividad emprendedora naciente, seguida de los nuevos empresarios y los emprendedores ya establecidos. La Región de Aysén presenta una actividad emprendedora naciente del 19,6 %, los nuevos empresarios representan un 13,2% y los emprendedores establecidos se encuentran en un 12,3%. Cabe mencionar que la Región de Aysén presenta un alto porcentaje de emprendedores nacientes y nuevos empresarios.

Tabla 2.3: Actividad emprendedora según fase del proceso emprendedor (%)

Región	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación
Aysén	19,6	13,2	32,1	12,3	7,8
Chile	14,7	9,7	23,8	9,9	7,1

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

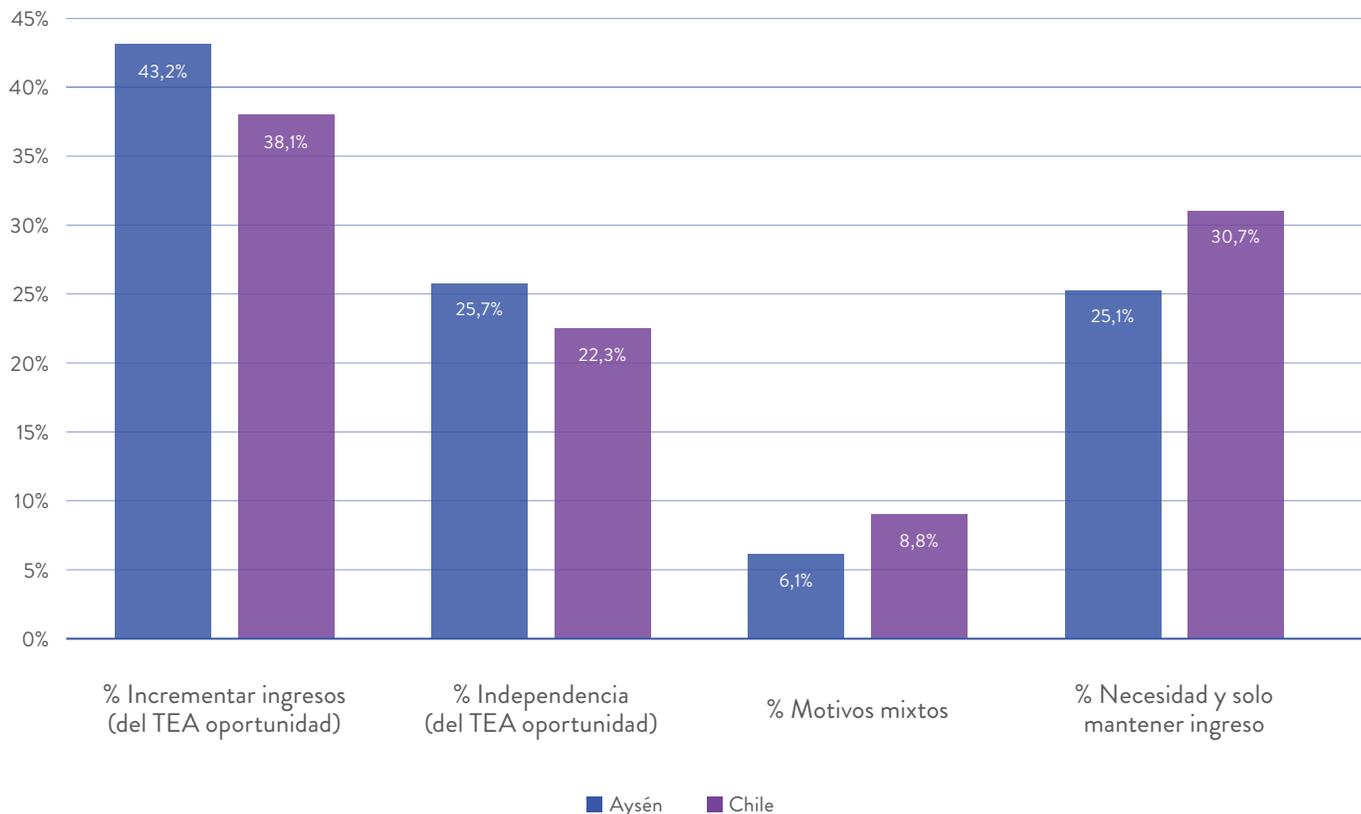
2.3. Motivaciones emprendedoras

GEM entiende que existen dos tipos de motivaciones que incentivan a los individuos emprender: oportunidad y necesidad. La primera motivación se vincula con la oportunidad de llevar una idea al mercado y desarrollar un nuevo negocio, es decir, el emprendedor que decide materializar una idea que posee potencial de crecimiento. Dentro de estos emprendedores, podemos distinguir entre aquellos que son motivados por incrementar su nivel de ingreso, desean tener mayor independencia o tienen motivos mixtos.

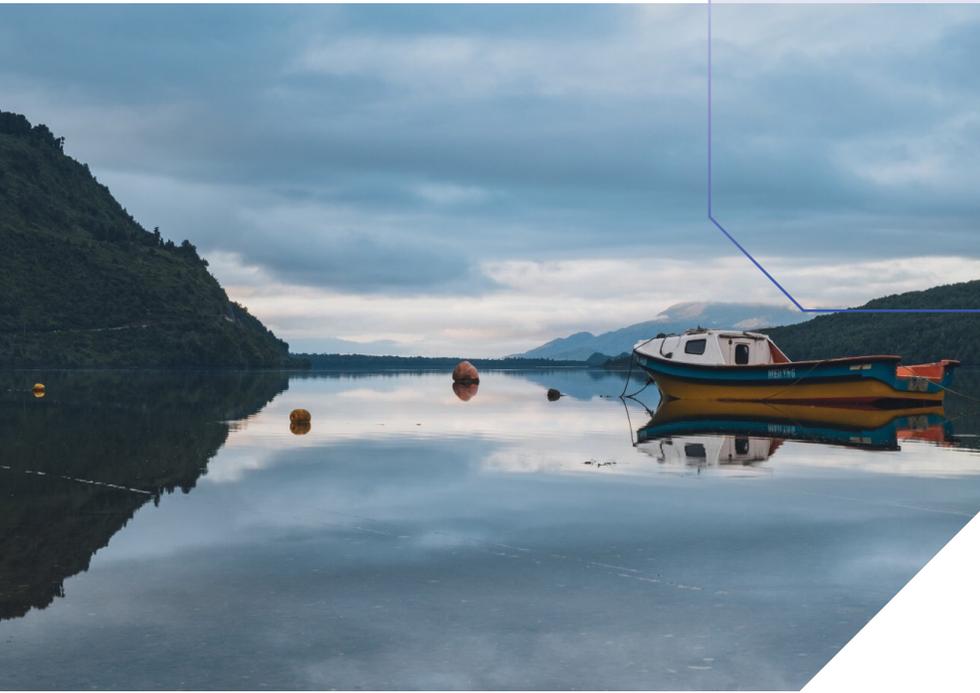
Aquellos que declaran ser motivados por necesidad, fueron los que no tuvieron otra opción de empleo y deciden emprender porque requieren conseguir recursos para solventar su carga financiera familiar.

La **Figura 2.3** señala el balance de los motivadores para emprendedores que indican estar en etapas iniciales I. En la Región de Aysén, podemos apreciar que el 43,2% de ellos indican que emprendieron como una medida para incrementar ingresos, mientras que el 25,7% de ellos para obtener mayor independencia, el 25,1% por necesidad y solo mantener el ingreso; y finalmente el 6,1% declara que fue por motivos mixtos.

Figura 2.3: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales I (%)

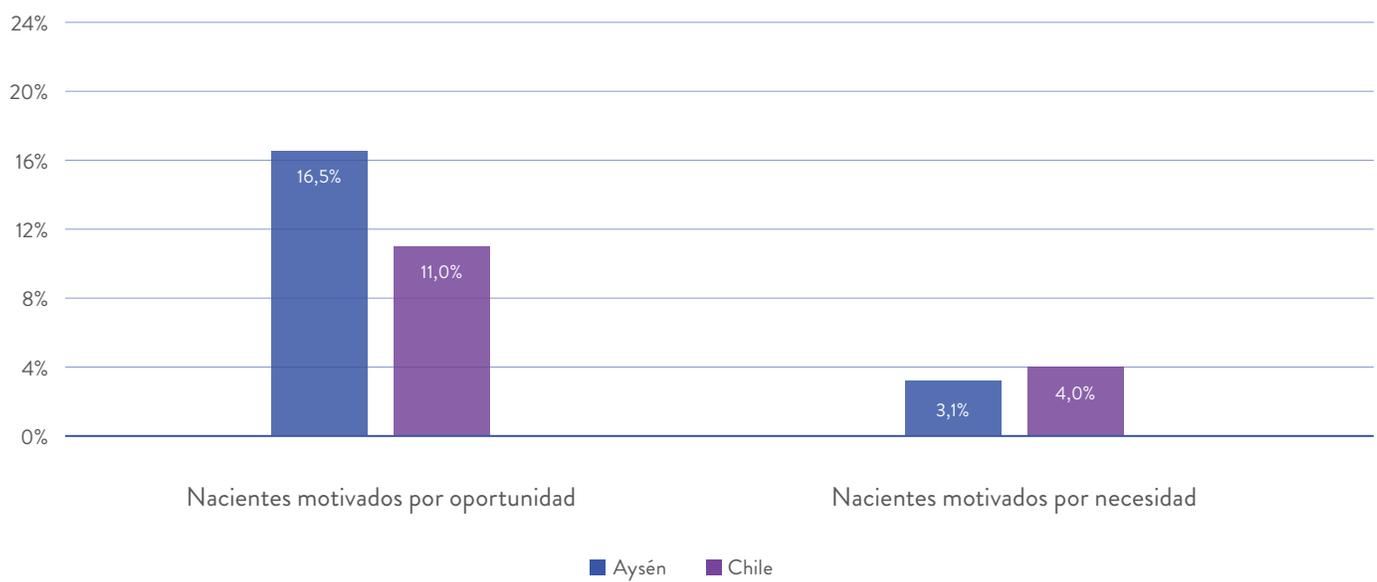


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



La **Figura 2.4**, indica que entre el total de población estudiada, el 16,5% es un emprendedor en etapas iniciales II motivado por oportunidad, superior al 11,0% del nivel nacional. En cuanto al emprendimiento por necesidad, el valor regional alcanza el 3,1% (4,0% a nivel nacional).

Figura 2.4: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales II (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

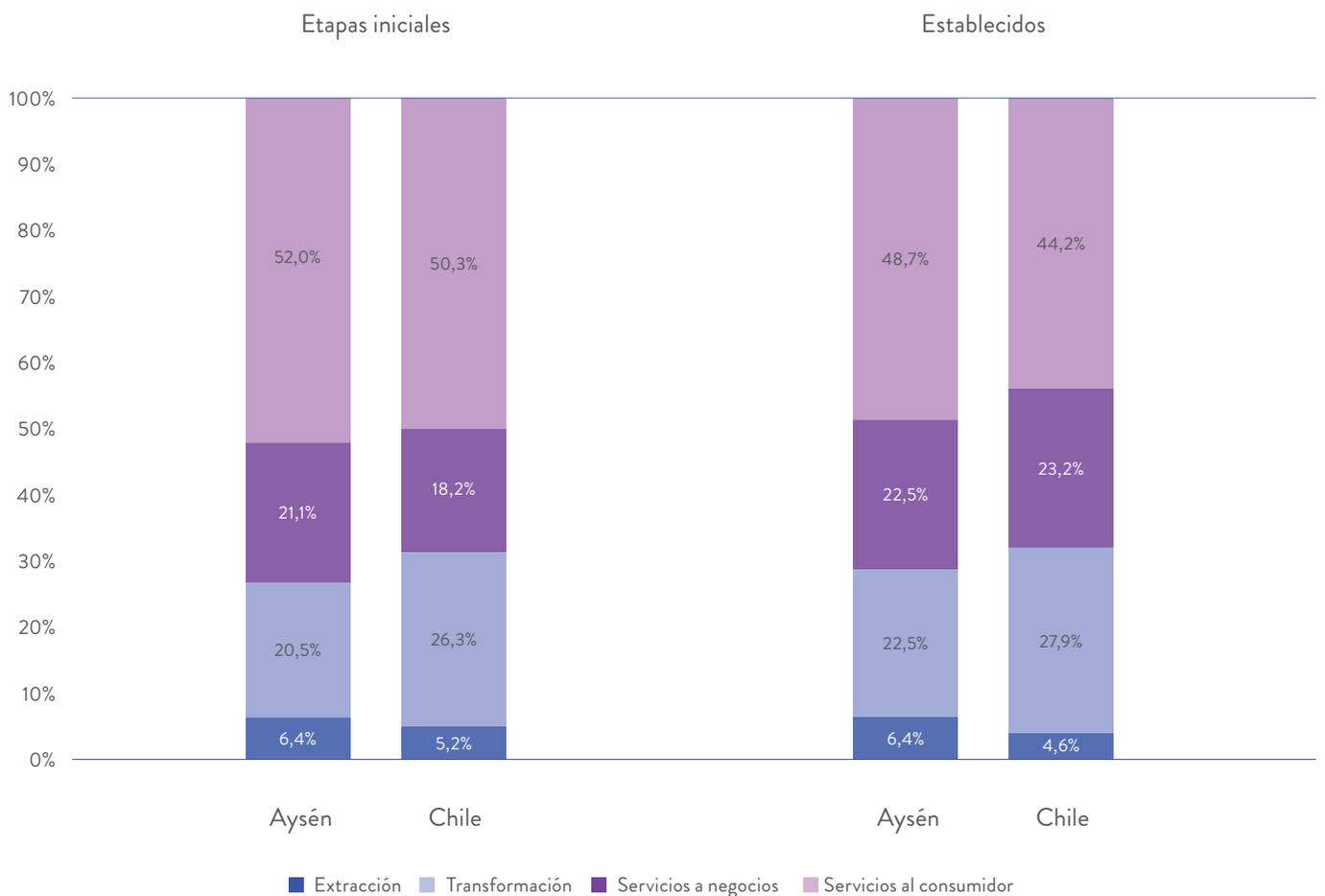
2.4. Distribución por sectores

La **Figura 2.5** señala los sectores en que participan emprendedores en etapas iniciales y establecidos. La tendencia a nivel nacional en las últimas versiones de la encuesta, ha demostrado que la mayoría de los emprendedores se dedica a servicios orientados al consumidor (peluquería, hotelería, turismo y gastronomía, entre otras), la Región de Aysén no es la excepción durante el año 2017.

En los emprendedores en etapas iniciales, el 52,0% trabaja en servicios orientados al consumidor, el 21,1% a negocios, 20,5% al sector transformación, y el 6,4% se dedica al sector extracción. No se presentan mayores diferencias a nivel nacional exceptuando el sector transformación.

Entre los emprendedores establecidos, este año el 48,7% declara tener servicios orientados al consumidor, un 22,5% a servicios a negocios y transformación, mientras que solo un 6% a extracción.

Figura 2.5: Distribución por sectores de emprendimientos en etapas iniciales y establecidas (%)

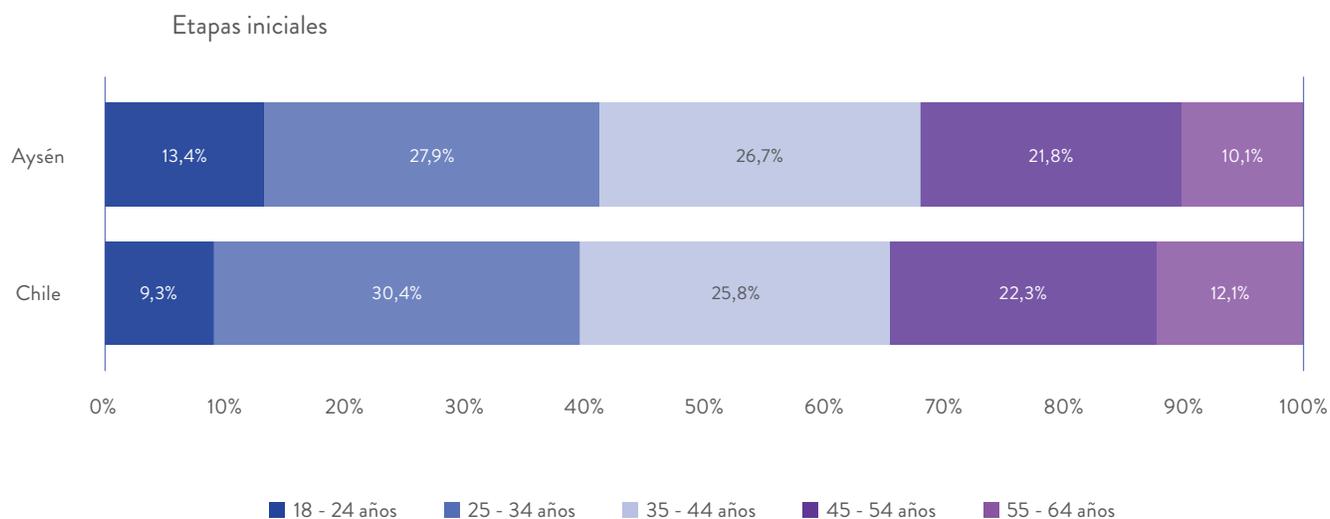


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.5. Edad y sexo

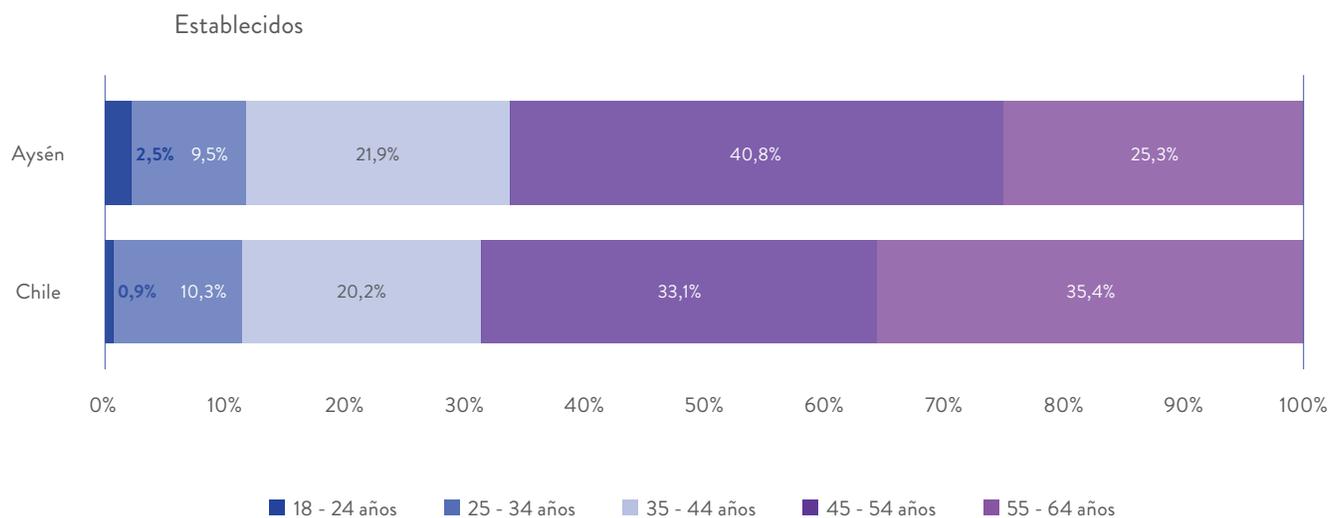
La **Figura 2.6** refleja las edades de emprendedores en etapas iniciales, 27,9% tiene de 25 a 34 años de edad, el 26,7% de ellos se encuentra entre 35 y 44 años, el 21,8% se encuentra entre los 45 y 54 años, y el 10,1% tiene 55 años o más. En cuanto a los emprendedores establecidos, se observa que predominan los rangos más avanzados de edad, con un 41,8% para quienes tienen de 45 a 54 años, y un 25,3% entre aquellos con 55 años o más.

Figura 2.6: Emprendimientos en etapas iniciales, según grupo de edad (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

Figura 2.7: Emprendimientos establecidos, según grupo de edad (%)

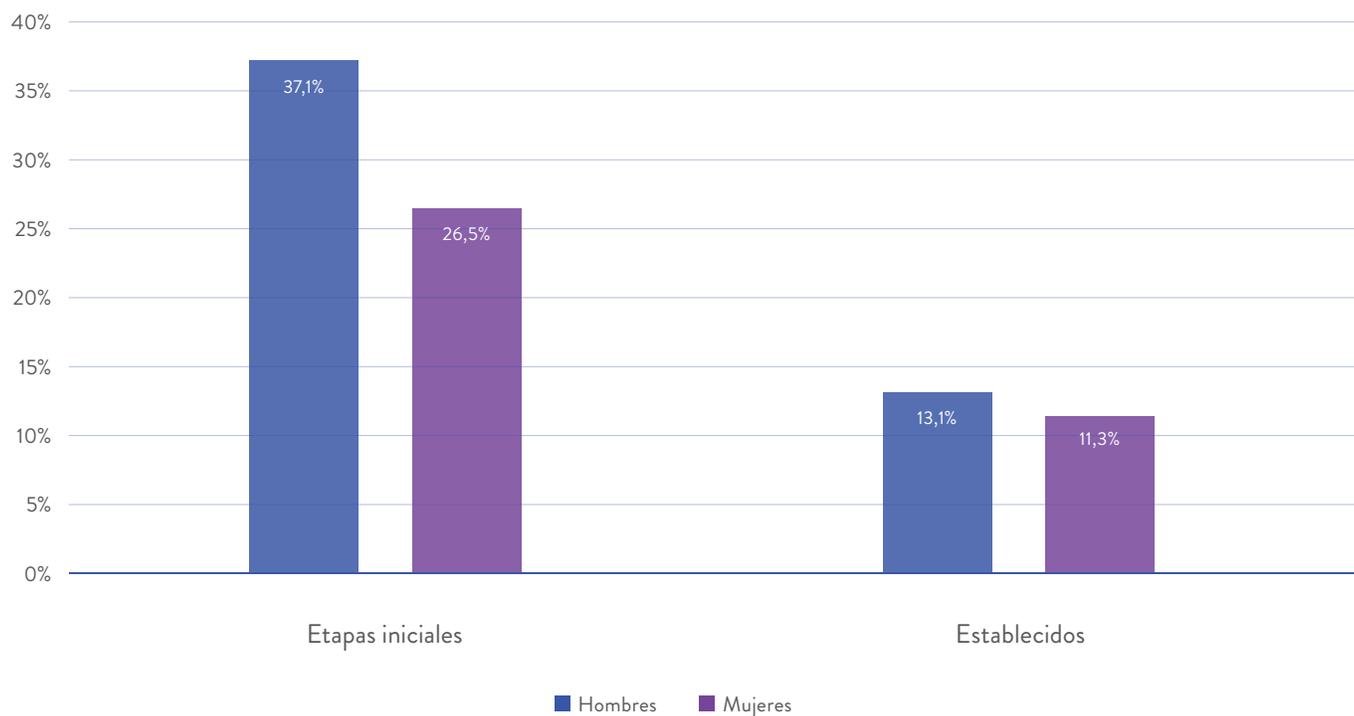


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



Respecto de participación por sexo, los resultados muestran mayor participación de hombres en emprendimiento. La Figura 2.8 muestra que los hombres declaran emprender un 37,1%, mientras que las mujeres un 26,5%. Para el caso de los emprendedores establecidos, las mediciones para hombres y mujeres alcanzaron un 13,1% y 11,3% respectivamente.

Figura 2.8: Emprendimientos en etapas iniciales y establecidos, según sexo (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

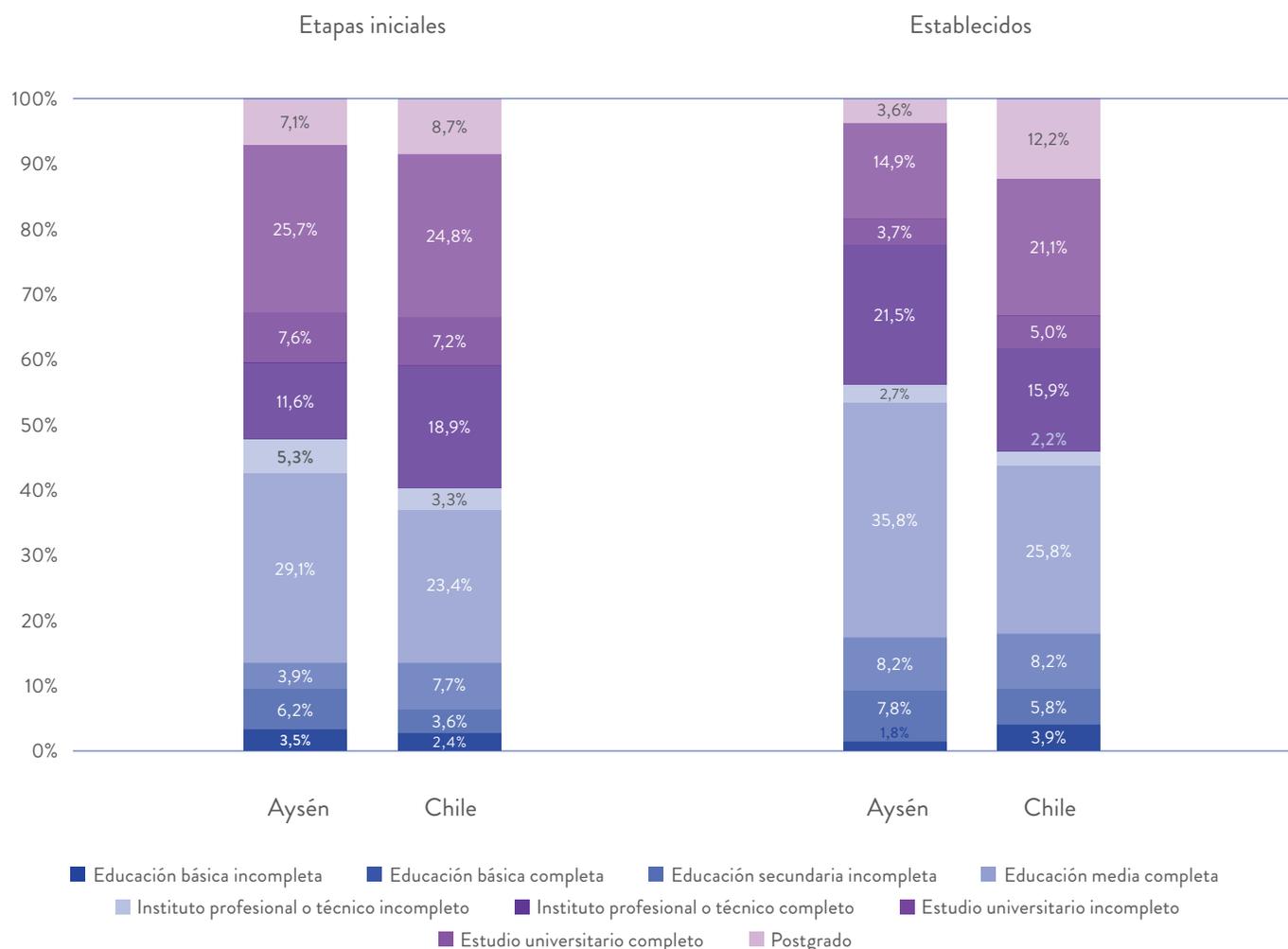


2.6. Nivel educativo

En este apartado se examina el nivel de estudios de los emprendedores en etapas iniciales y establecidos de la región. En este sentido, es posible señalar que entre los emprendedores en etapas iniciales el nivel educacional predominante es la educación secundaria completa con un 29,1%, seguido de estudios universitarios completos (25,7%), estudios técnicos profesionales completos (11,6%) y estudios universitarios incompletos (7,6%).

En lo que respecta a los empresarios establecidos, el 35,8% posee educación secundaria completa, seguido de estudios técnicos profesionales completos (21,5%) y estudios universitarios completos (14,9%).

Figura 2.9: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora (%)

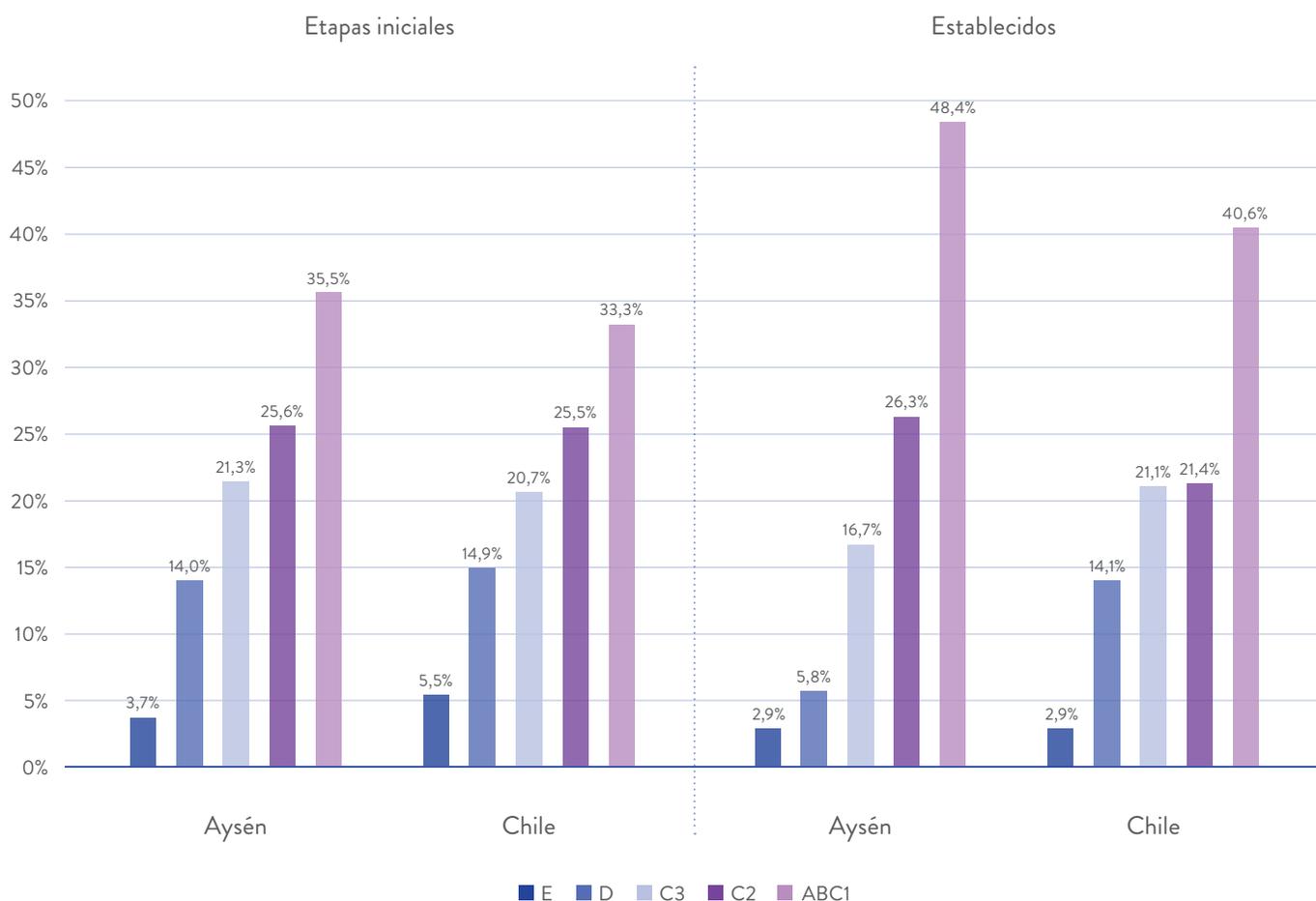


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.7. Nivel de ingresos

La **Figura 2.10** examina el ingreso familiar de los emprendedores en etapas iniciales y de los establecidos de la región. De los emprendedores en etapas iniciales solo el 3,7% se encuentra en el nivel de ingresos bajo (nivel E), concentrándose en los niveles de ingresos medios y altos, situación similar a lo que ocurre en el país. En lo que respecta a los empresarios establecidos, el 74% se encuentra en los dos niveles con más altos ingresos (C2 y ABC1), mientras que en el país, esto ocurre en el 62%.

Figura 2.10: Actividad emprendedora, según ingreso familiar (%)

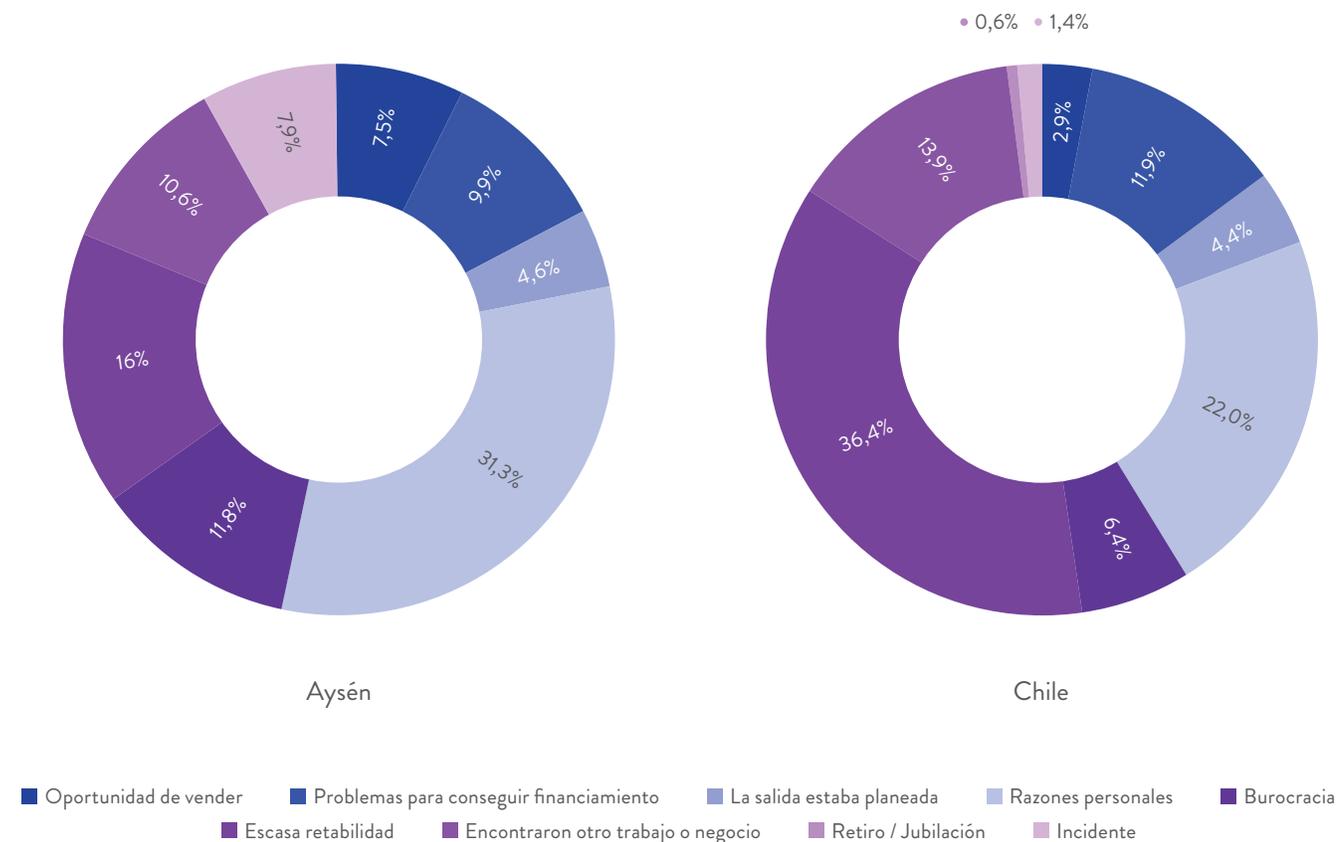


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.8. Descontinuación de los negocios

Los motivos que reconocen los emprendedores de la Región de Aysén para discontinuar su negocio son razones personales (31,3%), seguido de la escasa rentabilidad (16,0%) y la burocracia (11,8%). A nivel nacional, la principal diferencia está en la causa problemas para conseguir financiamiento, que alcanza un 11,9% en el país y un 2,3% en la región.

Figura 2.11: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.9. Aspiraciones emprendedoras

GEM examina las aspiraciones de los emprendedores a través de predicciones de crecimiento; grado de innovación de empresa; uso de tecnologías novedosas dentro de la empresa; y extensión del mercado en el futuro. Asimismo, se observa el número de clientes no nacionales para conocer el nivel de internacionalización del emprendimiento.

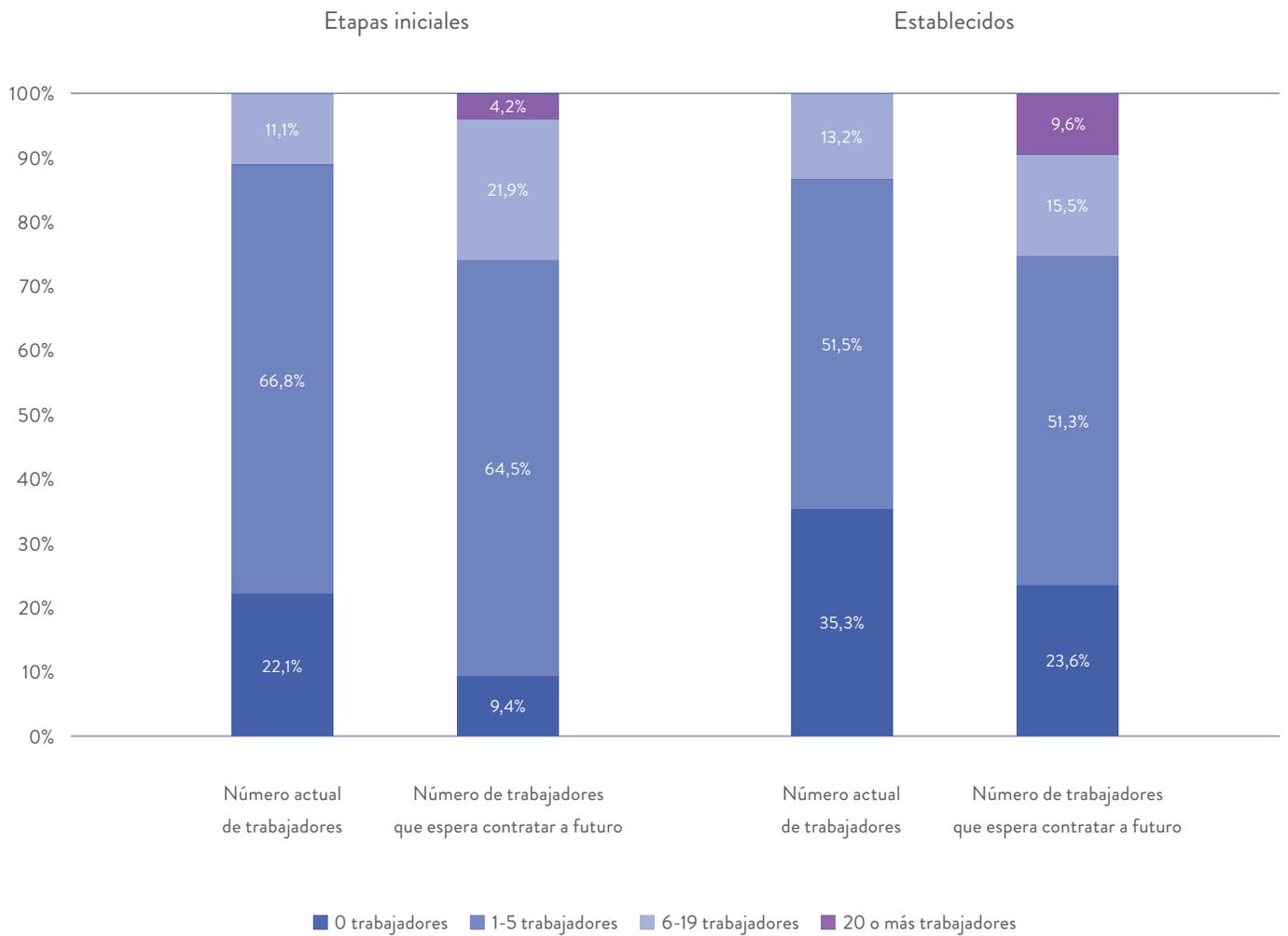
En términos de posibilidades de crecimiento, se les consulta a los emprendedores la cantidad de trabajadores contratados en el presente y su proyección en el futuro. Para el GEM, una expectativa de crecimiento considerable se vincula con la estimación de contratar a más de 20 empleados en cinco años.



En esta región, los emprendedores en etapas iniciales que se declaran autoempleados corresponden al 22,1%, mientras que el 66,8% tiene entre 1 y 5 trabajadores, el 11,1% tiene entre 6 y 19, y no se declara tener 20 o más trabajadores. En cinco años más, el 53,4% de este grupo pretende contratar entre 1 y 5 trabajadores, mientras el 21,9% indica que contraría entre 6 y 19.

Los emprendedores establecidos tienen un 35,3% de autoempleo, mientras que el 51,5% tiene entre 1 y 5 trabajadores, el 13,2% tiene entre 6 y 19, y no se declara tener 20 o más trabajadores. Resulta llamativo que el 23,6% señale que en los próximos cinco años no contratará ningún trabajador y el 51,3% contratará entre 1 y 5.

Figura 2.12: Número de trabajadores y potencial de contrataciones, según etapa de emprendimiento (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

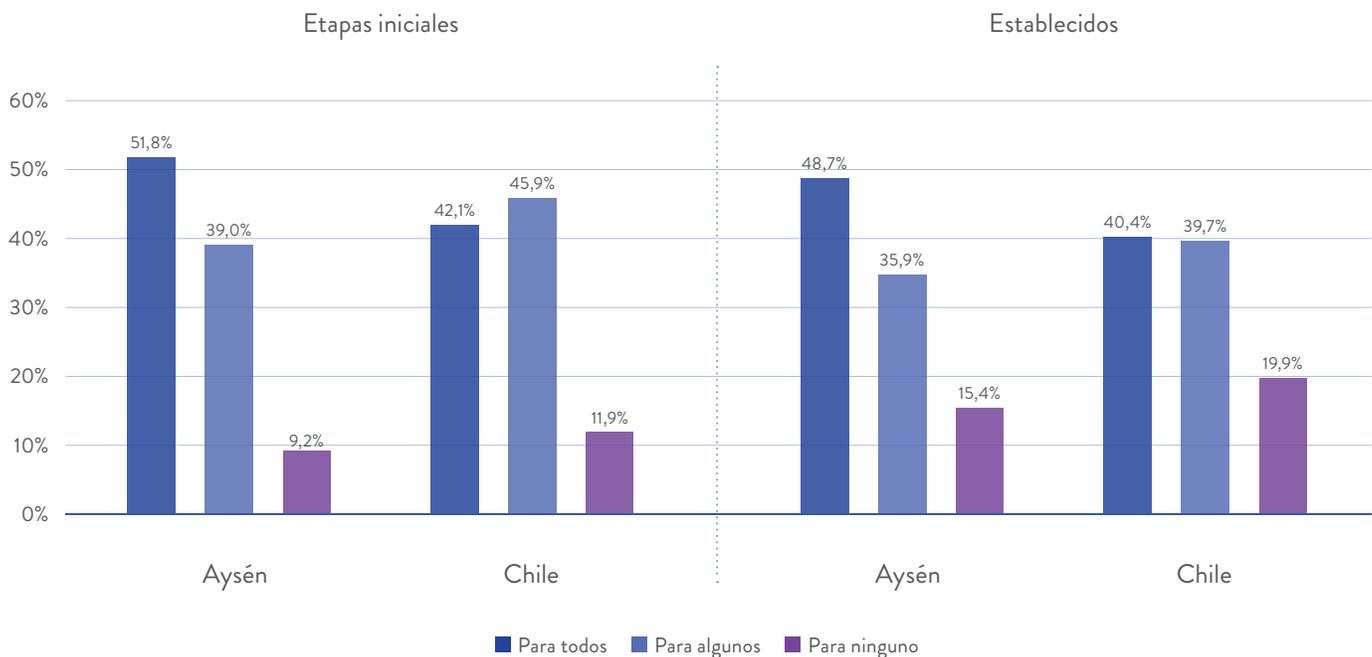
2.10. Orientación a la innovación

Para el GEM, la innovación representa un factor importante para la creación de valor en los mercados. En este marco, se les pregunta a los emprendedores qué tan nuevos resultan para sus clientes los productos o servicios que ofrecen, y el grado de competencia que perciben.

La **Figura 2.13**, indica que el 51,8% de los emprendedores en etapas iniciales de la región, de ellos declara ofrecer productos o servicios novedosos para sus clientes, el 39,0% señala que para algunos productos son novedosos, mientras que solo el 9,2% declara que ninguno lo es.

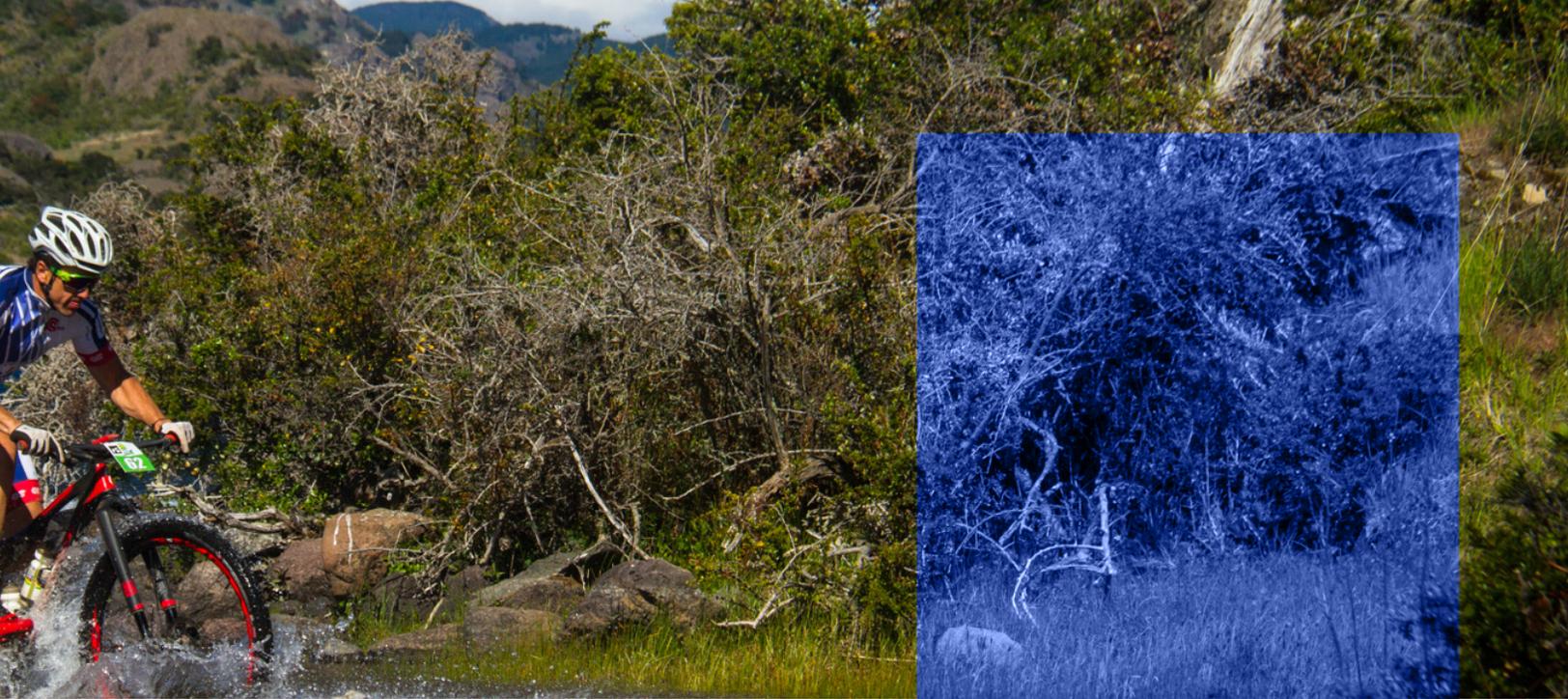


Figura 2.13: Novedad de los productos o servicios ofrecidos (%)



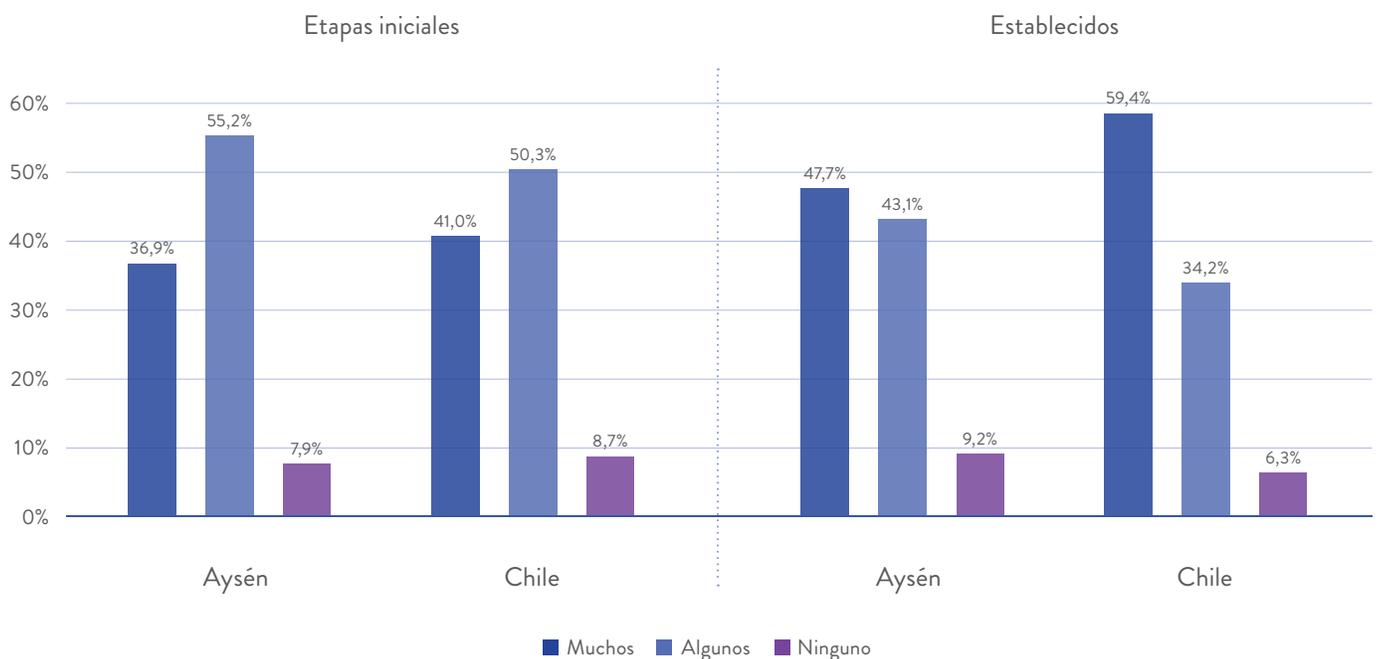
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

Si realizamos el mismo análisis para los emprendedores establecidos de la región, el 48,7% de ellos declara ofrecer productos o servicios novedosos para sus clientes, el 35,9% señala que algunos son novedosos y el 15,4% declara que ninguno lo es.



En la Región de Aysén, el 36,9% de los emprendedores en etapas iniciales considera que tiene muchos competidores, mientras que para los emprendedores establecidos, la medición de este valor alcanza el 47,7%.

Figura 2.14: Intensidad de la competencia esperada (%)

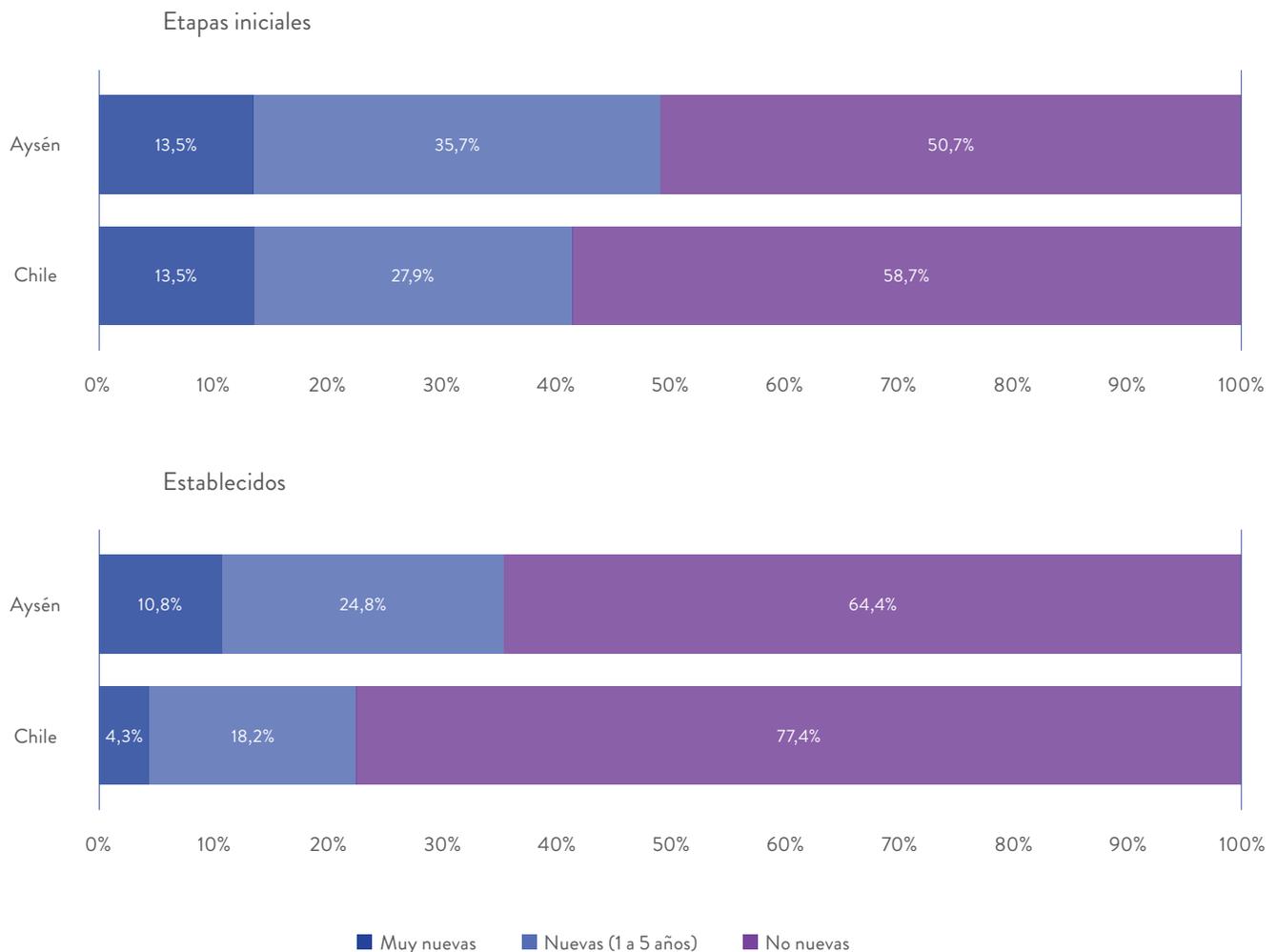


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.11. Utilización de nuevas tecnologías

El estudio consulta qué tan nuevas son las tecnologías usadas por los emprendedores, definiendo como muy nuevas aquellas tecnologías con menos de doce meses de antigüedad, nuevas tecnologías a aquellas entre uno a cinco años, y tecnologías no nuevas como superiores a cinco años. En la **Figura 2.15**, se observa una considerable proporción de emprendedores en etapas iniciales y establecidos en la región que no usan nuevas tecnologías (50,7% y 64,4% respectivamente), situación que se replica a nivel nacional (58,7% y 77,4% respectivamente). Adicionalmente, los emprendedores en etapas iniciales de la región que declaran usar muy nuevas tecnologías son el 13,5%, mismo porcentaje en el país.

Figura 2.15: Uso de nuevas tecnologías o procesos (%)



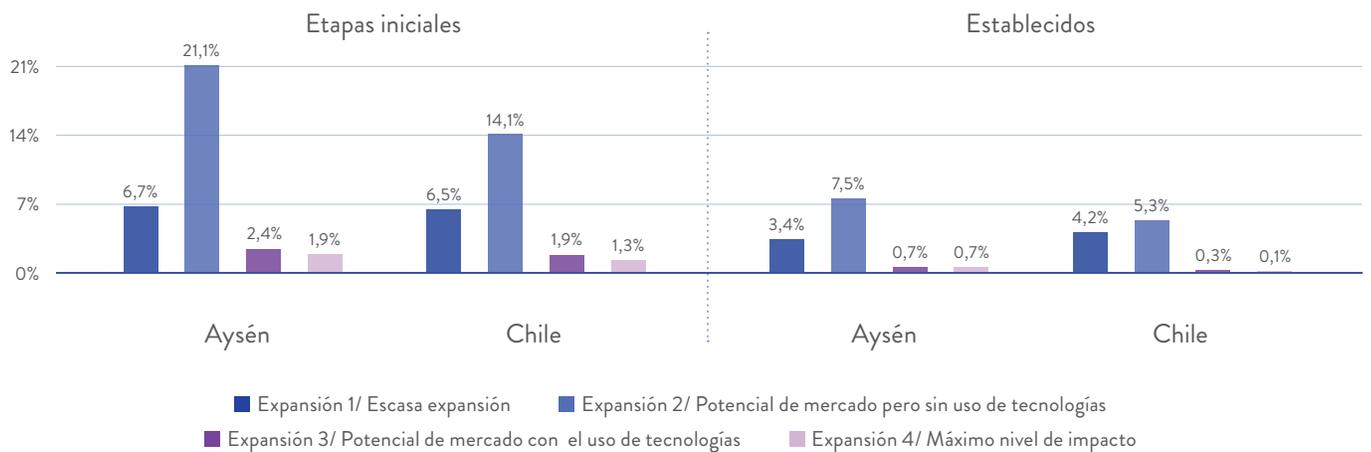
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.12. Potencial de expansión del mercado

El modelo GEM observa cuatro categorías de expansión del mercado. La primera categoría es baja expansión de mercado, la segunda categoría es potencial de mercado moderado, la tercera categoría indica potencial de mercado intermedio, y la cuarta categoría representa el nivel superior según expansión de mercado y uso de tecnologías.

La **Figura 2.16** examina estos niveles, Chile y la región de Aysén se ubican mayoritariamente en la segunda categoría. En emprendedores en etapas iniciales, esta categoría logra un 21,1% para la región y un 14,1% en Chile. Para emprendedores establecidos, la categoría alcanzó un 7,5% y 5,3%, respectivamente.

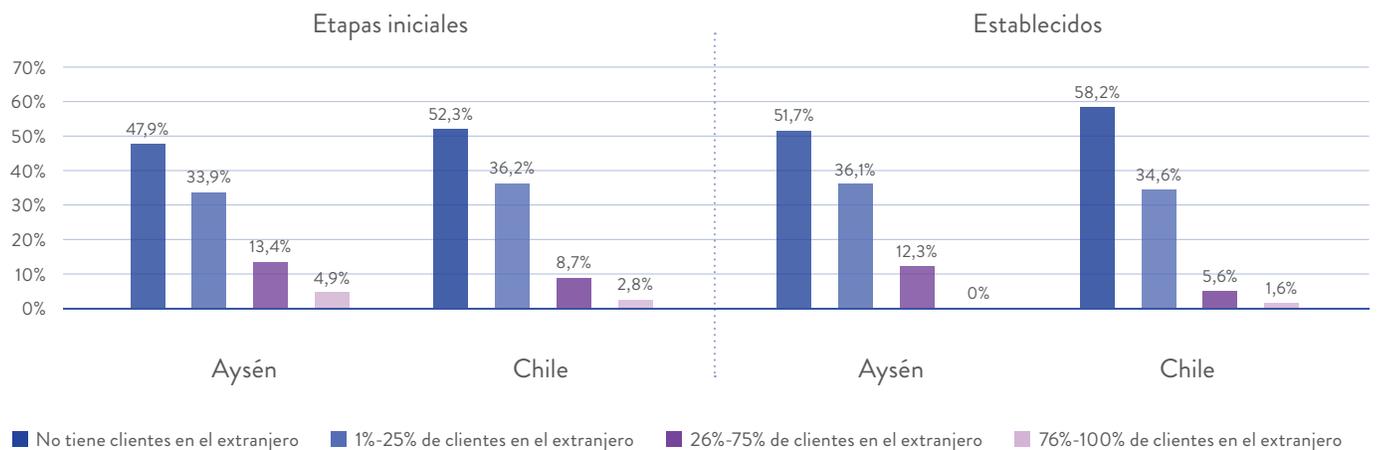
Figura 2.16: Expectativa de expansión de mercado (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

La **Figura 2.17** indica que tanto los emprendedores en etapas iniciales como los empresarios establecidos tienen bajos niveles de internacionalización, a nivel nacional y en la región.

Figura 2.17: Proporción de emprendedores, según orientación a mercados internacionales (%)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

2.13. Predictores de emprendimiento en la Región de Aysén

Luego de describir los principales aspectos de la actividad emprendedora en Chile y la Región de Aysén, es importante indagar en los predictores que favorecen el emprendimiento. Es decir, responder a la pregunta: ¿qué características hacen que las personas sean más proclives a convertirse en emprendedoras?

Por tanto, en este apartado, se estudia el efecto sobre el emprendimiento de tres conjuntos de factores, que a lo largo del reporte se han analizado separadamente:

- **Factores sociodemográficos:** sexo, edad, nivel de educación, nivel de Ingresos.
- **Atributos individuales para emprender:** percepción de oportunidades, percepción de capacidades, miedo al fracaso, contacto con personas emprendedoras.
- **Valoración social hacia el emprendimiento:** opción de carrera deseable, estatus social, atención de los medios.



Para estimar el efecto de estas condiciones, se utilizan modelos de regresión logística con una variable dependiente dicotómica que miden la probabilidad de que las y los encuestados participen en etapas iniciales de la actividad emprendedora, ya sea como emprendedores nacientes o nuevos empresarios.

De este modo, se presentan resultados de los modelos de regresión como razón de probabilidades, lo que significa que la probabilidad de ser emprendedor aumentará o disminuirá dependiendo de si la razón de probabilidad de las variables dependientes son respectivamente mayores o menores a 1. El modelo de regresión logística es explicado en la siguiente ecuación:

Participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora =

$$\begin{aligned} &+ \beta_0 + \beta_1 \text{ Hombre} \\ &+ \beta_2 \text{ Educación superior} \\ &+ \beta_3 \text{ Nivel de ingreso ABC1} \\ &+ \beta_4 \text{ Edad} \\ &+ \beta_5 \text{ Contacto con emprendedores} \\ &+ \beta_6 \text{ Percepción de oportunidades} \\ &+ \beta_7 \text{ Percepción de capacidades} \\ &+ \beta_8 \text{ Miedo al fracaso} \\ &+ \beta_9 \text{ Opción de carrera deseable} \\ &+ \beta_{10} \text{ Estatus social emprendimiento} \\ &+ \beta_{11} \text{ Atención de los medios} \\ &+ \varepsilon_{ij} \end{aligned}$$

Los resultados de los modelos de regresión (Tabla 2.4) muestran que a nivel nacional, la probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora, es mayor al ser hombre, al aumentar la edad, al tener contacto con emprendedores, tener percepción de capacidades para emprender y en quienes declaran no tener miedo al fracaso para poner en marcha un negocio.

Es importante mencionar género como un factor relevante al momento de definir la posibilidad de ser emprendedor; de modo tal, que el ser hombre aumenta las chances en 31%.

También, se observa un fuerte predominio de los atributos individuales para emprender, las chances de ser emprendedor son casi tres veces más grandes cuando se conoce a personas que emprenden, casi cuatro veces más cuando se autopercibe capacidades para emprender y finalmente, las chances disminuyen un 28% cuando

se declara el miedo al fracaso para poner en marcha un negocio. También resulta interesante destacar que no se aprecia un efecto significativo de las variables vinculadas a la valoración social hacia el emprendimiento, es decir, la aceptación cultural no estaría siendo un factor relevante para que las personas se conviertan en emprendedoras.

Con respecto a la región de Aysén, aumenta la diferencia de género, es decir, las posibilidades de ser emprendedor aumentan en un 64% al ser hombre. Asimismo, se mantiene el efecto de las variables vinculadas a los atributos individuales, de manera tal, que las chances de ser emprendedor son 4,2 veces más cuando se conoce a personas que emprenden y 4,6 veces más cuando se autopercibe capacidades para emprender.

Tabla 2.4: Modelos de regresión logística para la probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora

Variables	Modelo 1		Modelo 2	
	Chile		Aysén	
	Exp {B}		Exp {B}	
Factores sociodemográficos				
Hombre	1.31***	(0.13)	1.64*	(0.42)
Educación Superior	0.86	(0.10)	1.27	(0.35)
Nivel de Ingreso más alto (ABC1)	1.16	(0.15)	0.92	(0.28)
Edad	1.00	(0.00)	0.98	(0.01)
Atributos individuales				
Contacto con emprendedores	3.02***	(0.32)	4.23***	(1.14)
Percepción de oportunidades	1.01	(0.11)	1.20	(0.36)
Percepción de capacidades	4.26***	(0.56)	4.66***	(1.58)
Miedo al fracaso	0.72***	(0.08)	0.76	(0.22)
Valoración social al emprendimiento				
Opción de carrera deseable	0.99	(0.12)	1.47	(0.45)
Estatus social	0.96	(0.10)	1.24	(0.33)
Atención de los medios	0.92	(0.10)	1.02	(0.27)
Constante	0.07***	(0.02)	0.05***	(0.03)
N	5,698		361	
***p. <0.01; ** p <0.05; *p<0.1				

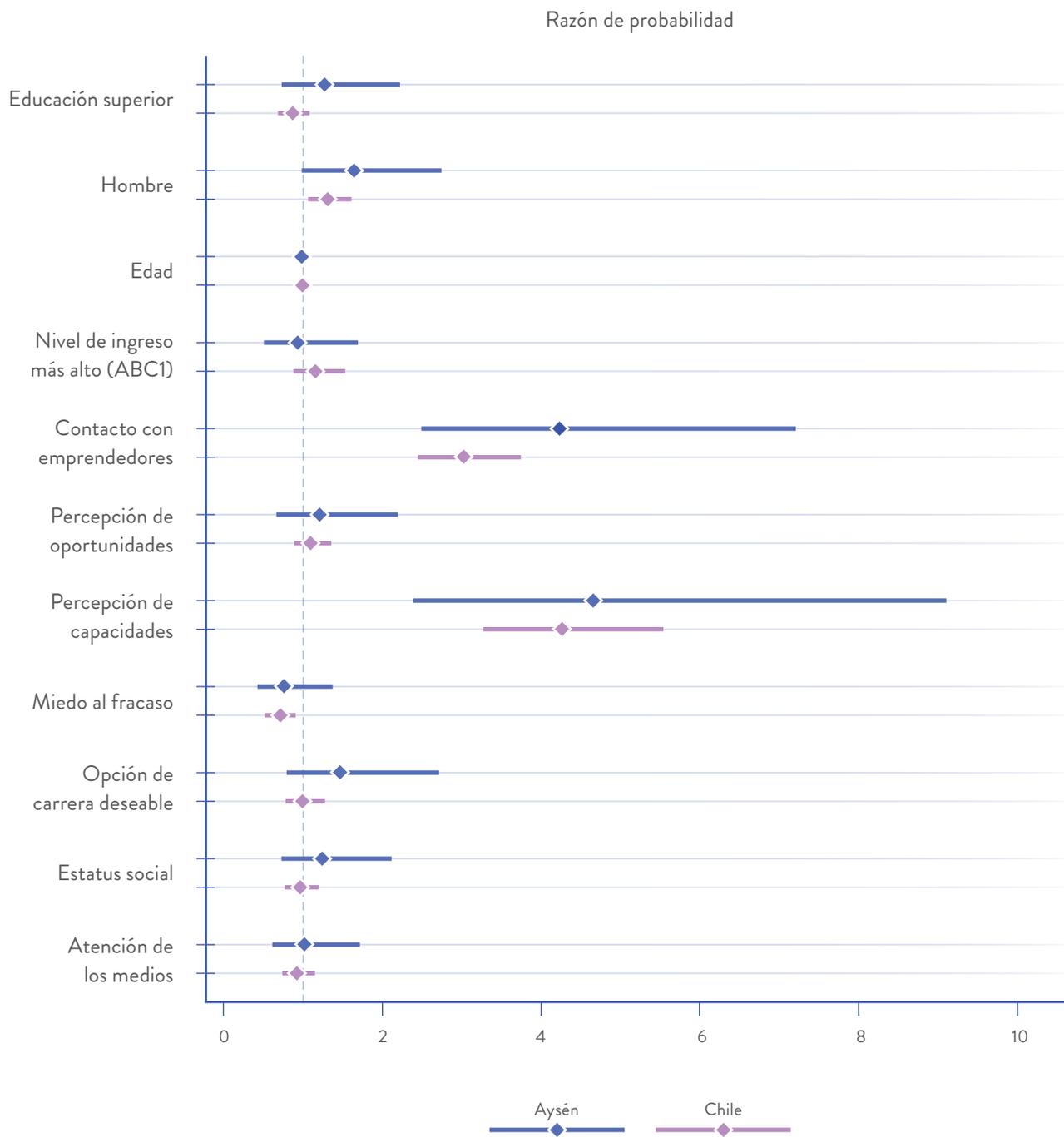
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.



Como conclusión, resulta necesario destacar que los factores más importantes que impulsan a las personas a ser emprendedoras están vinculados al capital social (conocer personas que emprendan) y la autovaloración de las capacidades para emprender.

La **Figura 2.18** representa el efecto de todas las variables sobre la probabilidad de ser emprendedor, tanto a nivel nacional como en Aysén. Considerando la línea vertical como referencia, para entender cuándo una variable tiene un efecto sobre el emprendimiento (sus intervalos no tocan la línea) y cuándo no (los intervalos tocan la línea), es posible identificar el peso de las variables mencionadas anteriormente y su importancia en el modelo de la dinámica emprendedora del país y de la región.

Figura 2.18: Razón de probabilidad de participación en etapas iniciales de la actividad emprendedora



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.

FACTORES DEL ECOSISTEMA PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN DE AYSÉN

- 3.1. Análisis general de las condiciones para emprender en la Región de Aysén
- 3.2. Análisis específico de las condiciones para emprender en la Región de Aysén



Los factores de contexto en un determinado territorio, pueden facilitar u obstaculizar el emprendimiento. El marco teórico del GEM identifica nueve factores incidentes asociados al ecosistema de emprendimiento (Mandakovic & Serey, 2016). Este ecosistema está conformado por aspectos que ayudan al crecimiento del emprendimiento, o en sentido contrario, lo limitan.

La NES o Encuesta Nacional de Expertos es uno de los instrumentos de medición del GEM y su objetivo es examinar las condiciones donde se ejecuta la actividad emprendedora, permite evaluar su efecto a nivel país y regional. Busca conocer la apreciación de expertos que provienen de distintos ámbitos: académicos, empresarios, gestores de políticas públicas, expertos en temas de innovación y transferencia, entre otros.





En esta sección, se examinará la evaluación de las condiciones del ecosistema para el emprendimiento en la región de Aysén. La tabla siguiente muestra una breve descripción de cada uno de los nueve elementos que conforman el ecosistema antes mencionado.

Tabla 3.1: Condiciones de la actividad emprendedora

Apoyo Financiero	Se refiere a la disposición de recursos financieros - capital y deuda- para empresas (incluyendo subvenciones y subsidios).
Política Pública	Se vincula a la manera como las políticas del gobierno ayudan al emprendimiento. Presenta dos elementos: (i) Relevancia económica del emprendimiento. (ii) Impuestos y regulaciones son neutros o fomentan empresas nuevas y en crecimiento.
Programas de Gobierno	Se vincula a la presencia y característica de los programas para apoyar a las empresas nuevas y en formación.
Educación para el Emprendimiento	Se asocia a la introducción de los conocimientos y habilidades para generar negocios en los establecimientos educacionales y de capacitación. Esta dimensión tiene dos niveles: (i) Educación en educación primaria y secundaria. (ii) Educación en educación superior.
Transferencia de I+D	Se refiere al modo como la investigación y el desarrollo nacional permiten generar nuevas oportunidades de negocios y si estas oportunidades se encuentran al alcance de los emprendedores
Infraestructura Comercial y Legal	Se vincula a la disposición de servicios derechos de propiedad, comercial y contables, también a la manera en que las instituciones ayudan a empresas pequeñas y medianas.
Apertura al Mercado Interno	Esta dimensión mide las prácticas habituales y el marco regulatorio, y su flexibilidad en la aplicación para facilitar que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir.
Acceso a la Infraestructura Física	Se asocia al acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un costo que no discrimine entre empresas.
Normas Sociales y Culturales	Esta dimensión señala las reglas socio-culturales que fomentan nuevas empresas, logrando un mejor bienestar

Fuente: Basado en Levie, J., & Autio, E. (2007)

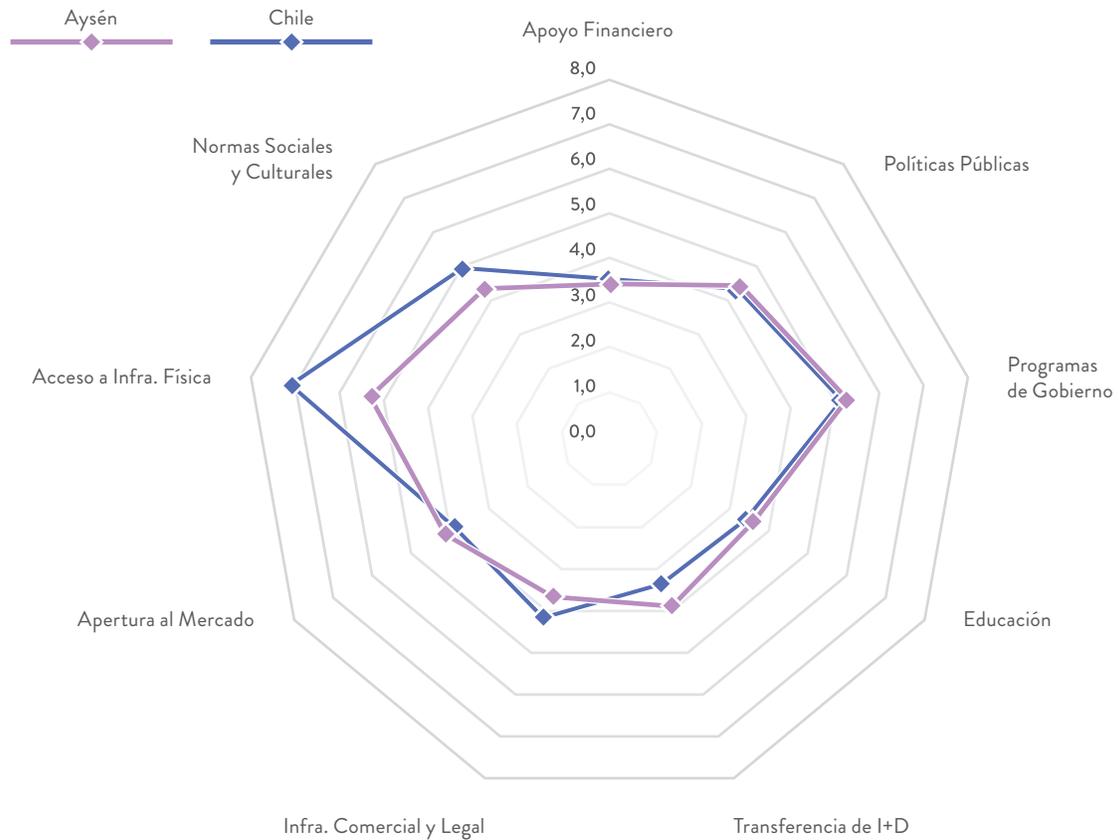
Para cada región, la metodología de NES requiere al menos 4 expertos para cada una de las nueve condiciones, por lo que se espera en cada versión contar con 36 expertos por región como número mínimo de encuestados. Para la región de Aysén, se encuestaron 36 expertos en total. El cuestionario de la NES está construido a partir de una serie de afirmaciones por condición en donde la evaluación es a través de escalas Likert de nueve puntos, donde 1 se interpreta como una condición altamente insuficiente y 9 altamente suficiente.

3.1. Análisis general de las condiciones para emprender en la Región del Aysén

La **Figura 3.1** muestra la evaluación promedio de los expertos para cada una de las condiciones del contexto. Los resultados de la región de Aysén, se comparan con el promedio de Chile. Las condiciones que presentan una mejor evaluación promedio en la región son Acceso a la Infraestructura Física y Programas de Gobierno con 5,4 y 5,2 respectivamente, mientras que las condiciones peor evaluadas por los expertos son Apoyo Financiero (3,4), Infraestructura Comercial y Legal (3,7) y Educación (3,7).

En Chile, las dimensiones con mejor promedio son Acceso a Infraestructura Física y Programas de Gobierno con 7,1 y 5,2 respectivamente, mientras que aquellas con más baja evaluación promedio son Transferencia de Investigación y Desarrollo (3,4) y Apoyo Financiero (3,6).

Figura 3.1: Evaluación de expertos sobre ecosistema de emprendimiento (promedio).



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

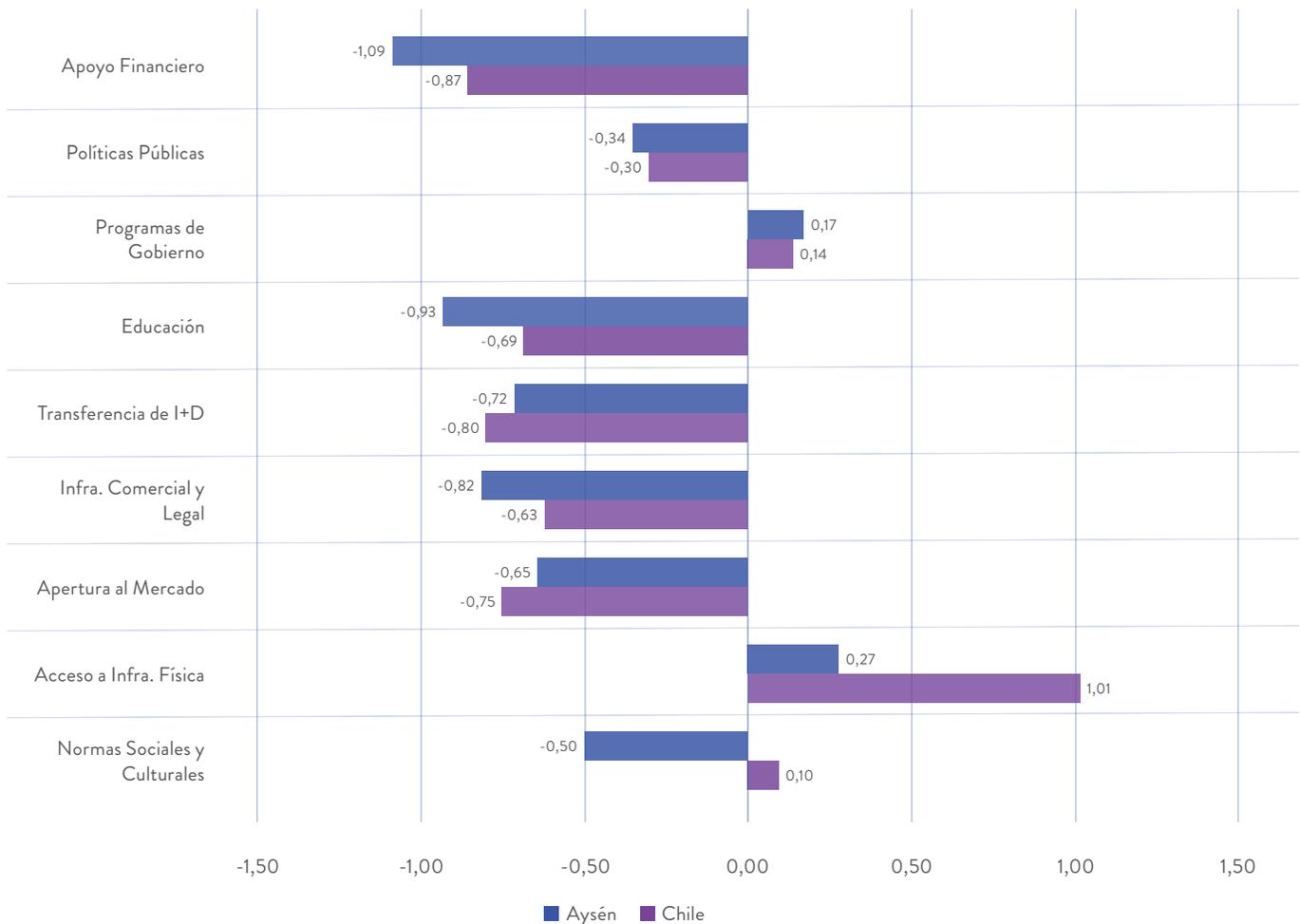
3.2. Análisis específico de las condiciones para emprender en la Región de Aysén

Para este análisis se realiza una conversión de la escala Likert utilizada en el cuestionario del NES, cuyo nivel de respuesta es condicionado por la evaluación de acuerdo o desacuerdo en cada una de las afirmaciones. En esta conversión, los resultados fluctúan entre -2 a +2 asignando a las respuestas neutras un valor de 0, en otras palabras, aquellos casos donde los encuestados no manifiestan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la sentencia. Con esto se consigue forzar que la varianza de los datos aumente y se puedan apreciar con mayor énfasis las diferencias en cada condición.

En la Figura 3.2 se puede observar que Acceso a Infraestructura Física es el factor con la más alta evaluación en la región (0,27), seguido de Programas de Gobierno (0,17). Más abajo se ubican los factores de Políticas Públicas (-0,34), Normas Sociales y Culturales (-0,50), Apertura al Mercado (-0,65) y Transferencia de I+D (-0,72). Finalmente, aquellos factores con más baja evaluación son Infraestructura Comercial y legal (-0,82), Educación (-0,93), y Apoyo Financiero (-1,09).

A nivel nacional, se observa que Infraestructura Física es el factor con la más alta evaluación con un 1,01, seguido de Programas de Gobierno (0,14) y Normas Sociales y Culturales (0,10). Con la peor evaluación se encuentran Apoyo Financiero con -0,87 y Transferencia de I+D con -0,80. En general, la Región de Aysén presenta una evaluación de sus factores mucho más baja que el país.

Figura 3.2: Evaluación del contexto emprendedor de la región de Aysén y en Chile



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

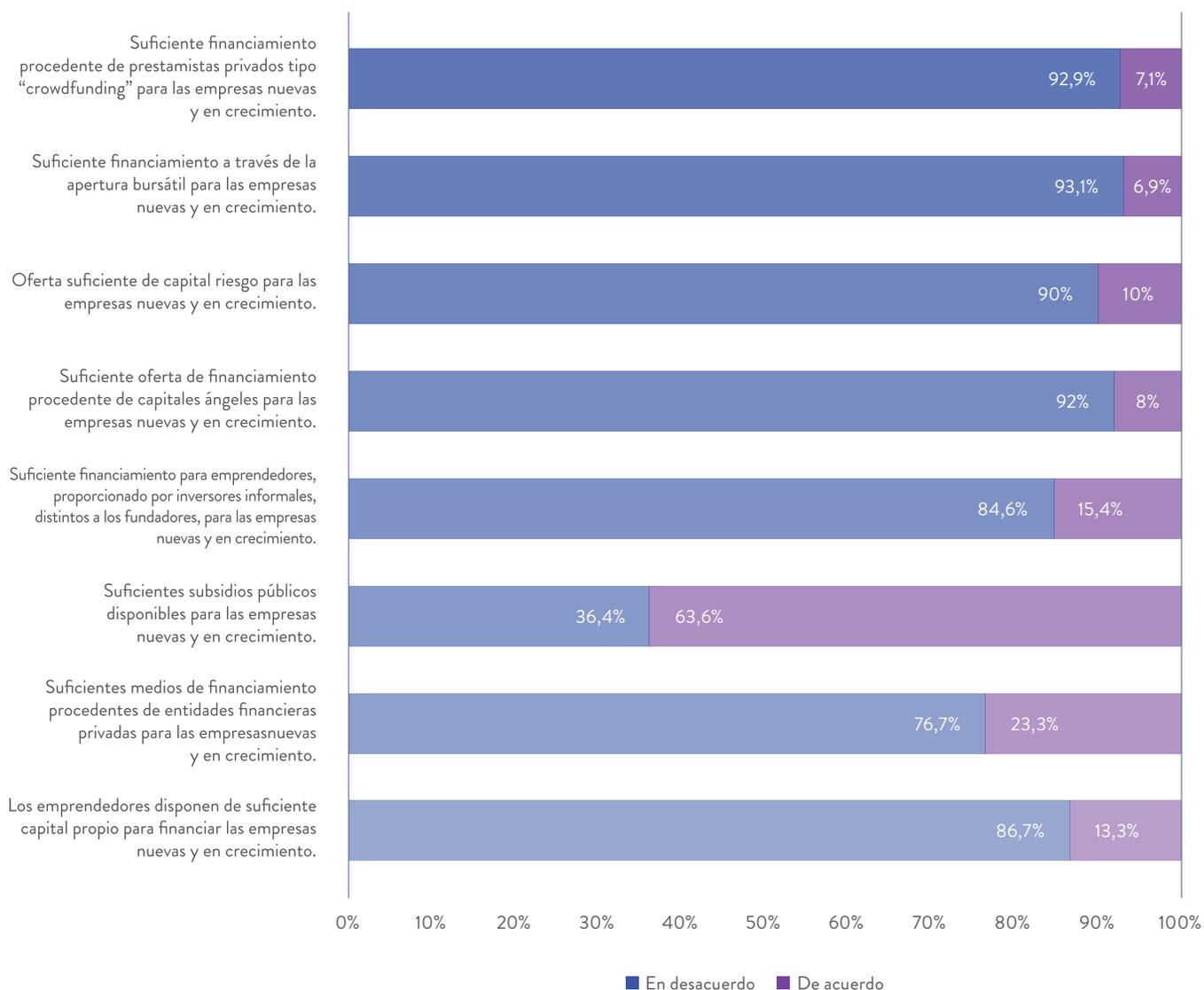
A continuación, se presentan los principales resultados de cada dimensión, en lo que respecta al grado de acuerdo y desacuerdo con variables importantes de la actividad emprendedora para el año 2017.

Apoyo Financiero, Factor: -1.09

Esta dimensión se refiere a la disposición de recursos financieros a los que pueden acceder los emprendedores. El 13,3% de los expertos encuestados está de acuerdo con que “los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento”, 10,0% indica que “hay una oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento”, y un 8,0% cree que “existe suficiente oferta de financiamiento procedente de capitales ángeles para las empresas nuevas y en crecimiento”.

Por su parte, entre las afirmaciones con más apoyo, el 63,6% concuerda con que “hay suficientes subsidios públicos disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento”; mientras que 23,3% apoya que “hay suficientes medios de financiamiento procedentes de entidades financieras privadas para las empresas nuevas y en crecimiento”, y el 15,4% cree que “hay suficiente financiamiento para emprendedores, proporcionado por inversores informales”.

Figura 3.3: Evaluación de la condición Apoyo Financiero



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

Entre las afirmaciones con menos apoyo, el 7,1% está de acuerdo con que “existe suficiente financiamiento procedente de prestamistas privados tipo “crowdfunding” para las empresas nuevas y en crecimiento”, y el 6,9% cree que “hay suficiente financiamiento a través de la apertura bursátil para las empresas nuevas y en crecimiento”.

Políticas Públicas, Factor: -0.34

Esta dimensión se refiere a la manera en que el gobierno ayuda al emprendimiento por a su importancia económica y a los impuestos y regulaciones que fomentan a los emprendedores. En este sentido, el 59,4% está

de acuerdo con que “los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y consistente”, el 54,5% de los expertos cree que “el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno central”, mientras que el 47,1% cree en la afirmación de que “el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno local”. Por otra parte, el 34,5% de los encuestados apoya que “las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana”.

Figura 3.4: Evaluación de la condición Políticas Públicas



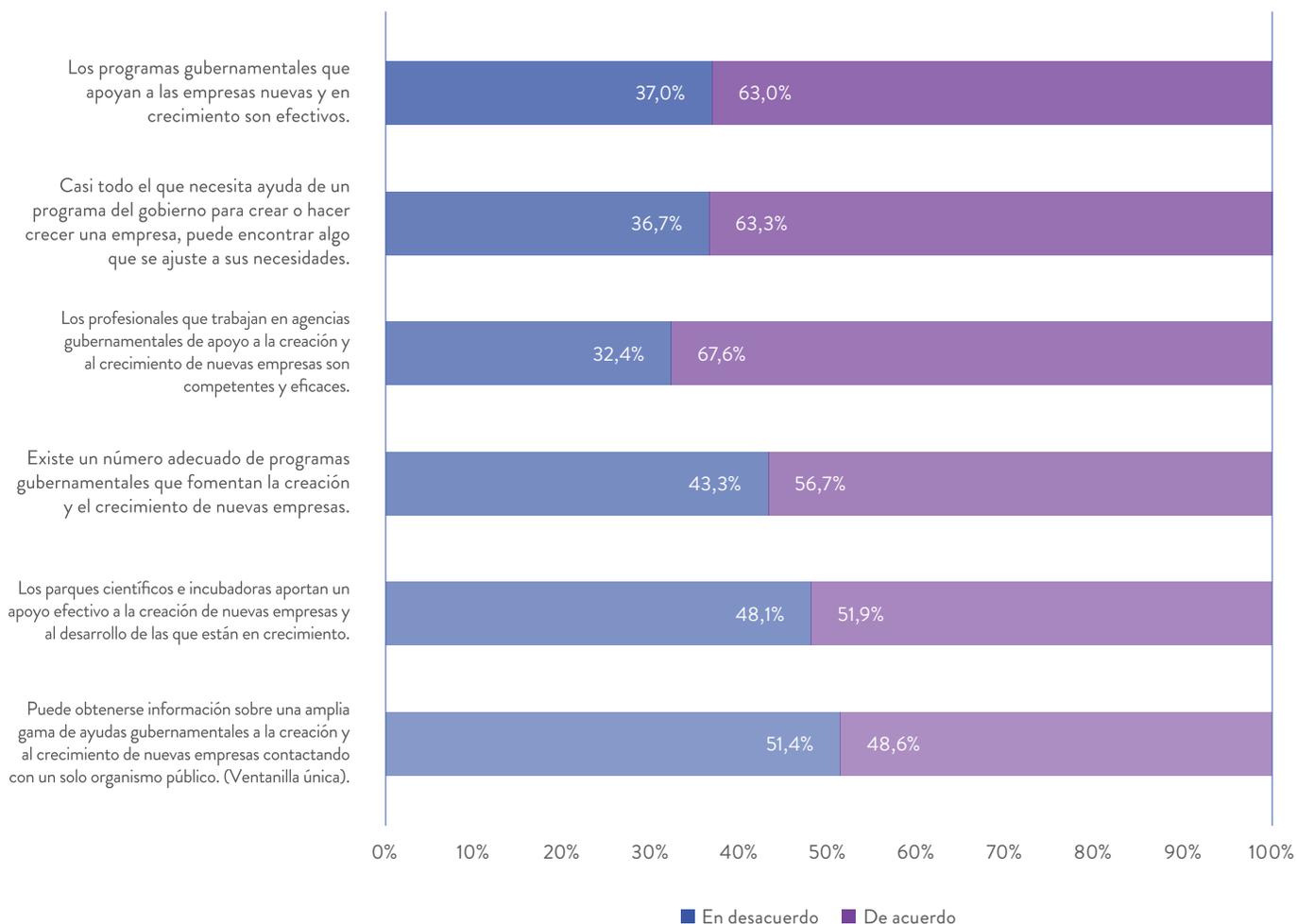
Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

Entre las afirmaciones con menos apoyo, el 30,3% cree que “la carga impositiva no constituye una barrera para las empresas nuevas y en crecimiento” y el 29,4% está de acuerdo con que “las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación”.

Programas de Gobierno, Factor: 0.17

Este factor se asocia a la presencia y cualidades de los programas para ayudar a las empresas nuevas y en crecimiento a nivel nacional y regional. El 67,6% apoya que “los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces”, el 63,3% cree que “casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades”. El 63% de expertos está de acuerdo con que “los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos”.

Figura 3.5: Evaluación de la condición Programas de Gobierno



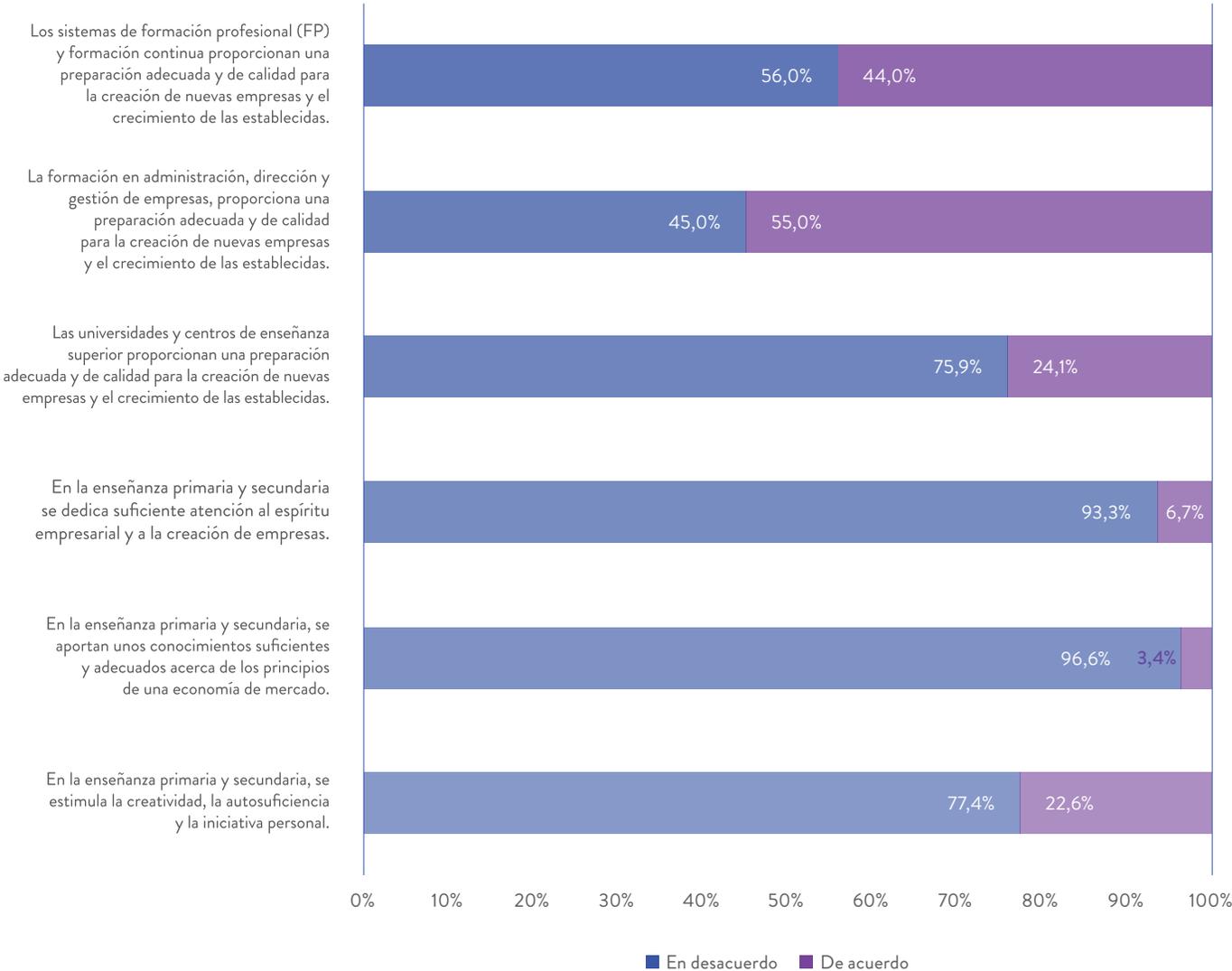
Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

El 56,7% de los encuestados está de acuerdo con que “existe un número adecuado de programas gubernamentales que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas”, el 51,9% cree que “los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento” y 48,6% dice que “puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo”.

Educación para el Emprendimiento, Factor: -0.93

Esta dimensión estudia la introducción de los conocimientos y habilidades para generar negocios en los establecimientos educacionales y de capacitación. El 55,0% apoya 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”, y un 44,0% de los expertos está de acuerdo con que “los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas”. El 24,1% cree que “las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas”.

Figura 3.6: Evaluación de la condición Educación para Emprendimiento



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

Entre las afirmaciones con menos apoyo, el 22,6% de los expertos está de acuerdo con que “en la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal”, mientras que apenas el 6,7% apoya que “en la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas”. El 3,4% cree que “en la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado”.

Transferencia de I+D, Factor: -0.72

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 empresas nuevas, las pequeñas y aquellas en crecimiento. El 58,6% de los expertos está de acuerdo con que “la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global”; un 37,5% apoya que “los subsidios y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas”. Un 28,6% cree que “las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento”.

Figura 3.7: Evaluación de la condición Transferencia I+D



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

Entre las afirmaciones con menos apoyo, el 23,8% cree que “las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas”; el 14,7% de los expertos está de acuerdo con que “las empresas nuevas y en crecimiento pueden costear las últimas tecnologías”; y un 14,3% dice que existe “el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas”.

Infraestructura comercial y legal, Factor: -0.82

Este factor se refiere tanto a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, como a la presencia de instituciones que faciliten el nacimiento de nuevos negocios. El 32,3% apoya que “las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen

asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal”, mientras que 28,6% de los expertos está de acuerdo con que “existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento”; el 27,6% apoya que “las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero y similares)”.

Por otra parte, el 25,9% cree que “las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas”, y 16,1% de los expertos está de acuerdo con que “las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores”.

Figura 3.8: Evaluación de la condición Infraestructura Comercial y Profesional



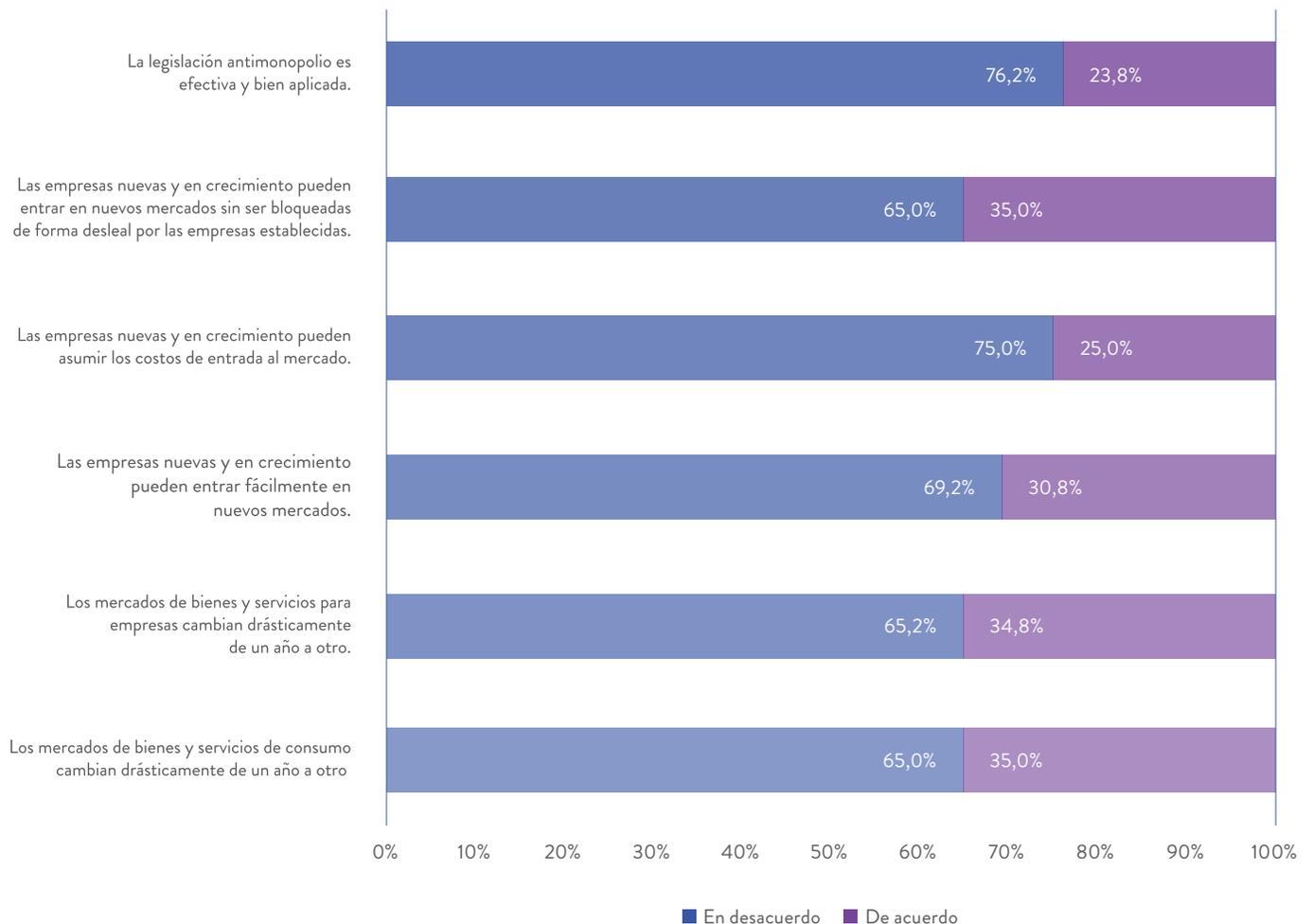
Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.



Apertura al Mercado, Factor: -0.65

El 35,0% de los expertos está de acuerdo con que “los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro”, y el mismo porcentaje concuerda con que “las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas”. 34,8% apoya que “los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un año a otro”.

Figura 3.9: Evaluación de la condición Acceso al Mercado



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos. Nacionales (NES), 2017.

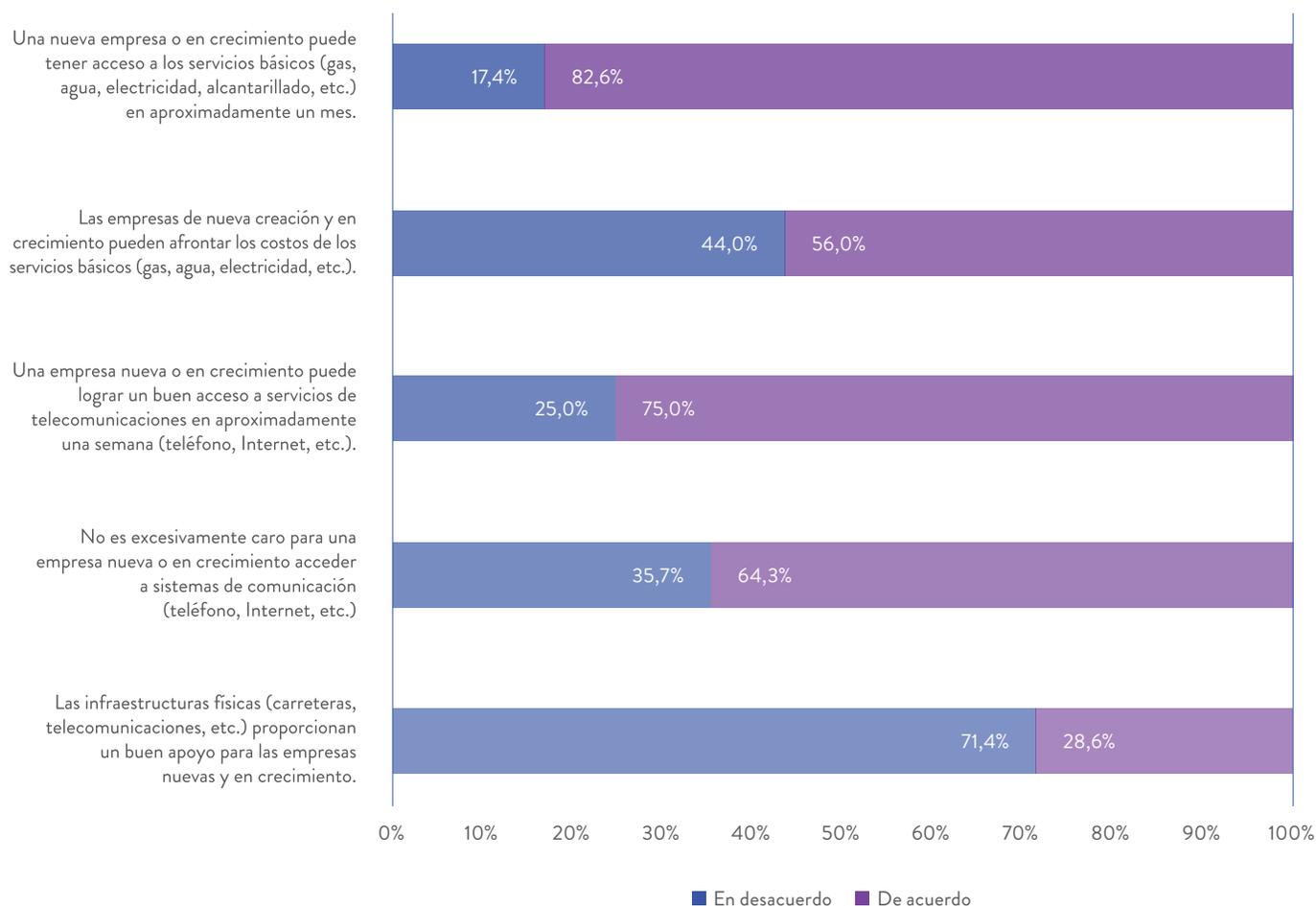


Adicionalmente, el 30,8% de los expertos está de acuerdo con que “las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados”, mientras que 25,0% asume que “las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costos de entrada al mercado. Finalmente, el 23,8% apoya que “la legislación antimonopolio es efectiva y bien aplicada”.

Acceso a Infraestructura Física, Factor: 0.27

Esta dimensión dentro del país y a nivel regional, tiene la evaluación más alta entre los factores de contextos. El 82,6% apoya que “una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos en aproximadamente un mes”, mientras que el 75,0% de los expertos está de acuerdo con que “una empresa nueva o en crecimiento puede lograr un buen acceso a servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana”.

Figura 3.10: Evaluación de la condición Infraestructura Física



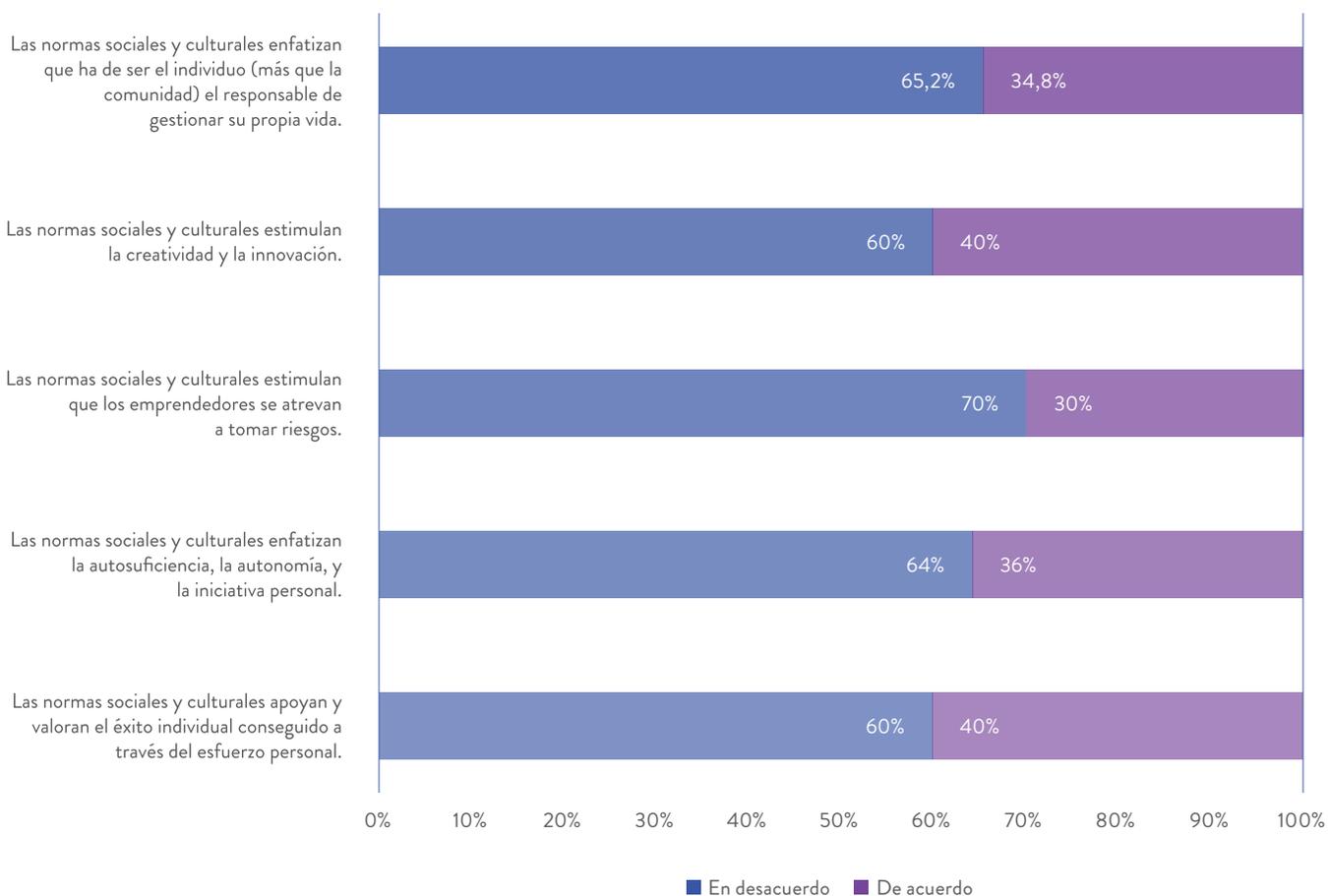
Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2017.

Un 64,3% de los expertos cree “no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.)”, y el 56,0% apoya que “una empresa nueva o en crecimiento puede lograr un buen acceso a servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.)”. Por otra parte, la afirmación con más bajo nivel de acuerdo es que “las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento”, con un 28,6%.

Normas Sociales y Culturales, Factor: 0.50

Esta dimensión señala las reglas socio-culturales que fomentan nuevas empresas, logrando un mejor bienestar. Con un 40%, los expertos están de acuerdo por un lado con que “las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación”, y por otro lado, que “las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal”.

Figura 3.11: Evaluación de la condición Normas Sociales y Culturales



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos. Nacionales (NES), 2017.

El 36,0% apoya que “las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal”, mientras que el 34,8% cree que “las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida”. Finalmente, el 30,0% está de acuerdo con que “las normas sociales y culturales estimulan que los emprendedores se atrevan a tomar riesgos”.

A decorative graphic on the page features a thick blue line that starts from the left edge, goes up diagonally, then turns 90 degrees to go down vertically, and finally turns 90 degrees to go right horizontally. A thin light green line follows the same path but is slightly offset. In the top right corner, there is a photograph of a rocky mountain landscape with green trees, partially framed by a blue L-shaped graphic element.

REFERENCIAS



4. Referencias

Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, (46), 1-15.

Bosma, N. S., & Levie, J. (2010). 2009 Executive Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Bosma, N., Jones, K., Autio, E., & Levie, J. (2008). 2008 Executive Report. Global Entrepreneurship Monitor.

GERA, Global Entrepreneurship Research Association. (2018, oct). GEM Global Entrepreneurship Monitor, recuperado de <https://www.gemconsortium.org/>

Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2012). 2011 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2015). 2014 Global Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Levie, J., & Autio, E. (2007). Entrepreneurial framework conditions and national-level entrepreneurial activity: Seven-year panel study. In *Third Global Entrepreneurship Research Conference*.

Mandakovic, V. & Serey, T. (2016). Reporte Nacional de Chile 2016. Global Entrepreneurship Monitor.

Reynolds, P. D., Hay, M., & Camp, S. M. (1999). 1999 Executive Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Singer, S., Herrington, M. & Menipaz, E. (2018). Global Report 2017-2018. Global Entrepreneurship Monitor.

Wennekers, S., Uhlaner, L., & Thurik, R. (2002). Entrepreneurship and its conditions: a macro perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education (IJEE)*, 1(1), 25-64.



EXPERTOS CONSULTADOS

5. Expertos Consultados

Anabel Reis

Angelo Palazzi

Boris Rosas

Cherie Hernández

Claudia Bilbao

Claudia Faúndez

Claudia Molina

Daniela Vásquez

Felipe Vega

Fernanda Guarda

Fernando Quintul

Gerado Guzmán

Héctor Canales

Héctor Sepúlveda

Ignacio Carrasco

Ivonne Pereira

Jorge Godoy

José del Río

José Cayunguir

Juan Galilea

Juan Zúñiga

Luis Claria

Macarena Villarroel

Marcelo Santana

María Tapia

Néstor Muñoz

Omar Muñoz

Patricio Espinoza

Paulina Monsalve

Perla Castillo

Roberto Brautigam

Signe Balboa

Trace Gale

Verónica Godoy

Víctor Iduarte

Yenny Fernandez

FICHA METODOLÓGICA

- 6.1. Encuesta a Población Adulta en Región de Aysén
- 6.2. Encuesta Nacional de Expertos en Región de Aysén

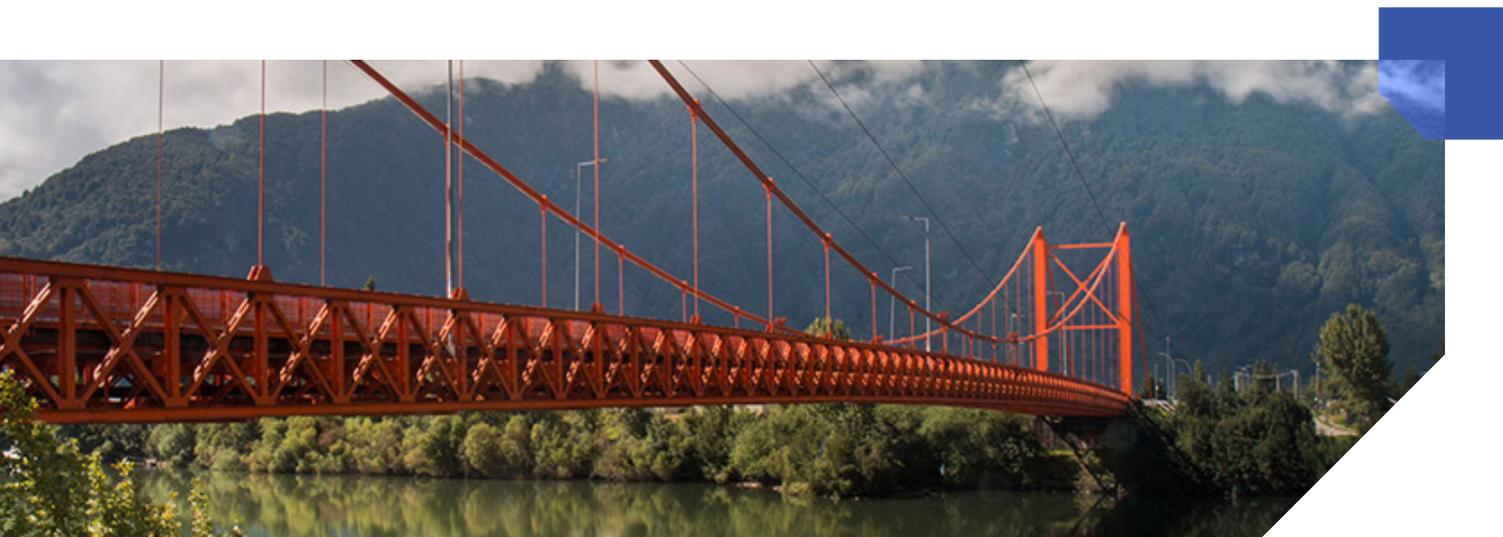


6.1. Encuesta a Población Adulta en Región de Aysén

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 Muestra	9.204 casos del año
Total Muestra Región del Aysén	520 casos del año
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio 2017
Encuestador	Questio estudios de mercado y opinión

6.2. Encuesta Nacional de Expertos en Región de Aysén

Total Muestra	468 expertos de 11 regiones del país, más la medición nacional
Total Muestra Región del Aysén	36 expertos
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Agosto 2017
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile



EXPERIENCIAS DE EMPRENDEDORES EN LA REGIÓN DE AYSÉN

7.1. IWI: Plataforma de gestión de RRHH

7.2. AHUMART: El éxito del jamón ahumado

7.3. URBAN AUSTRAL: Productos funcionales con cuero de cordero

7.4. ARISCA: La cerveza del Lago General Carrera

7.1. IWI Plataforma de gestión de RRHH

Surge en octubre del año 2017, a través de una sociedad compuesta por Jenifer Isabel Oyarzún Candia, Claudio Andrés Oyarzún Canicura y Claudio Antonio Oyarzún López. Inicialmente la empresa desarrollo servicios de asesorías, en esta etapa, los participantes del proyecto reconocieron la necesidad de crear una plataforma de gestión de RRHH y administración de riesgos laborales.

La iniciativa fue postulada a programa de CORFO, donde ese mismo año fue la única empresa de la región de Aysén en ganar el Capital Semilla y lograr el financiamiento para el software. Posteriormente, con la colaboración de PROCHILE, asistieron a la feria de tecnología Emerge desarrollada en la ciudad de Miami, lo que ha impulsado la exportación de sus servicios.

Actualmente IWI ofrece 3 servicios: asesorías en el marco de RRHH y administración de riesgos laborales; venta y servicio de la plataforma web IWI, por último, IWI development, que abarca el área de desarrollo a la medida.

El equipo de profesionales integraron sus conocimientos laborales para descubrir las necesidades en la gestión empresarial y generar soluciones a través del uso de las tecnologías. Crean diseños intuitivos y prácticos, que generan una experiencia agradable por medio de la interfaz del usuario. Los diseños son creativos, simples pero eficientes y por sobre todo a la medida de cada problema.

A futuro desean que sus clientes, identifiquen a IWI como la empresa que genera soluciones tecnológicas a la medida. También esperan seguir con la internacionalización progresiva de la empresa, ya sea en Sudamérica como en Norteamérica.



7.2. AHUMART

El éxito del jamón ahumado

Este emprendimiento comienza el año 2010 a través de David Cladel, norteamericano radicado desde el año 1996 en Chile, quien compró un pequeño ahumador para disfrutar con su familia y amigos. Tiempo después, y dada la fama adquirida de su Jerky Ahumado de Vacuno, junto con su esposa deciden dedicarse a esta actividad de manera permanente y no como hobby. Comienzan con pedidos para la tienda Pronto y luego deciden participar en la Expo Patagonia para promocionar sus productos.

Este emprendimiento ha ganado varios premios y fondos. En el año 2011, ganan un proyecto Capital Semilla de Sercotec, lo que permitió ampliar la comercialización a más tiendas en Coyhaique; en el año 2012, AHUMART fue una de las empresas nombradas al Premio Regional en Innovación de CORFO. En el año 2014, David participa de un Coaching en Formación para la Exportación dictado por ProChile, realizando un viaje de prospección, para estudiar el mercado del Jerky en el principal mercado mundial de producción y consumo de ese tipo de producto.

En el año 2015, David se adjudica el apoyo SAFF-D1 de CORFO que permite, en 2016, entre otras cosas, mejorar considerablemente el packaging del Jerky AHUMART, participar de ferias y eventos de alcance nacional y trasladar la producción a un esta-



blecimiento ubicado en el centro de Coyhaique. En 2017, AhumArt fue la empresa regional ganadora del Premio Nacional 65 Años de Sercotec, entregado en ceremonia en el Centro Cultural de La Moneda.

Actualmente la empresa está enfocada en expandir la comercialización del Jerky AHUMART en otros mercados nacionales, crear nuevas líneas de productos y, en paralelo, posicionar a Despensa AHUMART como un modelo de tienda para muchos emprendimientos nacionales.



7.3. URBAN AUSTRAL

Productos funcionales con cuero de cordero

URBAN AUSTRAL se inicia en marzo del 2016, a través de María Jesús Brautigam y María Francisca Richard en la ciudad de Coyhaique, como un proyecto que busca generar productos funcionales que aprovechen al máximo las cualidades del cuero de cordero y que al mismo tiempo sean hechos a mano en la Región de Aysén. De esta manera, utilizan un desecho de la industria alimenticia y rescatan la artesanía local de la Patagonia.

Los primeros productos de la empresa fueron fundas para notebooks, anteojos y tablets, porque estos productos aprovechan al máximo las cualidades del cuero y la lana, posteriormente, siguió la fabricación de plantillas utilizando cuero y lana.

Para URBAN AUSTRAL es inaceptable que un material como el cuero de cordero se desperdicie y que al mismo tiempo, en otros lugares del mundo se generen nuevos materiales con gran impacto ambiental y social. Su gran sueño es hacer una curtiembre orgánica en Aysén, para así poder aprovechar todo el cuero existente de la región de manera eficiente y responsable.

La mayor cualidad de la empresa es que los productos son hechos a mano en la Región de Aysén, incorporando un cuidado especial que hace a cada producto único. En efecto, la empresa aprovecha de dar a conocer el talento artesanal local que existe en las zonas de Aysén.

Las emprendedoras ha tenido el apoyo del Capital Semilla de CORFO en el año 2016, lo que les permitió insertarse en el mercado. Actualmente, están ejecutando un fondo CRECE de Sercotec, gracias a este fondo han logrado vender en todo Chile distintos puntos de venta y a través de su página web. En el futuro URBAN AUSTRAL espera continuar como una empresa que aporta a las personas, el medio ambiente y al rescata la cultura de la Patagonia.

7.4. ARISCA La cerveza del Lago General Carrera

Esta cervecería nace en el año 2014 en la localidad de Puerto Tranquilo, a través de la empresa Inversiones y Negocios Paralelo 47. Sus primeros pasos son dados con una pequeña planta productora de cerveza artesanal y un restaurant en el mismo lugar, como principal punto de venta.

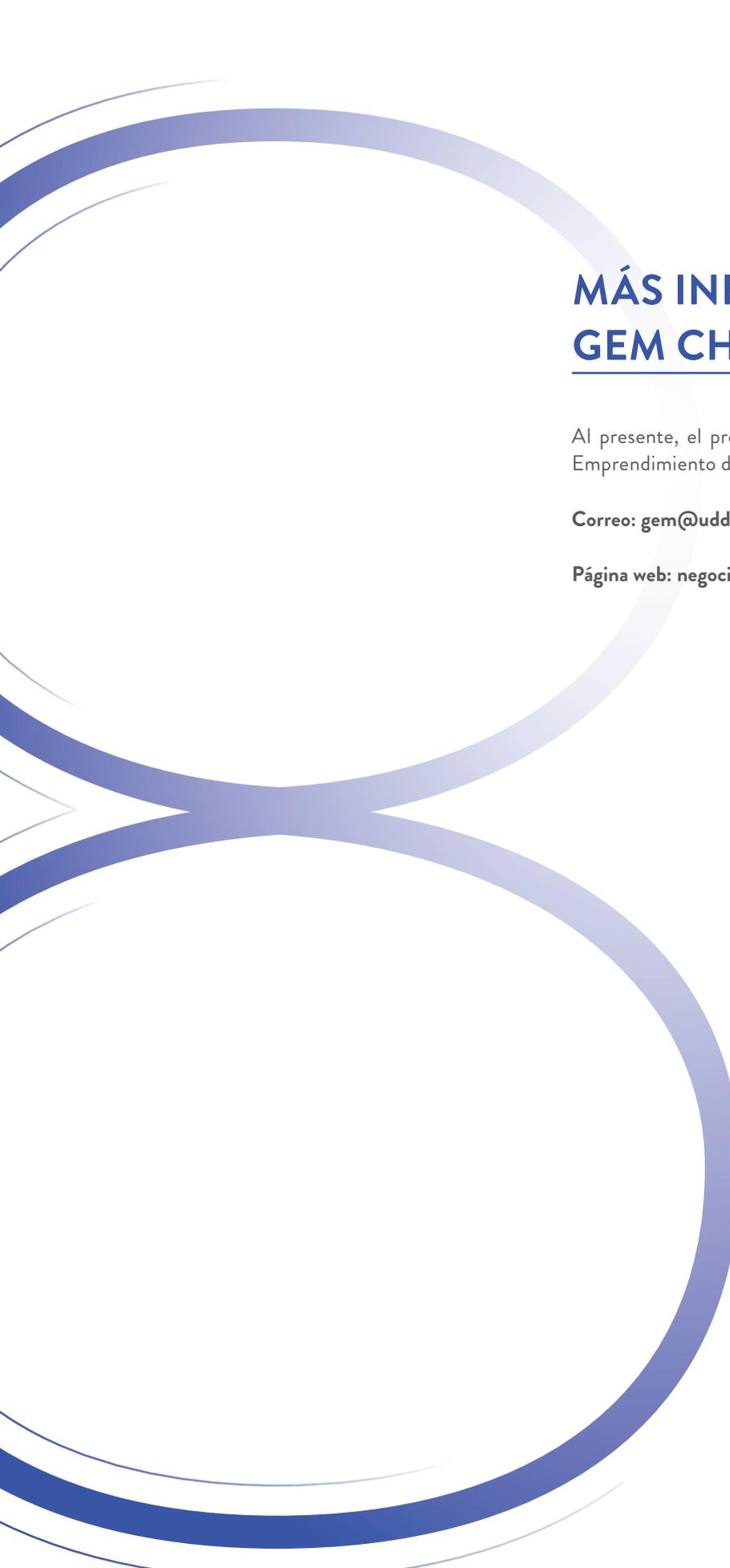
Entre los propósitos de Negocios Paralelo 47 se encuentra impulsar proyectos dentro de la región que sean sostenibles y aportar con un grano de arena a las ideas de desarrollo social y cultural en las localidades en que participa.

Dentro de los productos en que destaca ARISCA, se encuentran las tres variedades de cerveza que ofrece (Alazana, Baya y Picasa), las cuales buscan destacar por su calidad y profunda conexión con su origen y entorno cultural. Es por eso que sus nombres son un homenaje a la cultura gaucha.

Con el paso del tiempo, se han creado la nueva planta productiva y el Mercado Guadal, cuyo objeto es sumarse a la visión de desarrollo sustentable que los mismos vecinos de Guadal impulsan con diversas actividades productivas y comunitarias. En el año 2018, se ha agregado más capacidad en fermentación, logrando 8.000 litros terminados por mes.

En cuanto a las proyecciones, la empresa desea mantener el aporte de la cervecería al desarrollo económico y cultural local en los lugares donde se inserta, entregando siempre un producto y servicio de calidad.





MÁS INFORMACIÓN SOBRE GEM CHILE

Al presente, el proyecto GEM Chile es ejecutado por el Instituto de Emprendimiento de la Universidad del Desarrollo (UDD).

Correo: gem@udd.cl

Página web: negocios.udd.cl/gemchile

8.1. AUTORES

Gustavo Barrera Verdugo

Doctor © en Ciencias de la Administración y Magíster en Ciencias de la Administración por Universidad de Santiago de Chile, Magíster en Marketing egresado desde la Universidad de Chile e Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente se desempeña como Académico en Dirección de Postgrados de INACAP.



Juan Acevedo Rubilar

Sociólogo y Magister en Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile, además de Master en Investigación Social, Métodos y Estadística de la Universidad de Manchester. Se dedica a temas referidos a la metodología cuantitativa, encuestas y políticas públicas.



Bastián Chávez Dinamarca

Sociólogo de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Se dedica a temas referidos a políticas públicas, tecnología y redes sociales.





COLABORADORES Y PATROCINADORES

9.1. Colaboradores y patrocinadores

Universidad Tecnológica de Chile INACAP

INACAP continúa siendo parte de GEM Chile, en 2018 ha elaborado reportes en cuatro regiones del país: Maule, Los Ríos, Los Lagos, Aysén. La institución ejecuta actividades tanto en el plano vinculado a la recolección de datos, a través de la aplicación de la Encuesta Nacional de Expertos (NES), como en la publicación de reportes regionales.



Los autores del reporte agradecen el apoyo de las siguientes personas, por su contribución en el levantamiento de datos y publicación de este informe:

• **Ángelo Palazzi Lander**
Vicerrector de Sede Coyhaique

• **Leyko Alcaide Pérez**
Director de Innovación de Sede Coyhaique

• **Jessica Pichulaf Arriagada**
Directora de Vinculación con el Medio de Sede Coyhaique

• **Rita Santibáñez Arcos**
Directora de Área Administración y Negocios de Sede Coyhaique

• **Pablo Gómez Bórquez**
Director de Centro Desarrollo de Negocios en Coyhaique

• **Iván Cabezas Aburto**
Director de Centro de Desarrollo de Negocios en Puerto Aysén

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:

Universidad del Desarrollo

La Universidad del Desarrollo (UDD) nace en 1990, su misión es contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país a través del cultivo, perfeccionamiento y enseñanza de las ciencias y las artes.

En el año 2001 firma un convenio con Babson College, universidad número uno en la enseñanza del espíritu emprendedor en EEUU, logrando que todas las carreras de la universidad puedan recibir cursos de esta institución.

Durante 2008 logra un acuerdo con la Global Entrepreneurship Research Association, permitiendo que la UDD sea uno de los representantes del proyecto GEM a nivel internacional, y confirmando el compromiso con los estudios sobre la actividad emprendedora.



Más información en: www.udd.cl

ANEXOS

10.1. Glosario

Actitudes y percepciones emprendedoras

Oportunidades percibidas	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que observa buenas oportunidades para comenzar una empresa o negocio.
Capacidades percibidas	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que percibe tener las habilidades y los conocimientos necesarios para comenzar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que posee intenciones de comenzar un emprendimiento en los siguientes tres años.
Miedo al fracaso	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que observa la presencia de oportunidades, aunque el miedo al fracaso es un persuasivo para comenzar un negocio.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que apoya la sentencia de que iniciar un emprendimiento es una elección de carrera deseable.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que apoya la premisa “los emprendedores tienen un alto estatus y reconocimiento social”.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que apoya la idea “los medios de comunicación exhiben con frecuencia contenido de nuevos emprendimientos exitosos”.

Actividad emprendedora

Tasa de emprendimientos nacientes	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que actualmente participa en la creación de un emprendimiento, pero que aún no ha pagado salarios, o cualquier otra remuneración por más de 90 días.
Tasa nuevos empresarios(as)	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que en el presente es dueño de un nuevo emprendimiento, es decir, tiene propiedad en un negocio pagando salarios por un tiempo entre los 3 y los 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA)	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que se encuentra en las dos anteriores categorías mencionadas.
Tasa de emprendedores(as) establecidos(as)	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que en el presente es dueño de un emprendimiento establecido, pagando sueldos por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que actualmente participa en un emprendimiento en etapa inicial (TEA) o que es dueño de una empresa establecida.
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) que ha interrumpido un negocio en el último año
Motivación de la actividad emprendedora	Proporción de adultos (entre 18 y 64 años de edad) actualmente participando en un emprendimiento en etapa inicial (TEA), que tiene la motivación por comenzar un emprendimiento por oportunidad o por necesidad

Fuente: Tabla extraída de Bosma, N. S., & Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Executive Report*.

