



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA



Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE REGIÓN DE VALPARAÍSO 2018-2019



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

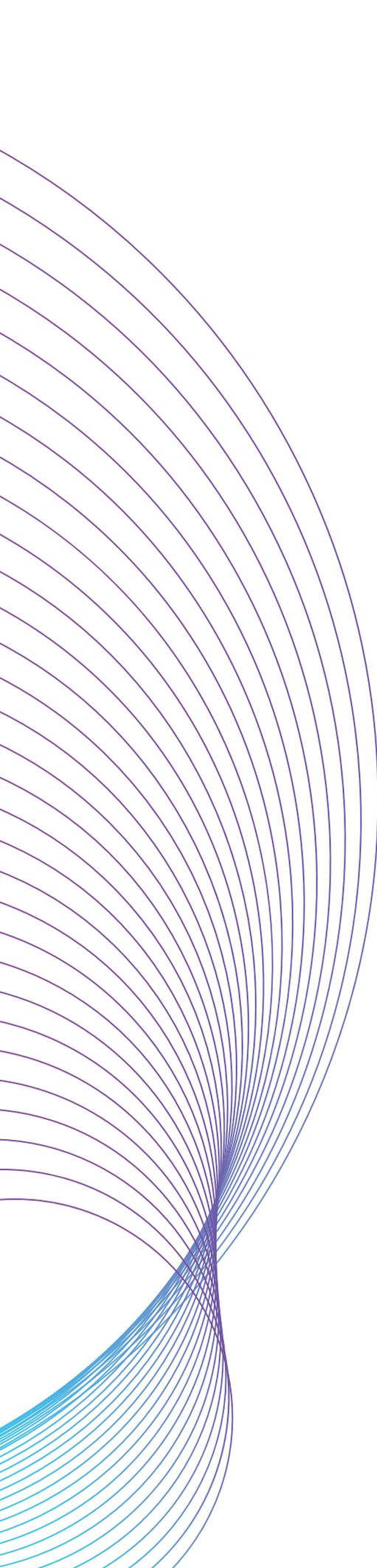
Reporte Región Valparaíso 2018-2019

Dr. Cristóbal Fernández Robin / Dra. Paulina Santander Astorga / Mg. Diego Yáñez Martínez





**Global
Entrepreneurship
Monitor**

A decorative graphic on the left side of the page consists of numerous thin, overlapping lines in shades of purple and blue. These lines curve and fan out from the bottom left towards the top right, creating a sense of movement and depth.

REPORTE

REGIÓN DE VALPARAÍSO

2018-2019

**Cristóbal Fernández Robin
Paulina Santander Astorga
Diego Yáñez Martínez**

Departamento de Industrias
Universidad Técnica Federico Santa María



EDICIÓN DEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS,
UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Inscripción
Santiago – Chile

ISBN: 978-956-356-080-0

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los Resúmenes Globales, Nacionales y los micros-sitios de cada equipo nacional pueden ser encontrados en www.gemconsortium.org. Toda la información sobre el proyecto en Chile está disponible en www.gemchile.cl. Tanto el sitio web del GEM Global como el GEM Chile suministran una lista actualizada del creciente número de artículos científicos que se basan en datos del GEM.

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

© 2019 Universidad Técnica Federico Santa María
© 2019 Global Entrepreneurship Research Association

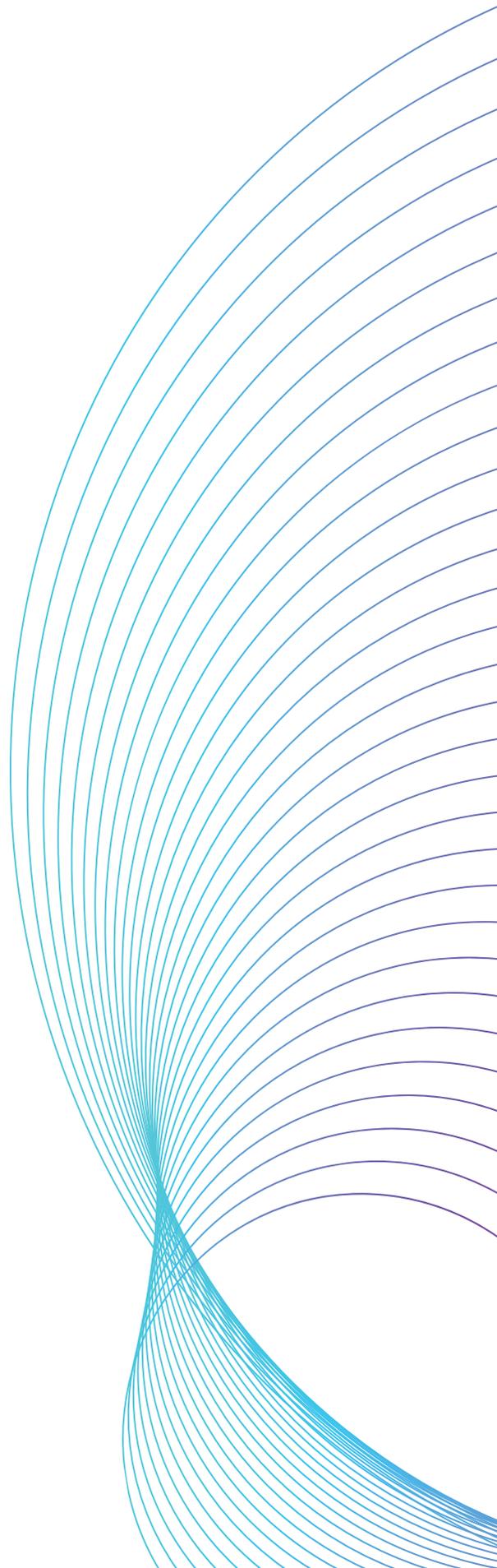
Diseño y Diagramación:

Daniel Nicolás Becerra Córdova.
daniel.cordovabc@gmail.com

Impresión:

DEGRAFIS SERV. GRÁFICOS LTDA.
Viña del Mar, Chile.
TEL: 2686912
RUT: 76.112.931-7
Fecha impresión: Julio 2019

Impreso en Chile / Printed in Chile



ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDO	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE FIGURAS	4
PRÓLOGO	7
¿CÓMO ES EL EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DE VALPARAÍSO?	8
1. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Acerca del GEM	10
1.2 Objetivos del GEM	11
1.3 El proceso emprendedor	11
1.4 El marco conceptual del GEM	13
1.5 Metodología del GEM	14
1.6 Sobre este reporte	15
2. LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL MUNDIAL	17
2.1 Actitudes Emprendedoras	18
2.2 Actividades Emprendedoras	22
Motivaciones emprendedoras	26
Distribución por sectores	29
Edad y Sexo	31
Nivel Educativo	37
Nivel de Ingresos	38
Situación laboral de los emprendedores	40
2.3 Aspiraciones emprendedoras	42
Expectativas de alto crecimiento	42
Competitividad	44
3. CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO	51
3.1 Modelo GEM y encuesta a expertos	52
3.2 Análisis general de los factores	54
3.3 Apoyo financiero	57
3.4 Política pública	58
3.5 Programas de gobierno	59
3.6 Educación para el emprendimiento	60
3.7 Transferencia de investigación y desarrollo	61
3.8 Infraestructura profesional	62
3.9 Apertura al mercado interno	63
3.10 Acceso a la infraestructura física	64
3.11 Normas sociales y culturales	65
CONSIDERACIONES FINALES	66
REFERENCIAS	68
FICHA METODOLÓGICA	69
EXPERTOS CONSULTADOS	71
SOBRE LOS AUTORES	72
COORDINACIÓN GEM REGIÓN DE VALPARAÍSO	73
MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE	74
PATROCINADORES	76



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Actitudes y percepciones emprendedoras en las regiones pertenecientes al consorcio GEM Chile durante el 2018 por fase de desarrollo económico	21
TABLA 2: Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2018 según fase de desarrollo económico	23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Las 10 características del emprendedor en la Región de Valparaíso	8
Figura 1: El proceso emprendedor según el marco conceptual del GEM	11
Figura 2: El marco conceptual del GEM	13
Figura 3: Proceso GEM en Chile	15
Figura 4: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en la Región de Valparaíso	24
Figura 5: Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora por región en Chile	25
Figura 6: Composición de la actividad emprendedora según motivación en etapas iniciales	27
Figura 7: Emprendedores nacientes por motivación para emprender	28
Figura 8: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico	29
Figura 9: Actividad emprendedora establecida por sector económico	30
Figura 10: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales	32
Figura 11: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora establecida	33
Figura 12: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por oportunidad	34
Figura 13: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por necesidad	35
Figura 14: Actividad emprendedora total por edades para la Región de Valparaíso	36
Figura 15: Nivel educacional en los emprendedores de la Región de Valparaíso	37
Figura 16: Nivel de ingresos y actividad emprendedora	38
Figura 17: Actividad emprendedora según ingreso familiar	39
Figura 18: Actividad emprendedora en etapas iniciales según nivel socioeconómico y motivación	40
Figura 19: Actividad emprendedora según tipo de empleo	41



Figura 20: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento	43
Figura 21: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores	45
Figura 22: Intensidad de la competencia esperada	46
Figura 23: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos	47
Figura 24: Expectativas de Expansión de Mercado	48
Figura 25: Actividad Emprendedora y Exportación	49
Figura 26: Condiciones de la Actividad Emprendedora que analiza la encuesta a expertos del GEM	53
Figura 27: Evaluación del contexto emprendedor en Valparaíso Resultados de encuesta a expertos	54
Figura 28: Contexto emprendedor en la Región de Valparaíso comparativo de encuestas a expertos 2016-2017-2018	55
Figura 29: Contexto emprendedor comparativo Chile vs Región de Valparaíso de encuesta a expertos 2018	56
Figura 30: Apoyo Financiero	57
Figura 31: Política Pública	58
Figura 32: Programas de Gobierno	59
Figura 33: Educación para el Emprendimiento	60
Figura 34: Transferencia de Investigación y Desarrollo	61
Figura 35: Infraestructura Profesional	62
Figura 36: Apertura al Mercado Interno	63
Figura 37: Acceso a la Infraestructura Física	64
Figura 38: Normas Sociales y Culturales	65



PRÓLOGO

Este documento presenta el Reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2018-2019, para la Región de Valparaíso de Chile, resultado del trabajo ininterrumpido de 12 años del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER), del Departamento de Industrias, de la Universidad Técnica Federico Santa María, en colaboración con la Universidad del Desarrollo.

El GEM ha medido la dinámica emprendedora de más de 100 economías, lo que lo ha convertido en el más extenso proyecto de investigación sobre emprendimiento a nivel internacional. En Chile con 15 años de mediciones, se ha constituido un referente dado su alcance, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más importantes del país. Esto, sin duda, ha permitido que los datos del GEM sean un aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública.

El 2018 ha sido un año con diversos cambios con relación al precedente en las diferentes características vinculadas con el emprendimiento en la Región de Valparaíso. Por una parte, un cambio positivo a través del incremento en el porcentaje de mujeres que emprenden en etapas iniciales, llegando al 45,77% en comparación con el 40,9% del año 2016. Por otra parte, aumenta en dos años la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales, llegando a 42 años. La actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en la Región es levemente inferior respecto del año 2017(24,98%), llegando a un 23,61 %, siendo inferior al promedio nacional que registró un 25,06%. Con respecto a la razón de porque se realiza algún tipo de actividad emprendedora los indicadores arrojan que la actividad emprendedora por oportunidad de independencia (31,13%) es mayor a la actividad emprendedora por oportunidad para incrementar ingreso (28,72%) y a su vez mayor a la comparación con el índice nacional (26,63%) porcentajes que son relativos al TEA. Este hecho es interesante ya que se espera que estos sean el tipo de emprendimiento que generen un mayor impacto en la actividad económica regional.

Si bien estas cifras son destacables a nivel mundial, tenemos grandes desafíos por delante, sobre todo en lograr desarrollar más emprendimientos por oportunidad que busquen generar independencia laboral, y que, al mismo tiempo estén orientados al desarrollo de procesos de mejora continua a través de procesos de innovación. Por otra parte, el ecosistema emprendedor de nuestra región es uno de los más activos del país, lo que ha permitido instalar una cultura emprendedora, por lo que, en este caso, otro gran desafío, es incorporar en la formación escolar actividades tendientes al desarrollo de esta cultura en niños, para que una vez que estos alcance su mayoría de edad, vean la actividad emprendedora como una alternativa de vida atractiva a edades más tempranas.

Agradecemos también al sello Editorial USM, que ha confiado y financiado la impresión de este libro. Al mismo tiempo reconocemos a CORFO Región de Valparaíso, a la ONG Acción Emprendedora, al Cowork HOUSENOVO y al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo a través de la Seremía de Economía, que son los patrocinadores de este reporte.

Agradecemos a los 8.955 encuestados anónimos que son un pilar fundamental de esta investigación y a la invaluable ayuda de quienes respondieron en calidad de expertos la encuesta sobre las condiciones nacionales y regionales para el emprendimiento, de los cuales 701 corresponden a la Región de Valparaíso.

Agradecemos también a todos los emprendedores de la Región de Valparaíso; micro, pequeños, medianos y grandes empresarios por su tremendo aporte al crecimiento y desarrollo de nuestra sociedad a través de la generación de trabajo y por aportar significativamente a la mejora en la calidad de vida de sus habitantes.

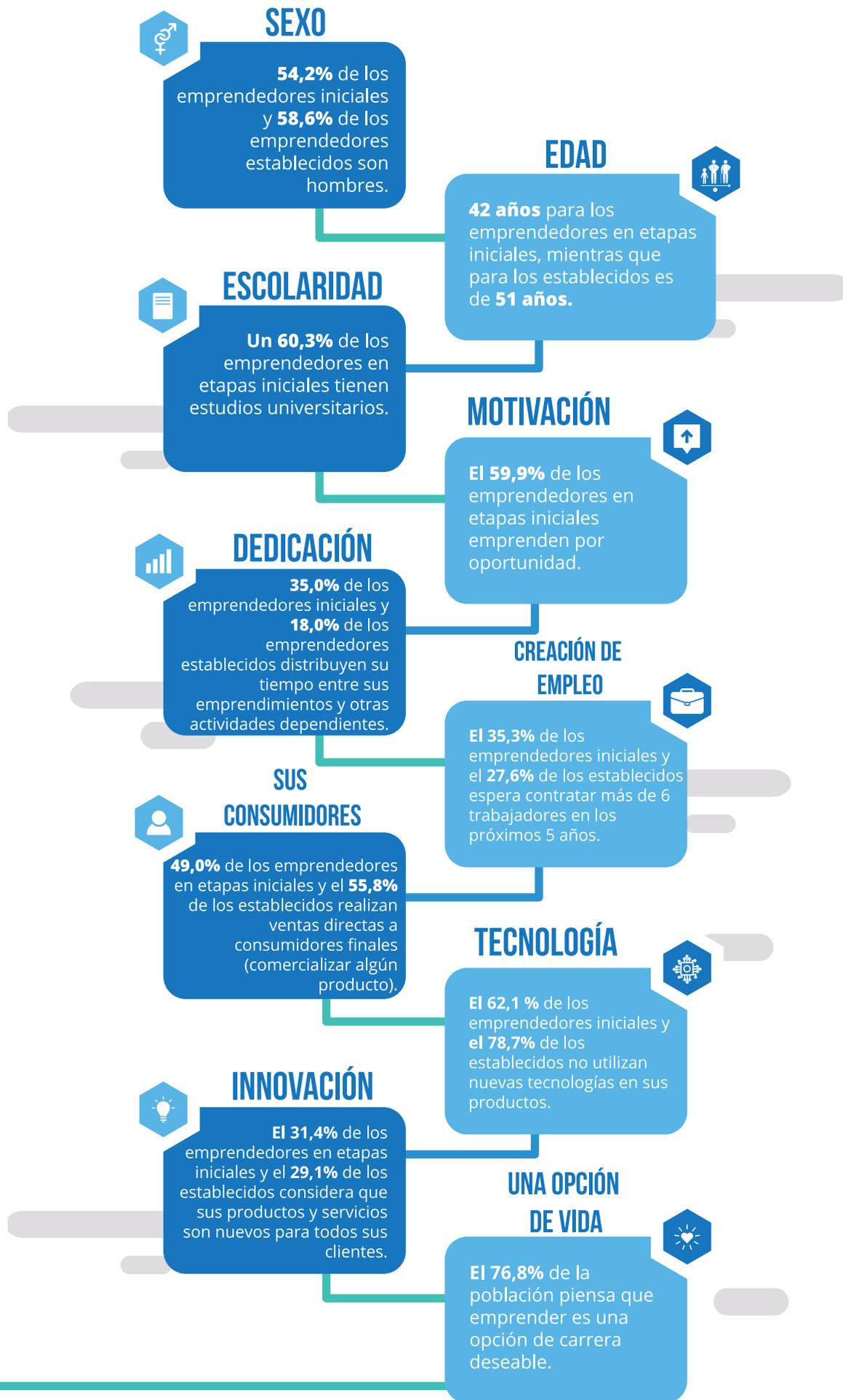
Dr. Cristóbal Fernández Robin

Coordinador GEM de la Región de Valparaíso
Director del Centro de Ingeniería de Mercados
Director Departamento de Industrias

¿CÓMO ES EL EMPREENDEDOR DE LA REGIÓN DE VALPARAÍSO?

Las 10 características del emprendedor en la Región de Valparaíso





INTRODUCCIÓN

En sus 22 años de trayectoria, el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (en adelante GEM por su sigla en inglés) ha evolucionado para facilitar el análisis de las distintas variables que componen el estudio, permitiendo siempre la posibilidad de comparar los datos a nivel internacional, nacional y regional. A lo largo de los años y con el apoyo de múltiples investigadores, el GEM se ha esforzado en lograr una mayor y mejor profundidad en la comprensión del fenómeno del emprendimiento y la creación de empresas.

Actualmente, GEM es el mayor estudio comparable sobre la actividad emprendedora y es un referente internacional en la creación de indicadores sobre la valoración social hacia el emprendimiento, las características de la actividad emprendedora y los ecosistemas de emprendimiento en diferentes países.

1.1 ACERCA DEL GEM

Desde 1997 el proyecto GEM se ha posicionado como el proyecto de investigación académico más extenso sobre la actividad y dinámica emprendedora a nivel mundial. Con el fin de supervisar el trabajo de los equipos nacionales responsables de proveer los datos, en 2004 se conformó la Global Entrepreneurship Research

Association (GERA). GERA es una organización sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos nacionales y de las 2 instituciones fundadoras, Babson College y London Business School, así como por miembros de las instituciones patrocinadoras del proyecto.



1.2 OBJETIVOS DEL GEM

Desde sus inicios, el GEM se ha fijado los siguientes objetivos de investigación:

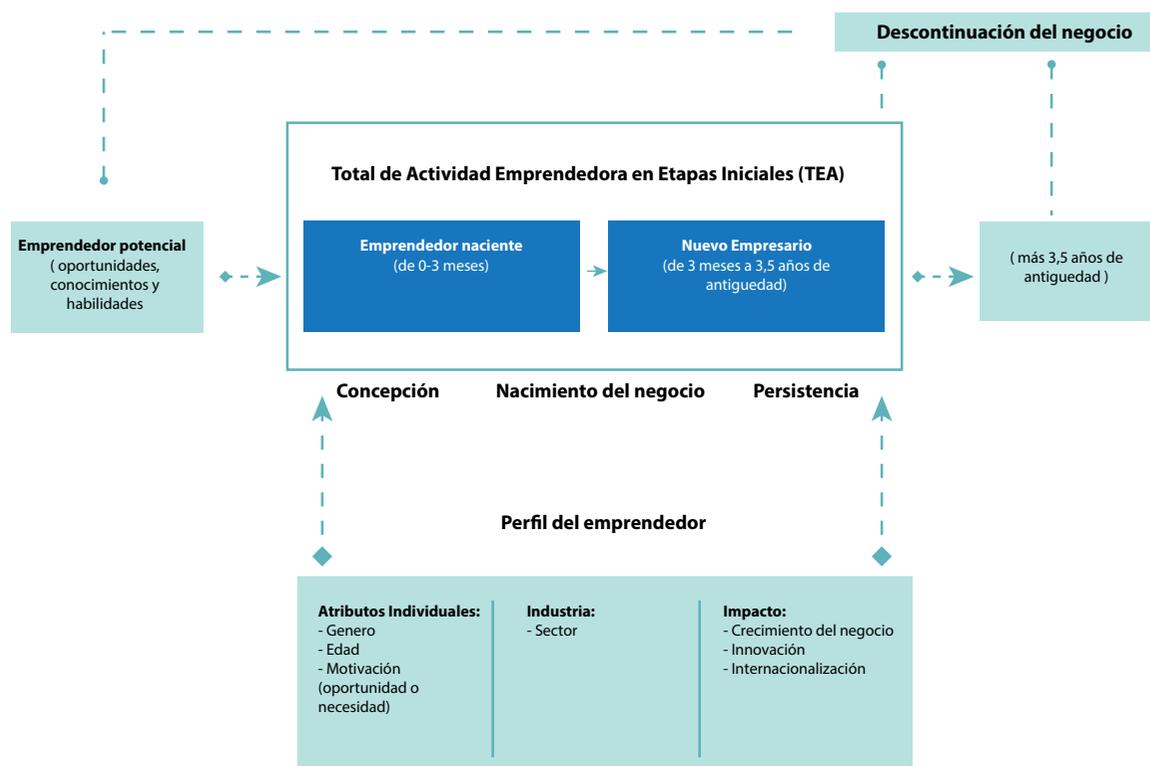


Para ello, una de las características distintivas del GEM ha sido definir como objeto de estudio a la persona que desarrolla actividades emprendedoras y no a la empresa en sí. El GEM cubre el ciclo de vida del proceso emprendedor y mira a la persona desde el momento en que

compromete recursos para iniciar un negocio, incluyendo las distintas etapas de consolidación del negocio. Esta innovación metodológica permite comprender la actividad emprendedora como un proceso que identifica 4 etapas, las cuales se explican en la siguiente sección.

1.3 EL PROCESO EMPRENDEDOR

Figura 1. El proceso emprendedor según el marco conceptual del GEM.



Fuente: GEM Global Report, 2018-2019.

Como se puede apreciar en la **Figura 1**, un individuo se puede clasificar dependiendo de la etapa en la que se encuentra su negocio. La primera etapa se denomina **emprendedor potencial**, la categoría que incluye a las personas que afirman estar pensando en poner en marcha un nuevo negocio pero que aún no han iniciado acciones concretas. Es relevante destacar que a este grupo solo se le mide su valoración hacia el emprendimiento y percepción de atributos individuales.

La segunda etapa se denomina **emprendedor naciente**, aquí se agrupa a las personas que declaran haber iniciado la puesta en marcha de un nuevo negocio y también quienes afirman haber pagado salarios a sus empleados y/o a él mismo, por un periodo no mayor a 3 meses. Esta etapa cubre desde el inicio, con la concepción de la empresa, hasta el momento de su nacimiento. Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribución por más de 3 meses a cualquier persona, incluido los dueños, es considerado el “momento del nacimiento” de un negocio. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios depende de la antigüedad de la empresa.

La tercera etapa se denomina **nuevo empresario**, que agrupa a aquellas personas que han puesto en marcha un nuevo negocio pagando salarios durante un nuevo periodo de tiempo que va desde los 3 a los 42 meses.

El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. El conjunto de emprendedores nacientes y nuevos empresarios con menos de 42 meses de operación, es lo que el GEM denomina Total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (en adelante TEA por su sigla en inglés que significa Total Early-Stage Entrepreneurial Activity).

La cuarta etapa se denomina **empresario establecido**, clasificación que reúne a aquellas personas que han estado al frente de la operación de su empresa pagando salarios durante más de 42 meses. Esta se conoce como etapa de persistencia y busca la consolidación de la empresa, pues sus negocios han superado el denominado “valle de la muerte” y han dejado atrás las etapas iniciales.

1.4 EL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM

El GEM propone indicadores para medir los 3 actores fundamentales de la actividad emprendedora: el individuo emprendedor, su actividad emprendedora y el entorno emprendedor, entendiendo que las condiciones del entorno (social, cultural, económico y político) promueven o disipan la intención de emprender como una opción para capturar valor, crear nuevos puestos de trabajo y contribuir al desarrollo socio económico de los países. A continuación, se describe cada uno de los 3 componentes fundamentales del emprendimiento:

Entorno para la actividad emprendedora: se refiere a las condiciones del contexto nacional y

empresarial que estimulan o frenan la actividad emprendedora en una determinada economía. El entorno emprendedor se agrupa en 3 grandes segmentos: requerimientos básicos (configuración institucional, infraestructura, estabilidad macroeconómica, niveles de educación básica y unas condiciones de salud adecuada); estimuladores de eficiencia (niveles de educación y capacitación, eficiencia de los mercados de bienes y servicios, y tamaño del mercados); y en las condiciones para la innovación y sofisticación de los negocios (políticas de gobierno, educación emprendedora, transferencia de I+D, apertura de mercados internos, líneas de financiamiento, infraestructura y normas sociales y culturales).

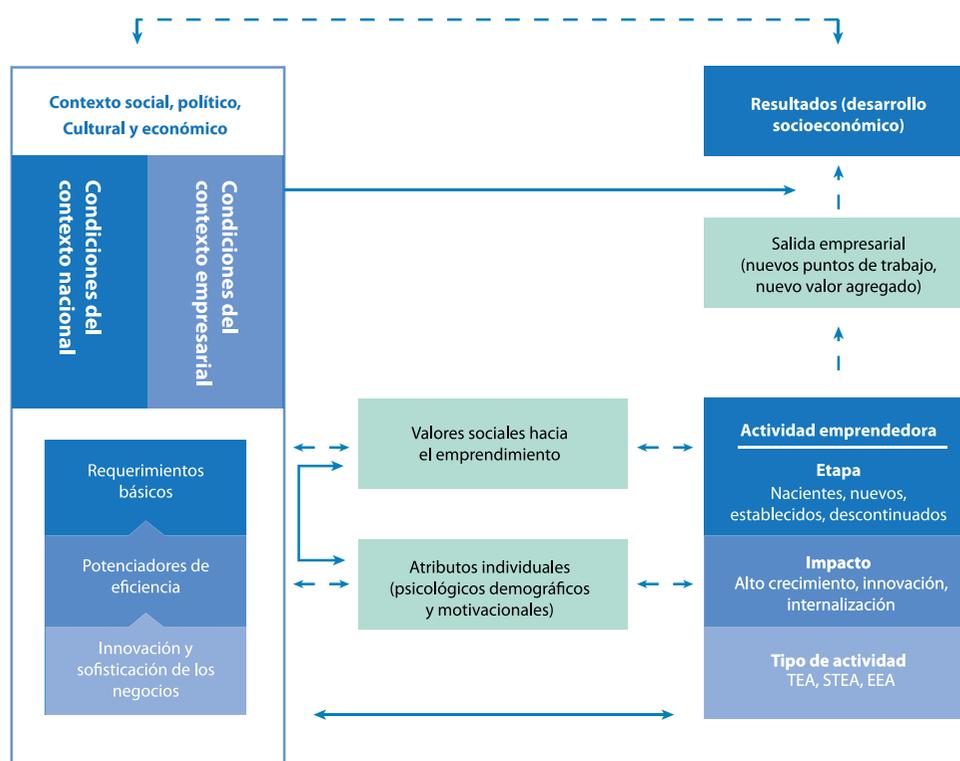
Individuos emprendedores: se refiere a quienes reciben la influencia del entorno y actúan en función de los valores que la sociedad atribuye a los emprendedores. Los atributos individuales tienen que ver con características demográficas (género, edad, nivel de escolaridad, ubicación geográfica, entre otros) y la percepción sobre las oportunidades, el miedo al fracaso, las capacidades personales y los aspectos motivacionales. En tanto, el GEM considera los valores sociales a través de aspectos asociados a la legitimidad del emprendimiento como opción de carrera

deseable, el reconocimiento social que gozan los emprendedores y la atención que reciben de los medios (Kwon y Arenius, 2010).

Actividades emprendedoras: se refiere a las etapas del ciclo de vida organizacional (nacientes, nuevos, establecidos y discontinuados), su impacto (alto crecimiento, innovación, internacionalización) y tipo de actividad, es decir, Total de Actividad emprendedora en Etapas Iniciales (TEA); Emprendimiento Social (SEA); y Actividad Emprendedora de Empleados (EEA).

En la **Figura 2** se muestra cómo la dinámica emprendedora de un país o región estará relacionada con los 3 componentes antes descritos.

Figura 2: El marco conceptual del GEM.



Fuente: GEM Global Report, 2018-2019.

¹Es necesario añadir que el total de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA), no necesariamente es equivalente a la sumatoria directa entre emprendedores nacientes y nuevos empresarios, pues el TEA se calcula como porcentaje de la población. Es decir, una persona que lidera al mismo tiempo un emprendimiento naciente y una nueva empresa, para efectos del cálculo del TEA representa a una persona. Por lo tanto, es esperable que haya una mínima diferencia entre el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales y la suma directa de emprendedores nacientes y nuevos empresarios.

Es importante señalar que los componentes del entorno están presentes en combinaciones difieren entre los países que se encuentran en las distintas fases de desarrollo económico, lo que sugiere que el diseño de las políticas públicas debería considerar las particularidades de cada contexto.

La evidencia indica que los países clasificados

entre las economías basadas en recursos están condicionados por los requerimientos básicos, en tanto los países cuyas economías se encuentran en fase de eficiencia, requieren que el contexto promueva aquellas condiciones potenciadores de eficiencia. Por último, los países situados en la fase de innovación son impulsados por aquellos factores que generan las condiciones para la innovación y sofisticación de los negocios (Bosma, 2012).

1.5 METODOLOGÍA DEL GEM

En la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos del GEM hay una colaboración entre cada equipo nacional y el equipo central de datos del GERA para asegurar la calidad y confiabilidad de los datos.

El equipo de datos del GERA coordina con los equipos nacionales el proceso de recolección de datos, con el fin de obtener muestras representativas a nivel nacional y regional que permitan comparar todos los países participantes. Para capturar las interacciones entre los individuos y el entorno en el que actúan, GEM utiliza dos cuestionarios para recolectar datos primarios:

- **La Encuesta a la Población Adulta** (en adelante APS, por su sigla en inglés que corresponde a Adult Population Survey) se aplica a un mínimo de dos mil adultos, entre 18 y 64 años, en cada país participante en el proyecto. Con ella se analiza profundamente la relación de los valores sociales hacia el emprendimiento, los atributos individuales y las actividades emprendedoras de las personas a nivel nacional. En el ciclo 2018 participó un total de 8.954 personas a nivel nacional, 701 pertenecientes a la Región de Valparaíso, logrando obtener representatividad en las 15 regiones del país.

- **La Encuesta Nacional de Expertos** (en adelante NES, por su sigla en inglés que corresponde a National Expert Survey) es una encuesta de percepción que es aplicada a un mínimo de 36 expertos a nivel nacional, que recoge información de las condiciones del entorno empresarial en cada país y región participante. En el ciclo 2018, participó un total de 477 expertos a nivel nacional,

38 pertenecen a la Región de Valparaíso, logrando obtener información detallada en 10 regiones del país.

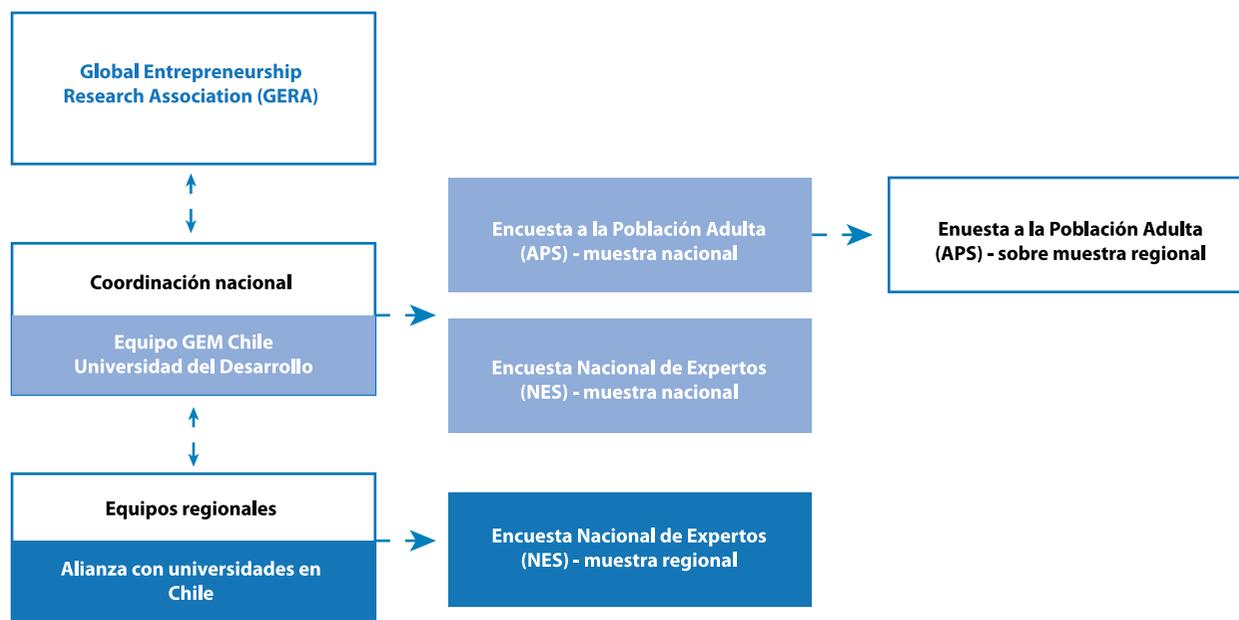
En la **Figura 3** se presenta cómo se articula el proceso de levantamiento de datos en Chile. El Global Entrepreneurship Research Association (GERA) proporciona los instrumentos estandarizados y supervisa el trabajo de campo que realizan los equipos nacionales con el fin de asegurar la calidad de la información.

La Universidad del Desarrollo lidera el proyecto GEM en Chile, coordinando el levantamiento, armonización y procesamiento de las encuestas APS y NES.

A su vez, en alianza con prestigiosas universidades del país, como la Universidad Técnica Federico Santa María para la Región de Valparaíso, se ha logrado patrocinar el levantamiento de información adicional que amplía la representatividad a nivel regional para la encuesta a la población adulta y a expertos.

La Encuesta a la Población Adulta es implementada de manera centralizada por el equipo GEM Chile tanto para muestras nacional como las sobre muestras en regiones.

La Encuesta Nacional de Expertos combina una muestra nacional y regional, incorporado el trabajo realizado por el equipo nacional y por los equipos regionales.

Figura 3: Proceso GEM en Chile.

De esta manera, el GEM Chile ha permitido contar con información representativa a nivel nacional y regional sobre los emprendedores, sus negocios y las condiciones del ecosistema para el emprendimiento.

1.6 SOBRE ESTE REPORTE

Incluyendo la presente edición, Chile ha participado en 16 ciclos del estudio. La información presentada en este reporte está dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. Analiza los indicadores de la dinámica emprendedora (valores sociales hacia

el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora) así como el contexto para emprender en Chile, incluyendo algunos indicadores nacionales de las diferentes regiones que participaron en el GEM Chile 2018.



2

LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL REGIONAL

Este capítulo muestra el estado de las actitudes, las actividades y las aspiraciones emprendedoras en la Región de Valparaíso y establece una comparación con las observadas en las otras regiones participantes del Consorcio GEM Chile. Las dos primeras secciones de este capítulo analizan de forma general las actitudes y las actividades emprendedoras de la región y a nivel nacional. La última sección estudia las aspiraciones emprendedoras. Cabe mencionar que toda la información publicada por GEM Chile en esta sección corresponde a los principales resultados arrojados en la encuesta a la población adulta (APS), del año 2018.

2.1 ACTITUDES EMPRENDEDORAS

Como fue mencionado en la introducción, el GEM en su modelo conceptual resalta la importancia de diversos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora. Algunos de estos factores se relacionan con la actitud que tienen las personas respecto al fenómeno del emprendimiento. Algunas de estas actitudes son el deseo de querer iniciar un negocio aprovechando las oportunidades que se generan en el mercado para emprender. De igual manera están los conocimientos y habilidades individuales que definen las capacidades emprendedoras. Otro aspecto relevante es el miedo al fracaso o “penalización” social de haber fallado al realizar un nuevo negocio. Por otra parte, las condiciones que hay en torno al contexto nacional -entendiéndolo como el conjunto de aspectos políticos, económicos y sociales relacionados con el emprendimiento- pueden potenciar o frenar la actividad emprendedora.

Para que en un país, y sobre todo en una región, la actividad emprendedora se desarrolle, es necesario que tanto las oportunidades, las actitudes y las capacidades emprendedoras estén presentes. Sin embargo, es igualmente importante que las personas perciban estas oportunidades y que, a su vez, se perciban capaces de materializar el emprendimiento. Asimismo, la cantidad y la calidad de las oportunidades y de las actitudes emprendedoras pueden ser potenciadas por las condiciones del contexto nacional como, por ejemplo, el crecimiento económico, la pirámide poblacional, la cultura del país y/o la política pro-emprendimiento.

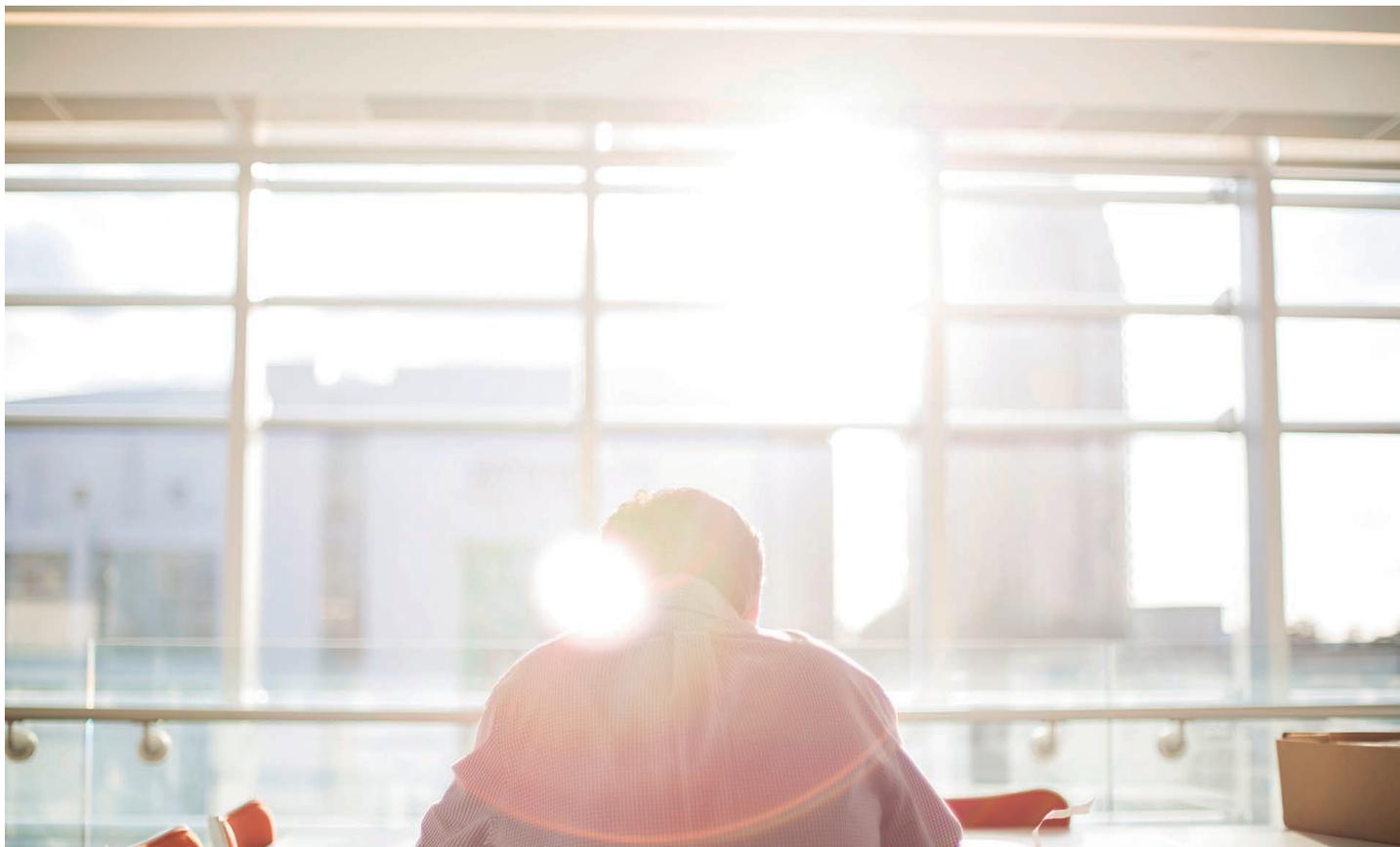
Un entorno rodeado de emprendedores exitosos puede influir positivamente en que las personas mejoren su actitud frente al emprendimiento, aumentando su propensión a emprender. Complementario a esto, diferentes medios de comunicación también cumplen un rol fundamental en la divulgación de casos exitosos, dándoles reconocimiento y permitiéndoles ser un ejemplo motivador para los potenciales emprendedores.

Aspectos demográficos -como edad, género, origen étnico, entre otros- ya sea por temas históricos, socioculturales o económicos también pueden ser determinantes en la actitud hacia el emprendimiento. En este sentido, una política pública específicamente enfocada en un grupo determinado puede ser una herramienta eficaz para influir de manera positiva en la propensión a emprender.

Sin embargo, es necesario enfatizar que tener solo una actitud positiva hacia el emprendimiento, no es determinante en la materialización de la idea de negocio por más que aumente la propensión a querer emprender. La decisión de emprender no sólo depende de un análisis consciente de los retornos que se esperarían del emprendimiento al compararlo con ser empleado por ejemplo, sino que también en algunos casos simplemente es una decisión poco planificada.

La evidencia demuestra que la mayoría de las personas prefieren ser empleadas antes que emprendedores. Esto se acrecienta en aquellos países donde ser empresario no es bien visto, el fracaso empresarial está estigmatizado y las oportunidades de negocio son escasas. De esta manera, el riesgo que se debe asumir es demasiado alto para quienes están pensando iniciar un nuevo negocio. En casos donde se poseen altas remuneraciones la evaluación sobre emprender o no, está determinada entre otras cosas por la capacidad de poder aumentar aún más los ingresos. En el caso de las mujeres, tienden a ver el emprendimiento como una posibilidad de poder compatibilizar el desarrollo profesional con la vida familiar (Amorós et al., 2011).

Por otra parte, el hecho que un individuo tenga una actitud positiva hacia el emprendimiento no significa que él o ella efectivamente vaya a iniciar un nuevo negocio. Cuando una persona decide emprender, lleva a cabo una serie de evaluaciones que, en algunas ocasiones, pueden ser conscientes y en otras no. En primer lugar, realiza una evaluación de los costos de oportunidad, los cuales incluyen la



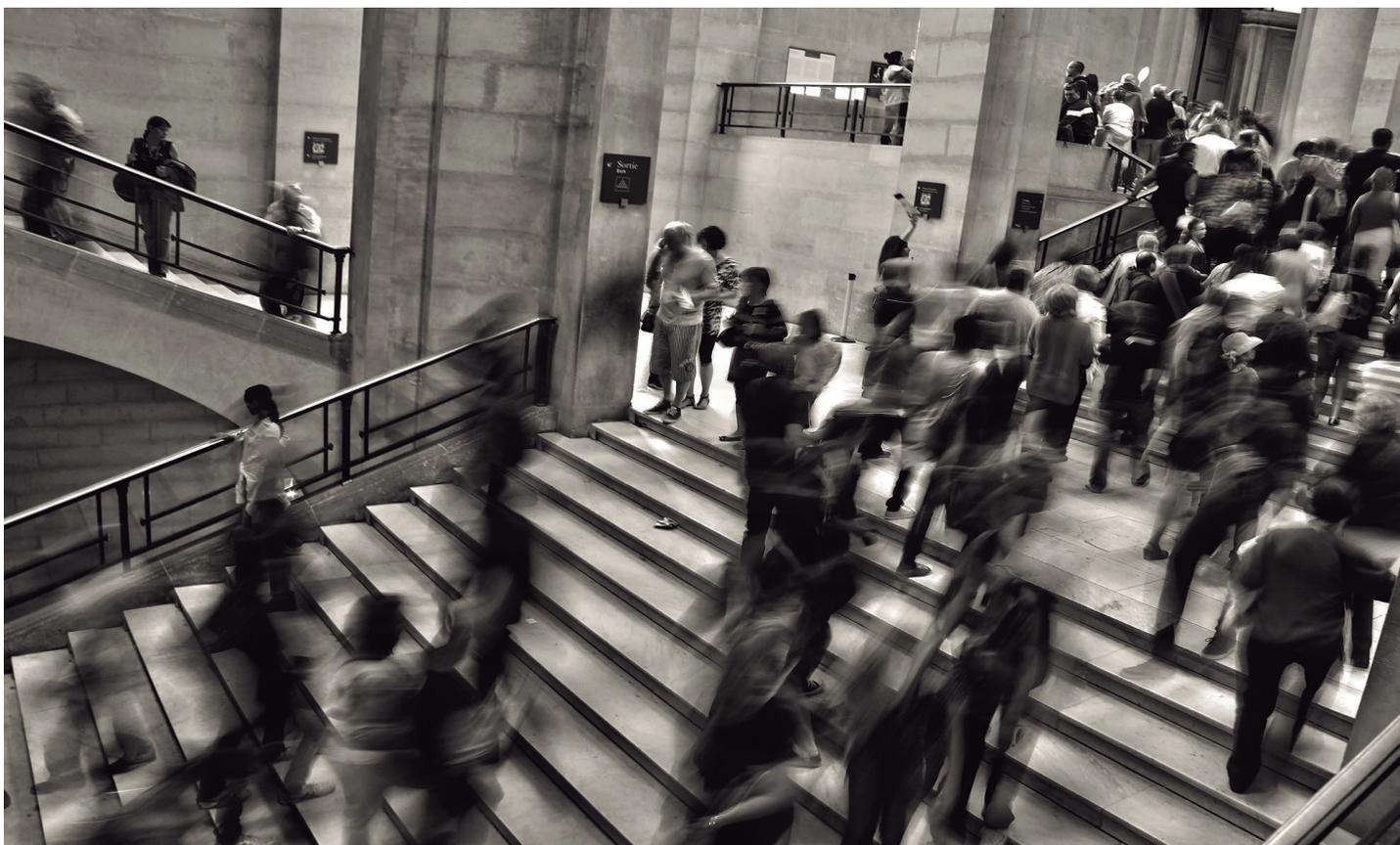
El miedo al fracaso en un emprendimiento puede afectar de forma significativa la actitud que una persona tiene al emprender.

comparación de los retornos esperados de la actividad emprendedora frente a los esperados en una ocupación de dependencia, por ejemplo ser empleado. Casi siempre, las personas prefieren “tener un empleo” antes de emprender, especialmente en los países donde las oportunidades de empleo son escasas y las empresariales son, por lo general, no muy gratificantes. Entonces, la persona desarrolla una evaluación de riesgo versus recompensa y aun cuando la recompensa esperada del emprendimiento es considerablemente más alta, los riesgos de emprender pueden ser demasiados altos para quien está pensando iniciar un nuevo negocio. Esto porque los riesgos individuales son un factor importante en el paso de un negocio potencial a uno real (Khilstrom y Laffont, 1979). Por ejemplo, el miedo al fracaso en un emprendimiento puede afectar de forma significativa la actitud que una persona tiene al emprender. Generalmente, las personas que poseen un empleo con altas remuneraciones tienden a evaluar las posibilidades reales de aumentarlo antes de emprender. Por otra parte, específicamente el segmento de mujeres, tiende a evaluar las posibilidades de conciliar

la vida familiar con el emprendimiento o las posibilidades de aumentar el ingreso familiar.

Evaluaciones como las que se han mencionado, pueden llevar a que una persona concrete la intención de emprender y que desarrolle la idea de negocio que tenía en mente. Como ya se describió, esta situación varía entre países. Por ejemplo, en los países más pobres, estar involucrado en un emprendimiento es una necesidad, porque no existen otras opciones para ganarse la vida. En este caso, la persona no desarrolla una evaluación comparativa sino que simplemente se ve “empujada” a emprender como medio de subsistencia.

No obstante, tampoco existe un patrón general que describa las secuencias de evaluación o decisiones, así como los pasos para iniciar un negocio. Por ejemplo, es también posible que las personas decidan iniciar un negocio cuando una oportunidad muy específica aparece en forma inesperada.



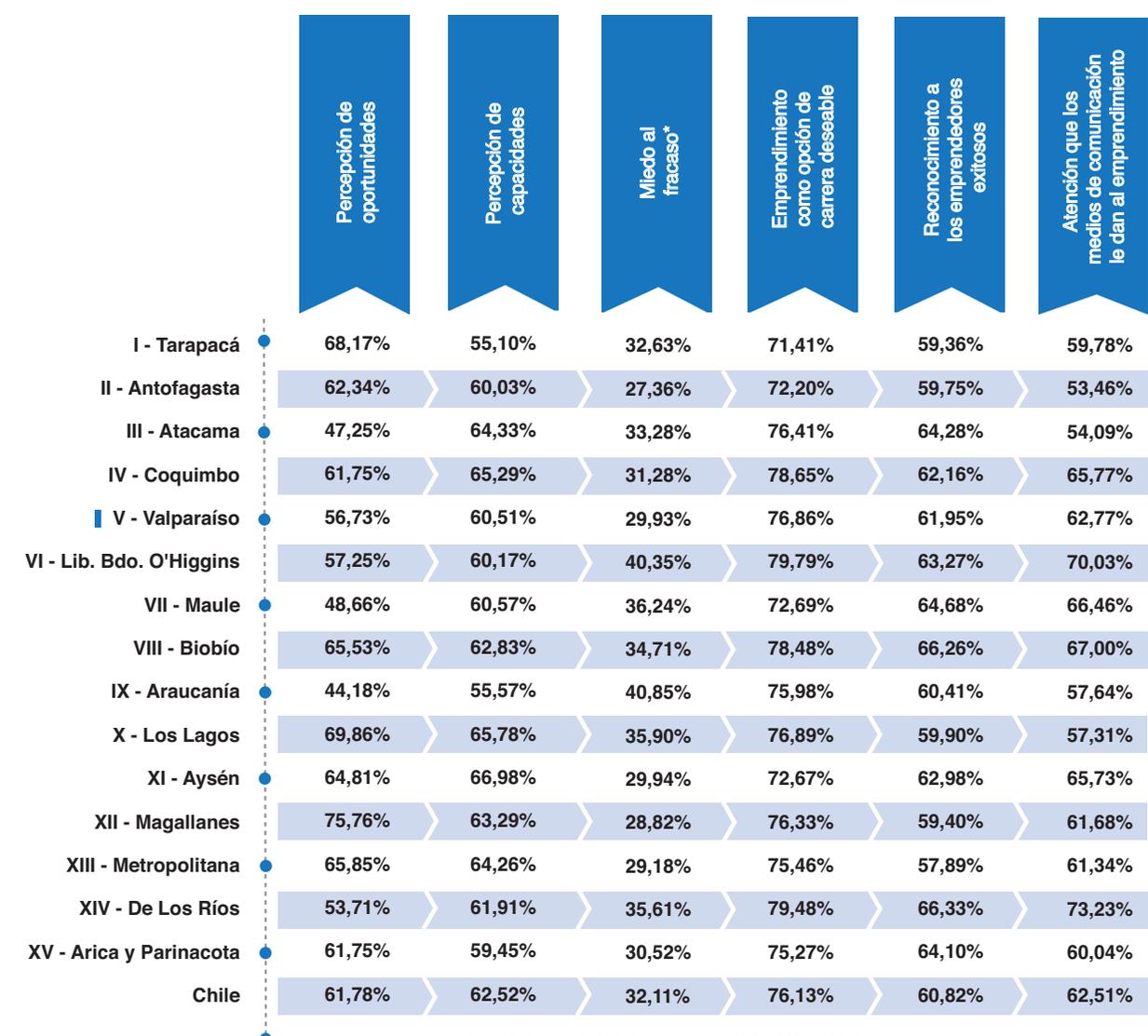
En algunos casos, el desarrollo de un plan de negocios antecede la decisión de querer emprender, sin embargo, en otros simplemente la aparición de una oportunidad específica los induce a desarrollar un negocio.

Pueden actuar en esas circunstancias a pesar que antes que apareciera la oportunidad de negocio, no veían oportunidades para iniciarlo en esa área. Esas personas no han considerado constituir un negocio hasta que la oportunidad se les presentó.

Pese a los avances que se han desarrollado en torno al fenómeno del emprendimiento, aún no se ha podido encontrar un patrón general donde estén las secuencias de evaluación y sus decisiones en relación a la iniciación de un negocio. En algunos casos, el desarrollo de un plan de negocios antecede la decisión de querer emprender, sin embargo, en otros simplemente la aparición de una oportunidad específica los induce a desarrollar un negocio. Así, para algunos emprendedores, la percepción de oportunidades surge de forma adelantada, para otros, sólo unos momentos antes del inicio del negocio y en ciertos casos, todo se desarrolla prácticamente al mismo tiempo.

La **Tabla 1** muestra varios indicadores del GEM en temas de actitud emprendedora para cada

una de las regiones participantes en este ciclo junto con los resultados a nivel nacional, donde la Región de Valparaíso presenta indicadores similares a los observados a nivel nacional, una cifra particularmente alentadora resulta ser el miedo al fracaso (29,93%) que es menor a varios resultados de otras regiones e incluso menor al porcentaje nacional (32,11%) lo cual es valorable ya que el miedo al fracaso resulta ser una variable recurrente dentro de las razones del por que no emprender. Mientras que, el reconocimiento a los emprendedores exitosos (61,95%) también resulta ser mayor al porcentaje nacional (60,82%) y la atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento (62,77%) es levemente mejor que el promedio nacional (62,51%). Estas dos últimas variables reflejan la importancia de los medios de comunicación y su efecto en el reconocimiento de los emprendimientos en la región, lo cual favorece al crecimiento del área, generando un panorama optimista dentro de la misma región con respecto a la demás y al promedio nacional.

Tabla 1: Actitudes y percepciones emprendedoras en las regiones pertenecientes al consorcio GEM Chile durante el 2018 por fase de desarrollo económico.


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2018.

A su vez, se destaca un aumento en el reconocimiento al emprendimiento como carrera deseable (76,86%), en comparación a la media nacional (76,13%), aun cuando la diferencia no resulta ser significativa es algo a destacar ya que el emprendimiento está siendo visto como una opción relevante dentro de las opciones de trabajo disponibles. Por otro lado, la percepción de oportunidades (56,73%) y la percepción de

capacidades (60,51%) son menores a las cifras nacionales (61,78%) y (62,52%) respectivamente. En general, este año la Región de Valparaíso presenta un panorama alentador en términos de miedo al fracaso y emprendimiento como carrera deseable, lo cual demuestra que el emprendimiento es una opción viable y que se está tomando como una opción factible a la hora de elegir un camino laboral.

2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

Como fue mencionado en la introducción, el GEM conceptualiza la actividad emprendedora como un proceso continuo que incluye a (1) los nuevos emprendedores que participan en la creación de un negocio, (2) los emprendedores dueños de nuevos negocios y (3) a quienes poseen un negocio ya establecido. Además, el GEM evalúa el ritmo y la naturaleza de la discontinuación de negocios. Como resultado, se dispone de los indicadores en las diferentes fases del proceso emprendedor. La **Tabla 2** resume los porcentajes de actividad emprendedora en cada fase del proceso emprendedor para cada una de las regiones participantes en el GEM Chile 2018.

Uno de los indicadores más “tradicionales” que aporta el GEM es el de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés. El TEA es la proporción de personas entre los 18 y 64 años que actualmente se encuentra involucrada en un emprendimiento en calidad de emprendedor(a) naciente o como propietario(a) o gerente(a) o propietario de un nuevo negocio. A nivel general se observa que el patrón común en relación a la actividad emprendedora es que los países en las regiones más desarrolladas presentan menores indicadores. Esta situación, que se repite con las motivaciones para emprender, se explicaría dado que a medida que un país se desarrolla tiende a disminuir el porcentaje de personas que emprenden motivadas por necesidad, por lo que los países basados en la innovación tienden a presentar tasas más bajas de emprendimientos basados por necesidad. Cabe mencionar que, en relación a los motivadores que impulsan un emprendimiento, existen variaciones en los porcentajes del nivel de desarrollo y ubicación geográfica, ya que cada país tiene un conjunto único de condiciones políticas, económicas y sociales que repercuten en la actividad emprendedora.

La Región de Valparaíso se encuentra bajo la media en relación con el índice de actividad emprendedora naciente (14,59%) en comparación con el porcentaje nacional (15,97%) pero sigue siendo un crecimiento con respecto a la misma

variable en la región, pero del año anterior (14,45%). De la misma manera, el TEA (Fase Inicial de Actividad Emprendedora) la V Región presenta un 23,61% lo que es menor al indicador nacional (25,06%). Mientras que la tasa de negocios, gerentes y propietarios establecidos (8,99%) es mayor al valor nacional (8,54%) lo que indica que la actividad establecida ha tomado un rumbo imponente en la región.

Con respecto a la razón de porque se realiza algún tipo de actividad emprendedora los indicadores arrojan que la actividad emprendedora por oportunidad de independencia (31,13%) es mayor a la actividad emprendedora por oportunidad para incrementar ingreso (28,72%) y a su vez mayor a la comparación con el índice nacional (26,63%) porcentajes que son relativos al TEA.

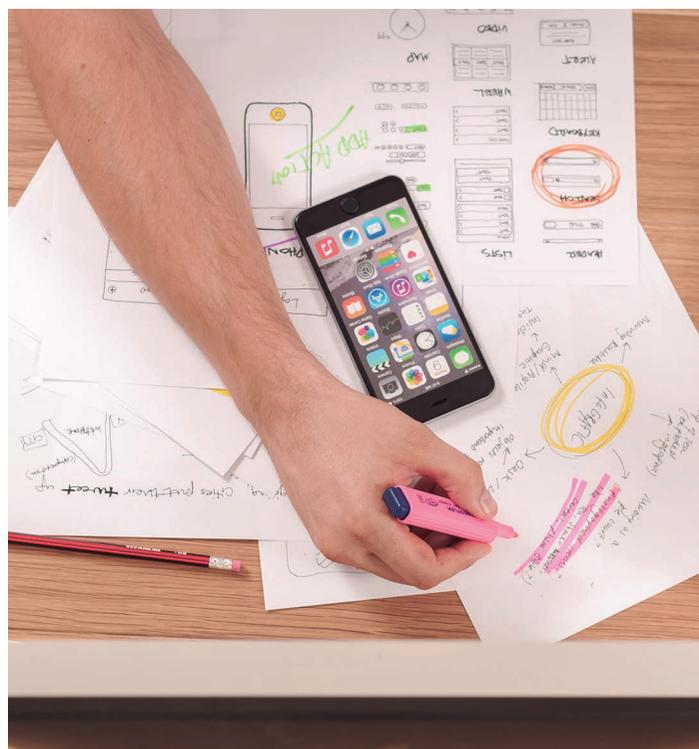


Tabla 2: Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2018 según fase de desarrollo económico.

	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación	Actividad emprendedora por oportunidad para incrementar ingreso (% de TEA)	Actividad emprendedora por oportunidad de independencia (% de TEA)	Actividad emprendedora por motivos mixtos (% de TEA)	Actividad emprendedora por necesidad (% de TEA)
I - Tarapacá	20,23%	9,67%	28,64%	8,80%	4,13%	36,17%	15,52%	9,27%	39,04%
II - Antofagasta	17,10%	6,79%	22,85%	7,55%	6,16%	35,17%	29,62%	9,43%	25,77%
III - Atacama	19,09%	11,54%	29,41%	8,96%	5,86%	39,94%	21,37%	8,63%	30,06%
IV - Coquimbo	17,49%	11,26%	27,94%	8,95%	6,22%	35,92%	29,64%	8,07%	26,37%
V - Valparaíso	14,59%	9,62%	23,61%	8,99%	6,10%	28,72%	31,13%	14,01%	26,15%
VI - Lib. Bdo. O'Higgins	10,20%	9,96%	19,47%	5,54%	4,20%	34,50%	16,74%	13,21%	35,54%
VII - Maule	16,73%	10,04%	25,86%	11,95%	4,49%	23,08%	20,68%	13,06%	43,18%
VIII - Biobío	14,36%	7,01%	20,77%	8,57%	4,61%	29,20%	19,57%	9,32%	41,91%
IX - Araucanía	17,27%	7,40%	24,33%	10,62%	5,71%	37,31%	18,78%	4,21%	39,71%
X - Los Lagos	18,03%	8,52%	25,32%	12,54%	6,50%	38,92%	20,47%	10,74%	29,87%
XI - Aysén	19,75%	14,21%	32,78%	11,71%	5,92%	41,70%	24,61%	7,45%	26,23%
XII - Magallanes	14,76%	7,93%	22,68%	9,64%	3,74%	51,62%	27,60%	5,24%	15,54%
XIII - Metropolitana	16,29%	11,89%	26,78%	7,39%	5,45%	36,75%	30,83%	10,18%	22,24%
XIV - De Los Ríos	15,00%	9,34%	22,35%	10,80%	3,77%	32,38%	22,01%	12,50%	33,11%
XV - Arica y Parinacota	21,04%	9,22%	29,42%	9,81%	4,89%	30,94%	26,88%	13,51%	28,67%
Chile	15,97%	10,13%	25,06%	8,54%	5,34%	34,42%	26,63%	10,35%	28,61%

Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2018.

Asimismo, la **Tabla 2** también muestra que en la Región de Valparaíso la tasa de discontinuación de un emprendimiento es de un 6,10% lo que resulta mayor a la cifra nacional (5,34%) lo que quiere decir que esa proporción de la población tuvo un emprendimiento activo pero que por alguna razón tuvo que discontinuarlo.

Para analizar esta dinámica, se les pregunta a los encuestados que han discontinuado algún emprendimiento, la razón principal que los motivó a hacerlo. Cabe mencionar, que el cierre

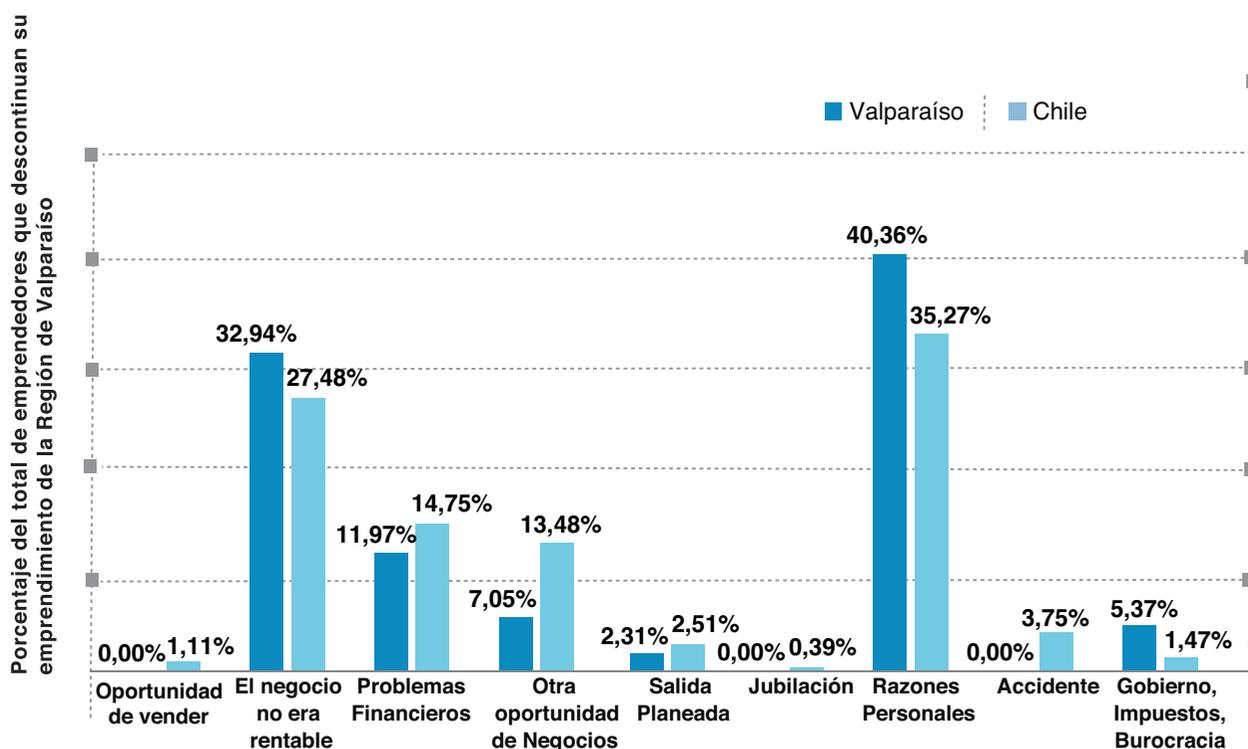
o culminación de una actividad emprendedora debe verse como parte del “proceso natural” en la dinámica de los negocios. En algunos países esta dinámica equivale a una “rápida regeneración” de la actividad emprendedora. Es importante enfatizar que no todos los negocios que no sobreviven deben ser considerados como fracasos. Un estudio de Headd (2003), dio cuenta que los propietarios de aproximadamente un tercio de los negocios que cerraron dijeron que sus empresas eran exitosas al momento de cerrar.

En este sentido, para muchos emprendedores que salen de un negocio, éste no es el fin de sus carreras emprendedoras, sino un nuevo comienzo. “El reciclamiento de emprendedores” (Mason y Harrison, 2006) se manifiesta principalmente de dos formas. En primer lugar, los emprendedores que se salieron pueden volver a entrar y en segundo lugar, los emprendedores que se han salido es más probable que inviertan en los negocios de otras personas que el resto de la población.

Para el caso de la Región de Valparaíso, la **Figura 4** muestra que la principal razón para discontinuar un negocio son razones personales (40,36%), mientras que a nivel nacional el comportamiento es el mismo (35,27%), a estas le siguen que el

negocio no era rentable (32,94%) y problemas financieros (11,97%). Se debe mencionar que el año 2017 el ordenamiento de las razones para discontinuar un negocio en la Región de Valparaíso no fue el mismo, ya que predominaba que el negocio no era rentable (53,51%), seguido de razones personales (17,47%) y problemas financieros (12,22%). Esto último permite ver que la rentabilidad del negocio deja de ser la principal razón detrás de la discontinuación de un negocio en la región, pasando a ser razones personales y por otro lado, se puede destacar que la cuarta razón es otra oportunidad de negocios (7,05%) la cual aumento con respecto al año 2017 (5,60%) lo que resulta ser positivo para mantener nuevos emprendimientos en circulación.

Figura 4: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en la Región de Valparaíso.

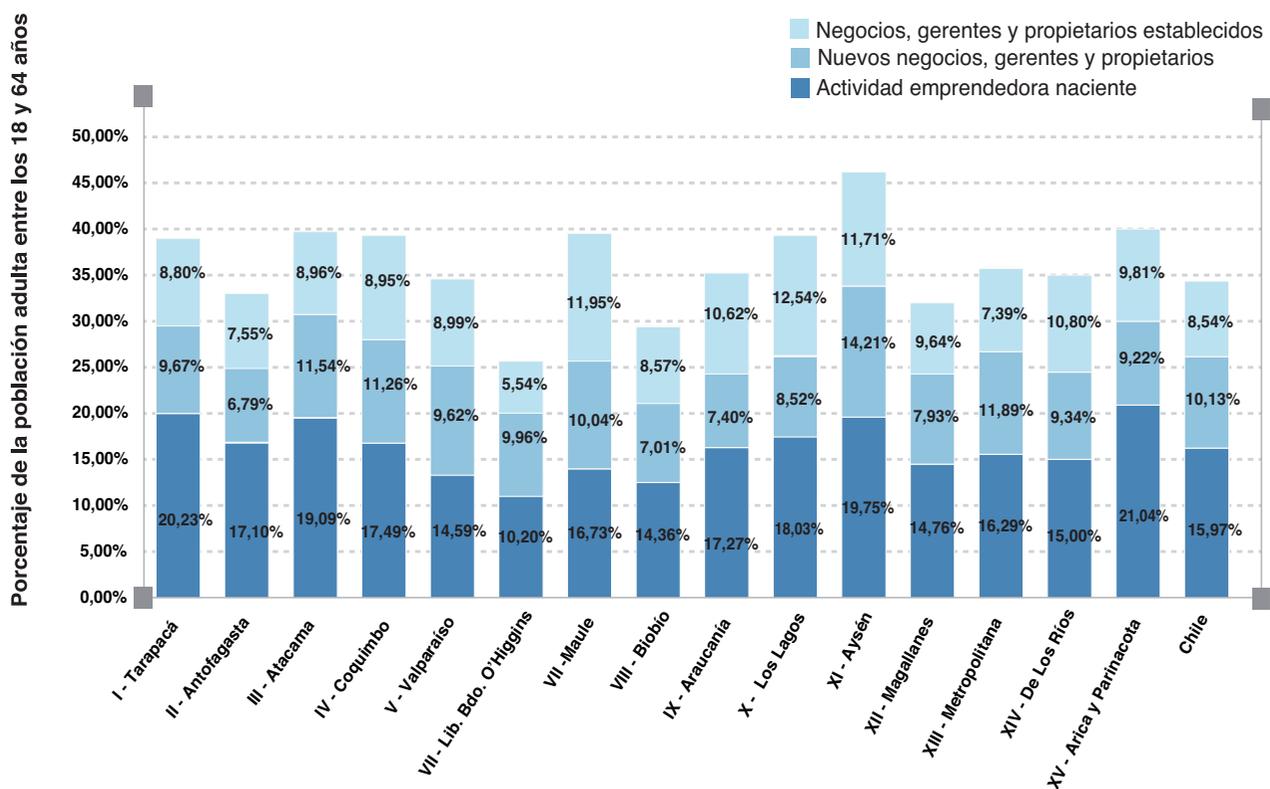


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2018.

Las diferentes distribuciones de los porcentajes emprendedores por cada etapa del negocio mostradas en la **Tabla 2** puede deberse a diferencias en las características institucionales, aspectos demográficos, cultura empresarial y grado de bienestar económico de cada región. Es importante considerar que en nuestro país cada región presenta una realidad diferente y particular, debido a la misma geografía del país principalmente. La **Figura 5** evidencia de forma

más clara estas diferencias en las distribuciones, ya que muestra gráficamente el porcentaje de la población que está involucrada en diferentes categorías de emprendimiento, donde la Región de Valparaíso destaca en nuevos gerentes, negocios y propietarios. Además, se puede apreciar un comportamiento similar entre regiones por zona del país, lo que responde a lo planteado con anterioridad.

Figura 5: Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora por región en Chile.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2018.

MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS



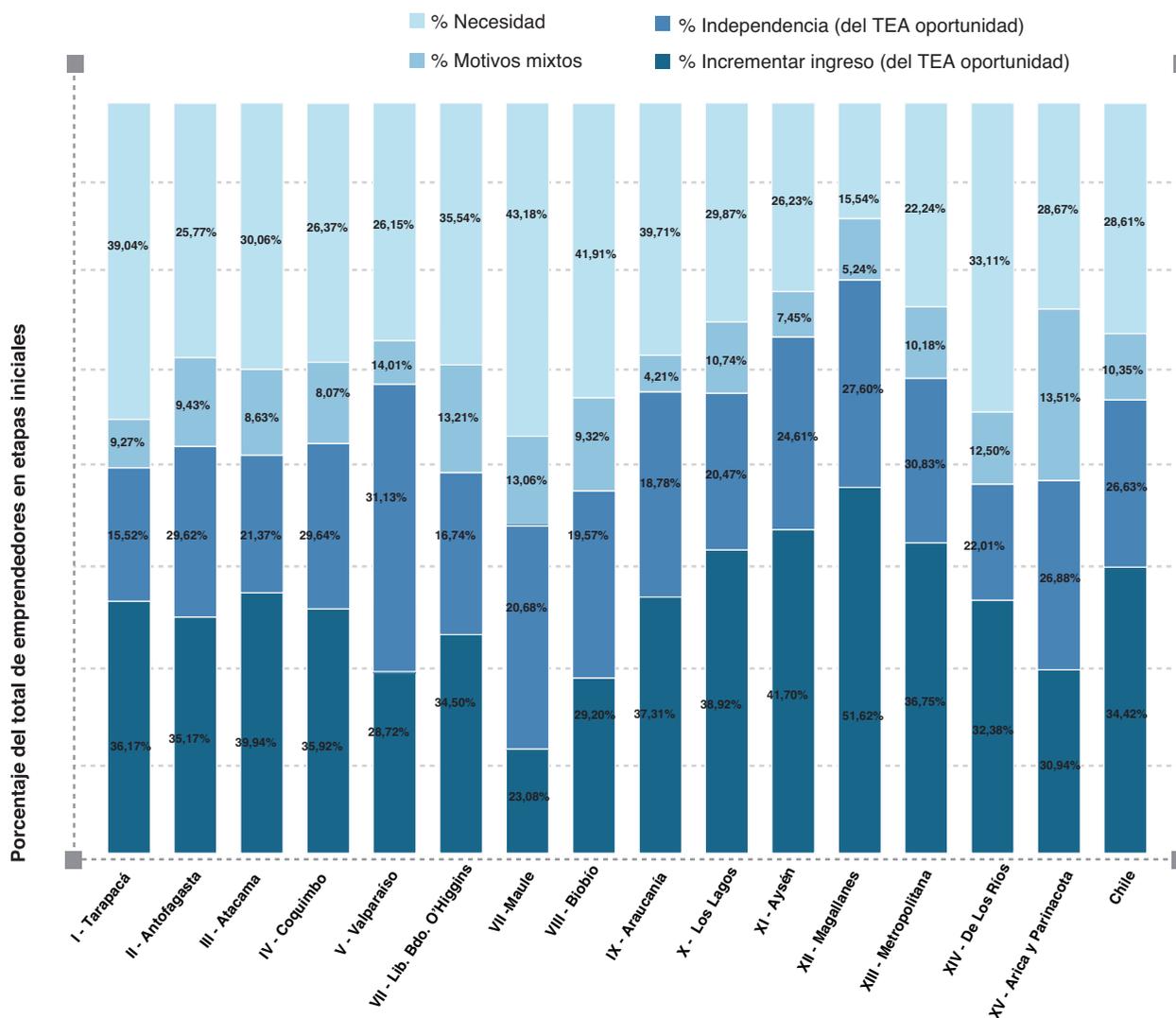
Un aspecto muy importante de la actividad emprendedora se relaciona con las motivaciones que tienen las personas para ingresar al mundo de los negocios.

Como ya se había mencionado previamente, un aspecto muy importante de la actividad emprendedora se relaciona con las motivaciones que tienen las personas para ingresar al mundo de los negocios. Muchas personas son atraídas por la actividad emprendedora porque identificaron una oportunidad. Otros son “empujados” a emprender porque no tienen o no existe otra opción para ellos en el mercado laboral. Como se mostró en la **Tabla 2** el GEM identifica que las personas que son atraídas a emprender por oportunidad, son impulsados por dos motivos: emprender porque quieren incrementar sus ingresos en comparación a los que obtendrían, por ejemplo, siendo empleados y en segundo lugar, una mayor independencia. Esta es una medida “refinada” de la cual se han extraído los motivos mixtos y aquellas personas que si bien manifestaron tener una oportunidad, sólo querían “mantener sus ingresos”. Se considera que el

hecho de “mantener el ingreso” no es una legítima manifestación de emprendimiento por oportunidad, por lo que para este tipo de actividades aunque el individuo haya dicho “seguir una oportunidad de negocio” no son consideradas dentro del indicador oportunidad.

La **Figura 6** muestra el balance de los motivadores para emprender en etapas iniciales. Como se observa, en la Región de Valparaíso existe un porcentaje importante de emprendedores que se encuentran motivados por oportunidad, con el objetivo de incrementar sus ingresos o lograr independencia económica, donde este último prevalece por sobre el primero. Este hecho es interesante ya que se espera que estos sean el tipo de emprendimiento que generen un mayor impacto en la actividad económica regional.

Figura 6: Composición de la actividad emprendedora según motivación en etapas iniciales.

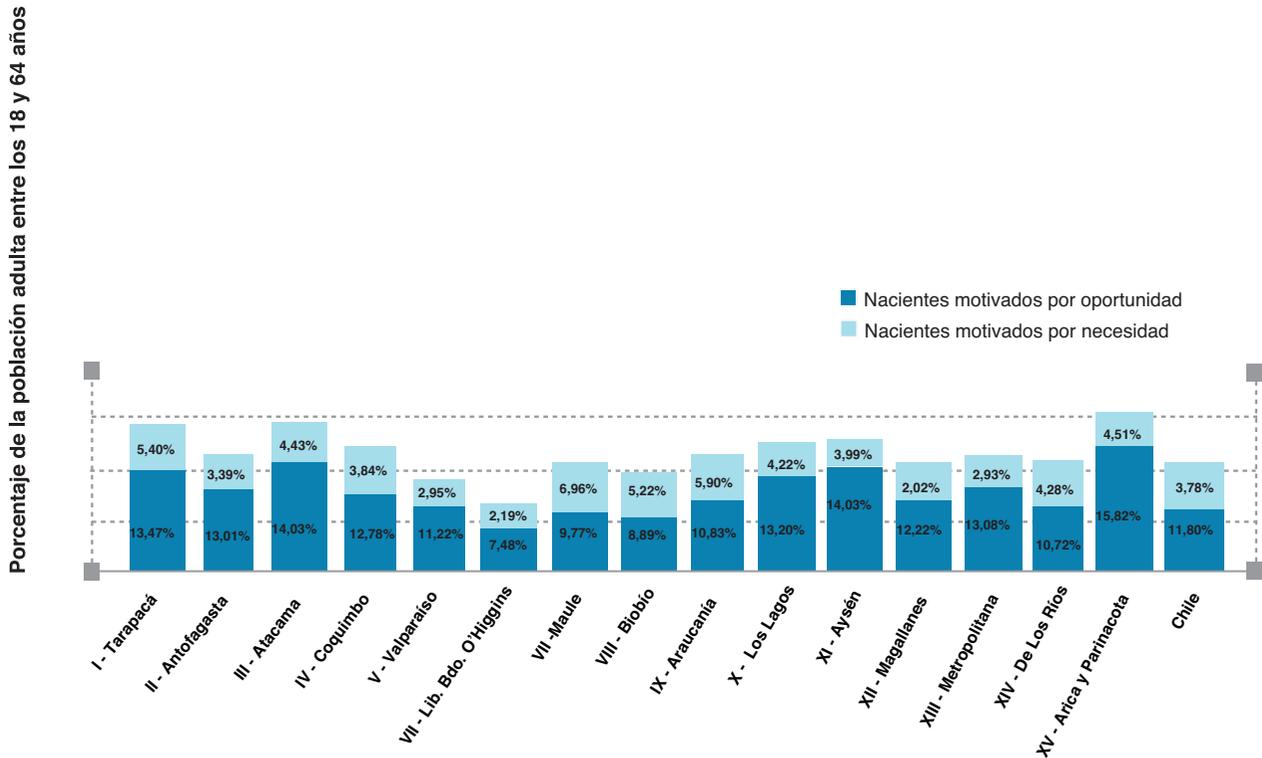


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2018.

Un análisis más específico de la Región de Valparaíso da cuenta de una disminución en el emprendimiento por oportunidad llegando a 59,85% este año versus un 64,62% en la medición anterior, pero existe un aumento en el porcentaje relativo de la independencia (31,13%) en contraste con el año 2017 (29,38%), por lo que la disminución en el emprendimiento por oportunidad responde a la disminución relativa de incrementar ingreso. Una forma de analizar las motivaciones

para emprender consiste en analizar a los emprendedores nacientes y ver si ellos están motivados por necesidad o por la búsqueda real de una oportunidad. Históricamente, los resultados del GEM indican que las personas emprenden mayoritariamente por oportunidad. La Figura 7 muestra los porcentajes de cada categoría del total de emprendedores nacientes en las regiones de Chile participantes de la medición 2018.

Figura 7: Emprendedores nacientes por motivación para emprender.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2018.

Como se evidencia en la **Figura 7**, los valores obtenidos de la Región de Valparaíso son relativamente inferiores a los porcentajes nacionales, en el caso de los emprendedores nacientes motivados por oportunidad en la región se tiene un porcentaje del 11,22% versus un 11,80% del índice nacional, de la misma forma, los emprendedores nacientes motivados por necesidad se tienen un 2,95% contra un 3,78% del contexto nacional. Si se comparan estos indicadores con respecto al año anterior se puede ver un alza en aquellos nacientes motivados por oportunidad (11,22%) en

comparación con su rezago (9,92%), mientras que los nacientes motivados por necesidad experimentaron una baja de un 4,37% a un 2,95%. De esta forma, los porcentajes totales se mantienen prácticamente en el mismo nivel.

El reto propuesto en los ciclos anteriores del GEM continúa y se sigue orientando a tener indicadores más cercanos a los de las economías más desarrolladas, esto porque mayores oportunidades para hacer negocios y menores grados de emprendimiento por necesidad dependerán de que se cumplan mejores condiciones en todo el “ecosistema emprendedor”.

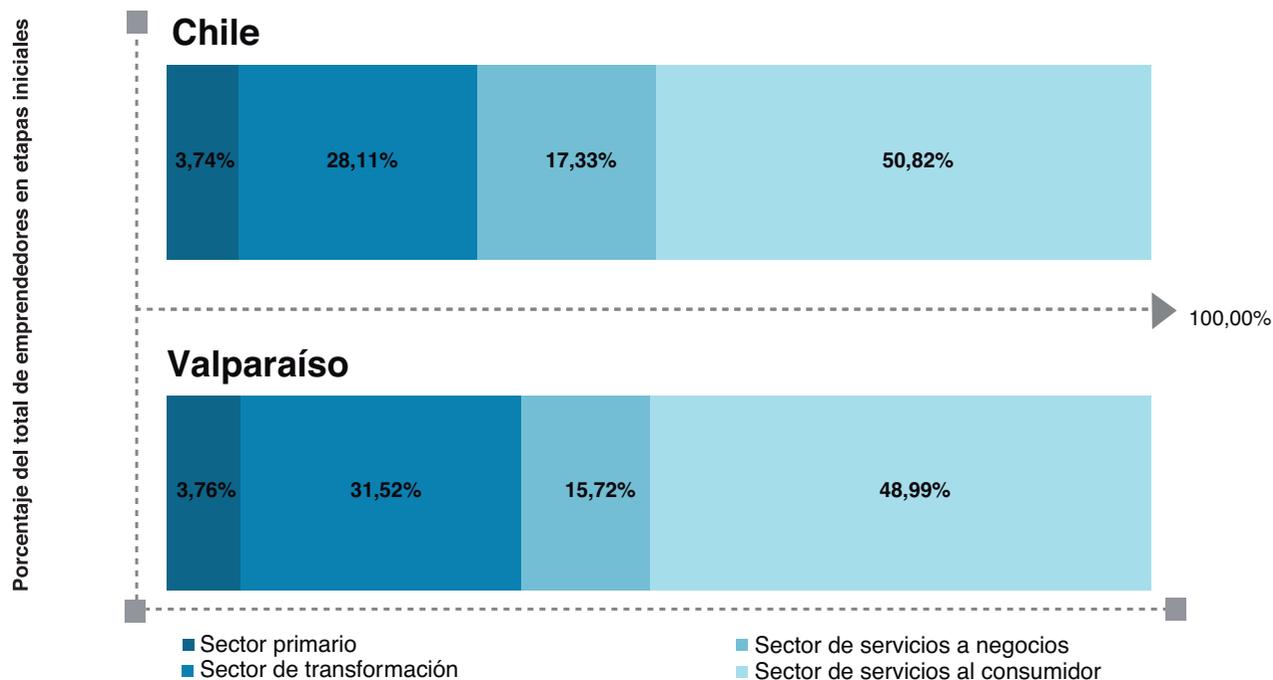
DISTRIBUCIÓN POR SECTORES

Las Figuras 8 y 9 muestran la distribución de los emprendimientos por sector económico tanto a nivel de la Región de Valparaíso como a nivel nacional, diferenciando dicha actividad en tanto es actividad emprendedora inicial o establecida.

Las cifras demuestran que los emprendedores en etapas iniciales generan actividades orientadas principalmente a consumidores finales, seguido por quienes se orientan al sector de transformación, servicios empresariales y sector primario. Esta misma distribución se observa en los emprendedores establecidos, tanto a nivel regional como nacional. Lo anterior indica la importancia que tienen los consumidores finales quienes ocupan el último lugar de la cadena de producción y distribución, y cuyas demandas de productos y servicios motivan a la mayoría de las iniciativas emprendedoras.

En efecto y de acuerdo con la Figura 8, para el caso de emprendimientos en etapas iniciales un 48,99% en 2018 manifiesta estar orientado al consumidor final, frente a 50,93% mostrado en 2017, cifra cercana a la mostrada por todos los Reportes de la Región de Valparaíso desde el 2007. Por lo tanto, es tendencia encontrar actividad emprendedora en etapas iniciales relacionadas con servicios al consumidor, lo que refleja a su vez el nivel de desarrollo a nivel país, ya que en países desarrollados la actividad emprendedora se centra en el sector de transformación o sector primario.

Figura 8: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico.

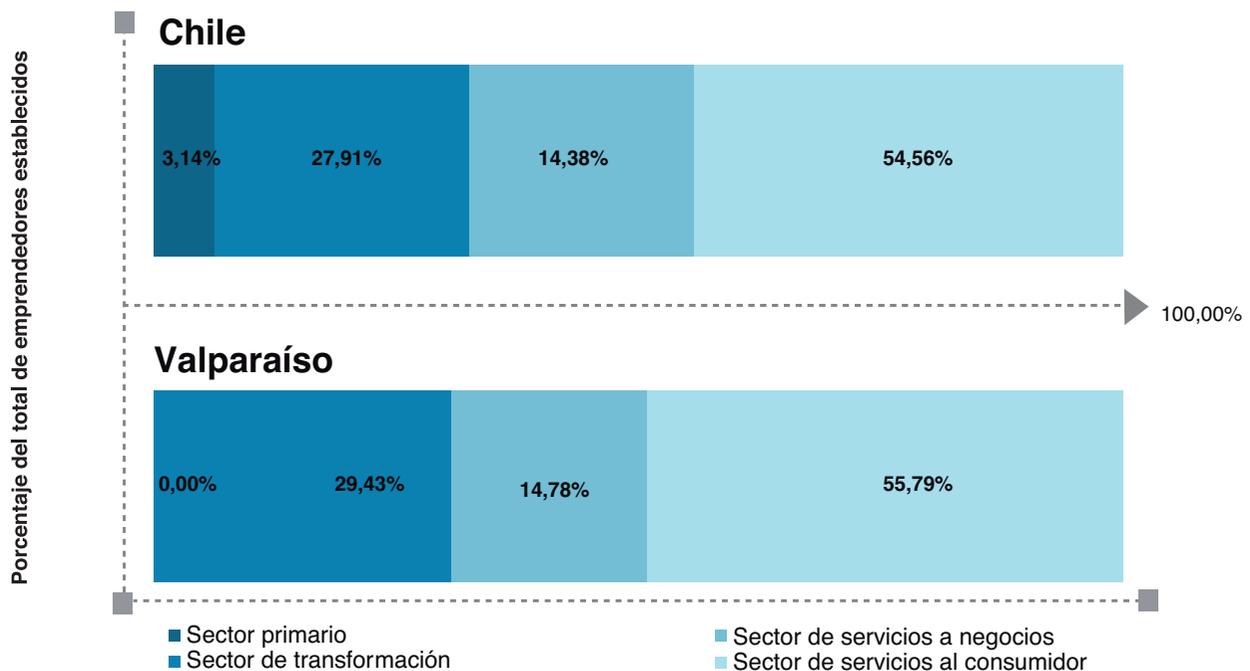


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2018.

De igual forma, como se muestra la **Figura 9**, la actividad emprendedora establecida se concentra en el sector de servicios al consumidor alcanzando un porcentaje del 55,79% en el caso de la Región de Valparaíso y un 54,56% a nivel nacional, valores que sufrieron un alza considerable en comparación con los mismos indicadores del año 2017 que resultaron ser 39,16% y 44,18% respectivamente.

Pero este considerable aumento viene de la mano con la disminución de los porcentajes asociados al sector de servicios a negocios, lo que conlleva a concentrar la actividad emprendedora establecida en más de un 50% al sector de servicios al consumidor, tanto a nivel regional de Valparaíso como a nivel nacional.

Figura 9: Actividad emprendedora establecida por sector económico.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2018.

EDAD Y SEXO



En nuestro país hay menos mujeres emprendiendo que hombres, y las mujeres por lo general lo hacen a edades más tardías que los hombres.

Una sociedad puede verse beneficiada por los emprendedores de todas las edades. Por un lado, los emprendedores jóvenes son más propensos a tener ideas nuevas y creativas, sin embargo, tienden a ser menos propensos a endeudarse. En el otro extremo, los emprendedores que poseen más experiencia pueden aprovechar sus conocimientos, contactos y capital ahorrado, no obstante, los emprendedores de este grupo son más reacios a incorporar nueva tecnología (Bosma y otros, 2012). Históricamente se ha observado que en nuestro país hay menos mujeres emprendiendo

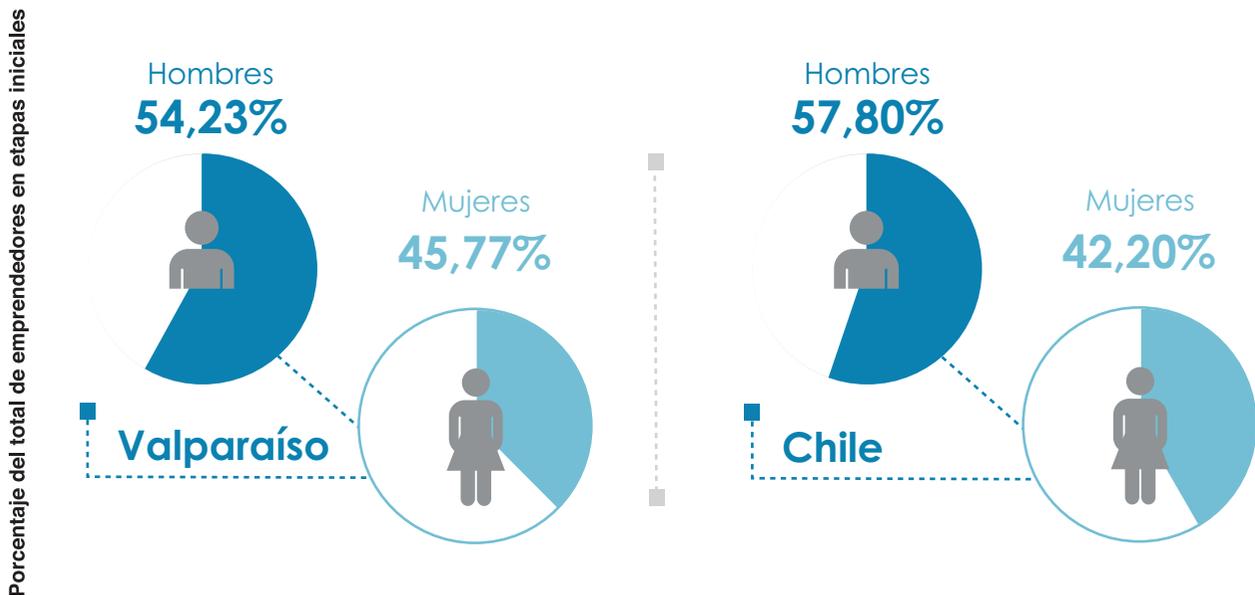
que hombres, y las mujeres por lo general lo hacen a edades más tardías que los hombres.

Como se ha visto a través de los años de realización del GEM, los niveles de actividad emprendedora difieren entre países y regiones, por lo cual es interesante estudiar algunas de las características propias de los emprendedores. Una perspectiva general en el entorno GEM en las regiones de Chile se muestra en la **Figura 10**, donde se puede observar el porcentaje de mujeres por cada hombre involucrado en el total de actividad emprendedora en etapas iniciales.

En las regiones chilenas predomina la proporción de hombres frente a las mujeres. Los indicadores para la Región de Valparaíso respecto al total de los emprendedores en etapas iniciales no difieren de esta tendencia, en efecto, muestran que el 54,23% son hombres frente a 45,77% de mujeres. Sin embargo, esta la diferencia resulta menor en comparación a la medición del año

2017 (59,11% hombres y 40,89% mujeres) lo que refleja el crecimiento del porcentaje de mujeres en actividades emprendedoras en etapas iniciales, efecto que tiene total concordancia con el acontecer de los últimos años, donde el rol de la mujer en el área laboral esta siendo más valorado y siendo cada vez más participe, en este caso, en la actividad emprendedora.

Figura 10: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales.



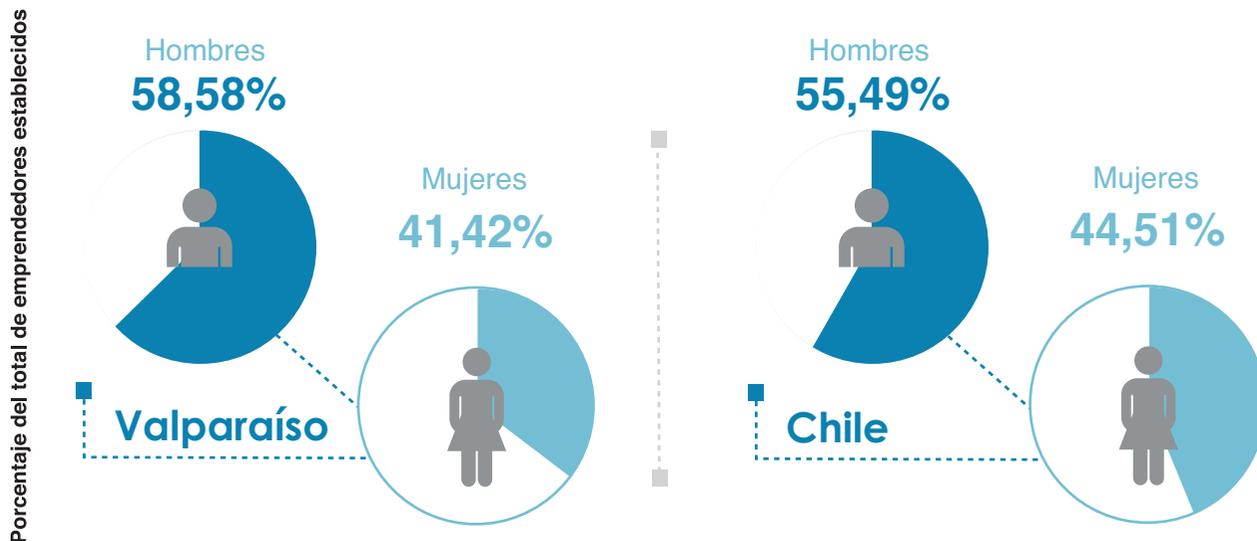
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2018.

Por otra parte, la **Figura 11** muestra el porcentaje de mujeres por cada hombre involucrado en el total de actividad emprendedora establecida. En el ámbito nacional la distribución va de un 55,49% correspondiente a hombres y un 44,51% de mujeres, el comportamiento es similar al mostrado en la Figura 10, donde sigue existiendo una mayor participación de hombres a nivel nacional. En este punto cabe destacar que para la Región de Valparaíso en 2018 se registra un notable crecimiento en el porcentaje de mujeres asociadas al emprendimiento establecido (41,42%)

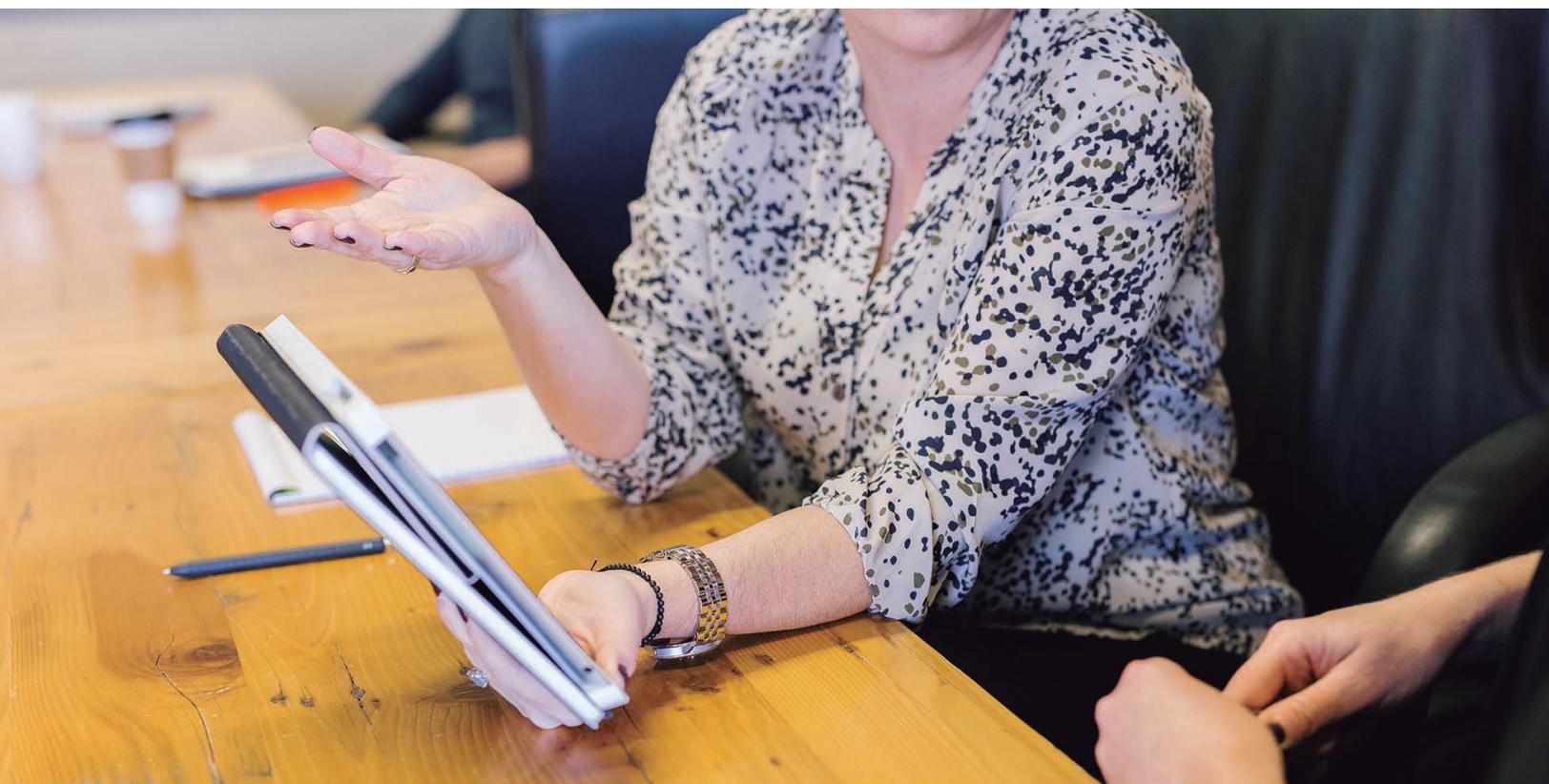
en comparación al mismo índice de la medición anterior (32,61%).

Se puede observar que en la Región de Valparaíso el porcentaje de hombres predomina por sobre el de mujeres en actividad emprendedora establecida, siendo de la misma manera en emprendimiento en etapas iniciales pero en una menor medida, lo que refleja el progreso continuo de la mujer involucrándose en actividades relacionadas con el emprendimiento.

Figura 11: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora establecida.



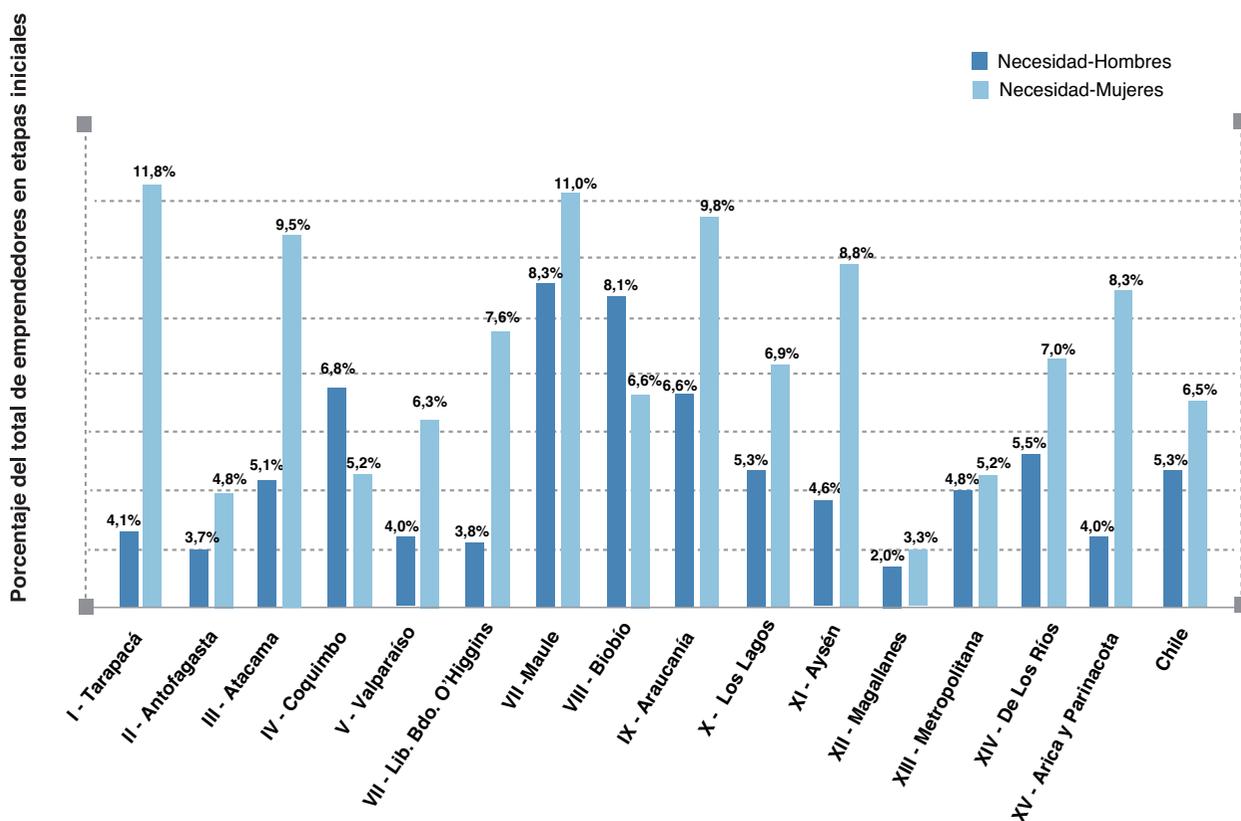
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile, 2018.



Ahora considerando la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por oportunidad, en la Región de Valparaíso hay un mayor número de hombres (21,0%) frente a las mujeres (14,9%) cuya motivación es la oportunidad. Sin embargo, estos indicadores han aumentado en relación con el año 2017 con respecto a las mujeres (11,3%), lo que indica un crecimiento en la cantidad

de mujeres interesadas en el emprendimiento motivadas por oportunidad, mientras que los hombres sufrieron una baja y que su porcentaje del 2017 corresponde a un 23,7%. Con respecto a los porcentajes nacionales (23,2% hombres y 14,1% mujeres) el índice resulta levemente menor para los hombres, pero para las mujeres es mayor lo que refleja un alza considerable.

Figura 12: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por oportunidad.

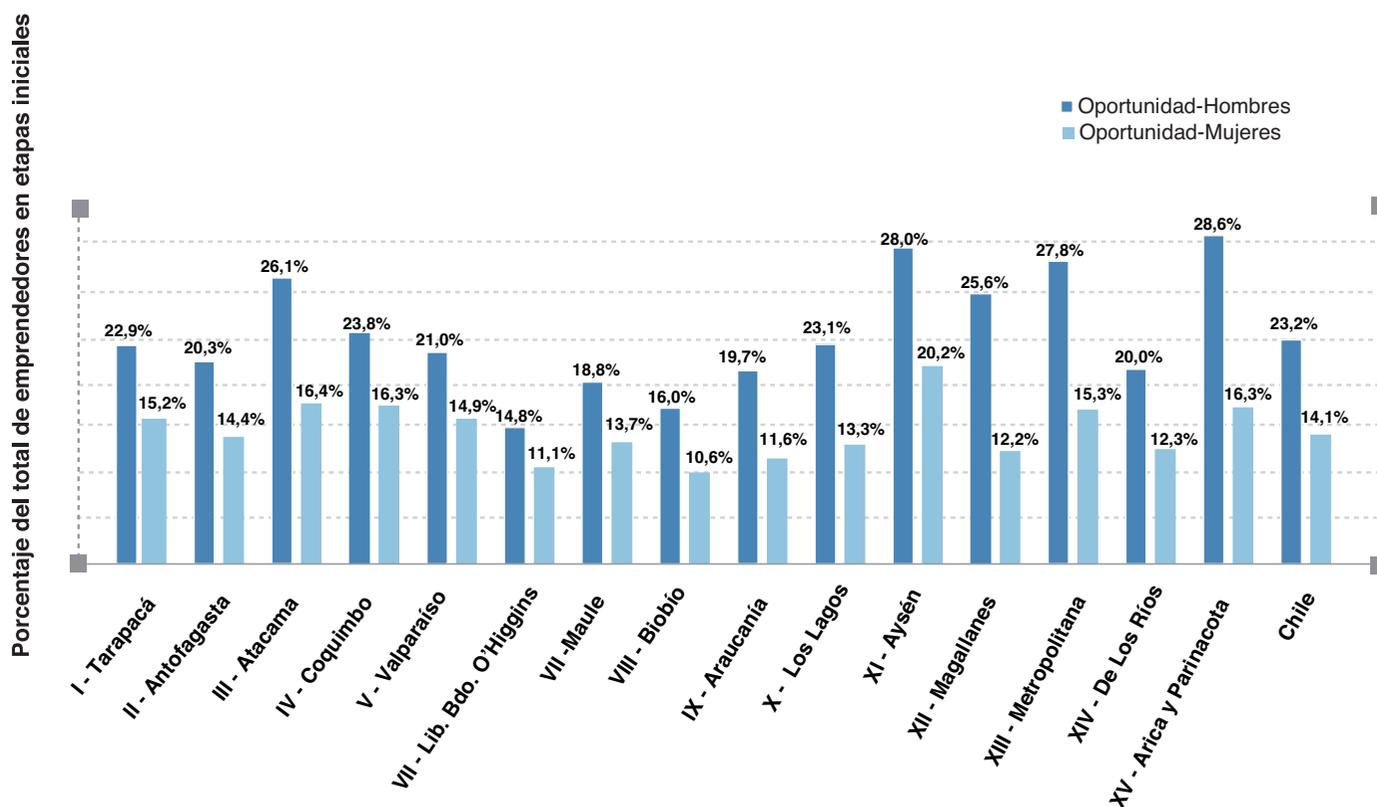


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2018.

Por otro lado, en el emprendimiento en etapas iniciales motivado por necesidad mostrado en la **Figura 13**, se observa que existe un mayor porcentaje de mujeres frente a hombres emprendiendo por necesidad en buena parte del país ya que en trece de las quince regiones existe este comportamiento, así como también en el promedio nacional, totalmente contrario a lo que ocurre en los emprendimientos motivados por oportunidad. En las cifras que corresponden a los hombres, se obtuvo un 4,0% en la Región de Valparaíso mientras que a nivel nacional el índice corresponde a un 5,3%, por lo que el valor se

encuentra bajo el promedio. Además, se compara con el porcentaje obtenido en el 2017 que fue de un 5,5%, se puede apreciar que ha ido disminuyendo lo que resulta alentador, ya que se espera que la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación sea mayor por oportunidad y menor por necesidad. En cuanto a las mujeres, ocurre el mismo comportamiento, en el año 2018 se obtuvo un 6,3% lo que resulta menor a la media nacional (6,5%) y al porcentaje del año 2017 (8,8%), generando el mismo comportamiento explicado con anterioridad.

Figura 13: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación por necesidad.

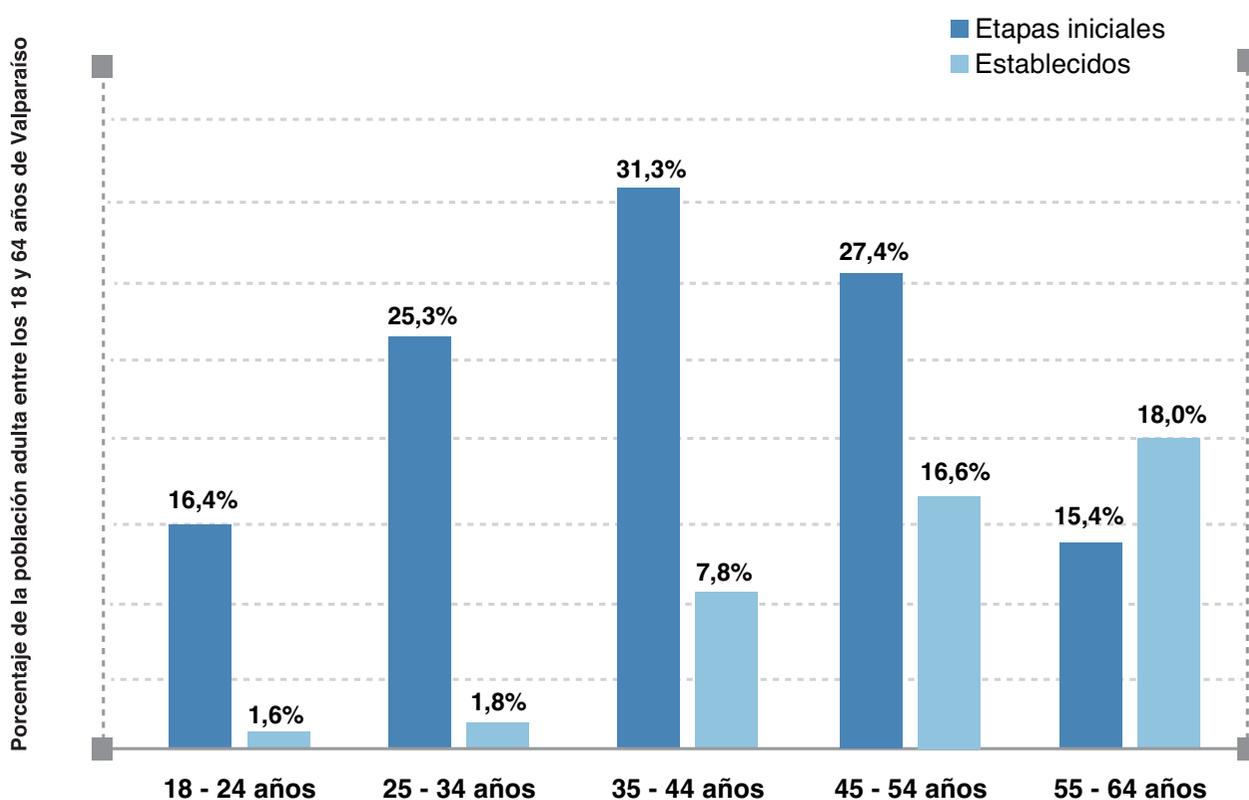


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2018.

La **Figura 14** muestra cinco rangos de edad de las personas involucradas en actividad emprendedora en la Región de Valparaíso, tanto en etapas iniciales como los ya establecidos. Se puede observar una hegemonía de la actividad emprendedora en etapas iniciales en las primeras 4 categorías, es decir, desde los 18 hasta los 54 años predomina un tipo de emprendimiento que recién comienza o lleva un corto periodo de tiempo en funcionamiento. En cambio, en el último rango

existe una discordancia con el patrón expuesto con anterioridad, ya que de los 55 a los 64 años predomina la actividad emprendedora de los establecidos, lo que guarda relación con los años de experiencia que puede llevar un negocio o bien, con alguna particularidad de los dueños del emprendimiento. En suma, el emprendimiento en etapa iniciales presenta un menor rango etario que el emprendimiento en etapa establecida.

Figura 14: Actividad emprendedora total por edades para la Región de Valparaíso.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. Chile. 2018.

De la mano con lo anterior, la cantidad de personas que se concentra en etapas iniciales de actividad emprendedora supera los 35 años y con respecto a los establecidos la diferencia es mayor, ya que el mayor porcentaje se concentra desde los 45 o más años. Esto sigue la tendencia de datos analizados de años anteriores, lo que resulta en que las actividades emprendedoras se inician en una edad relativamente tardía en lo que respecta en la Región de Valparaíso y que esto se ha sostenido a lo largo del tiempo.

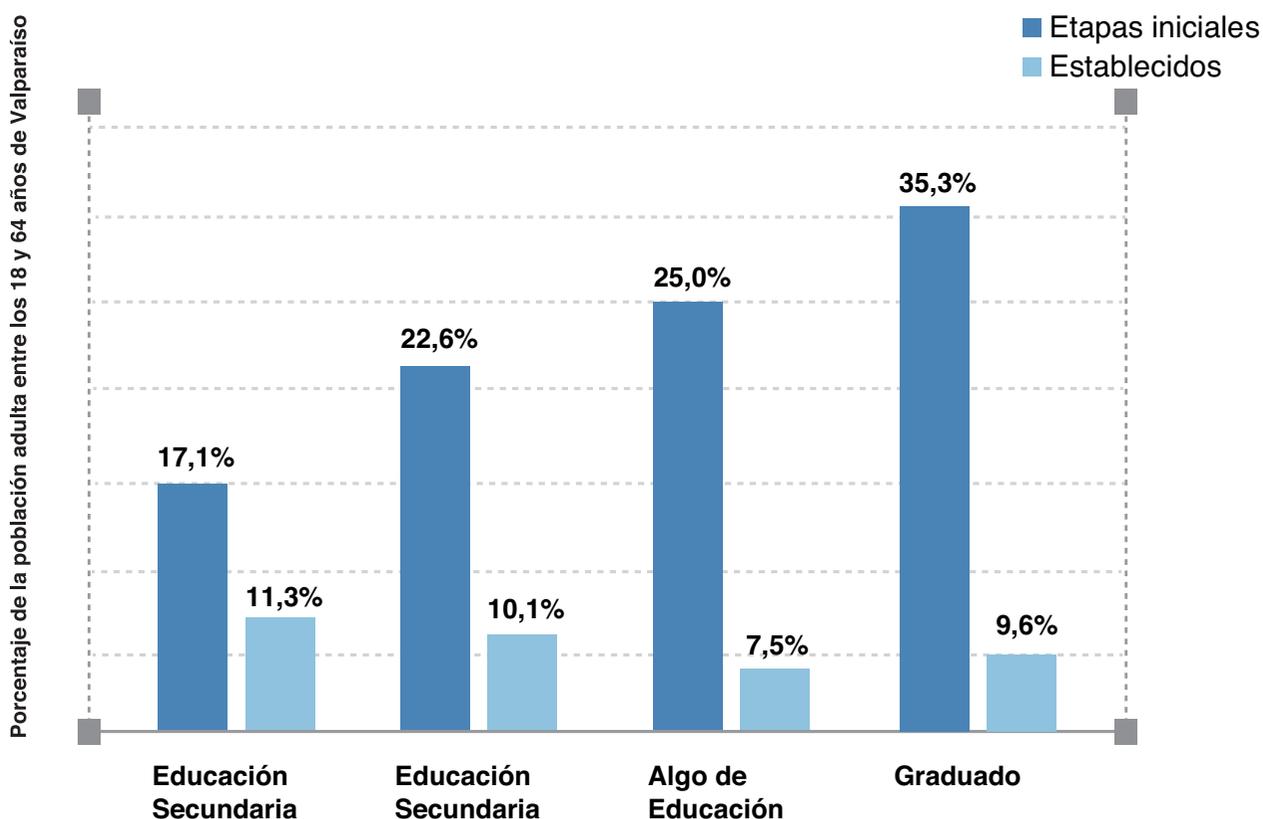
NIVEL EDUCACIONAL

El GEM estandariza los indicadores de nivel educativo con la finalidad de poder hacerlos comparables. Utiliza cuatro categorías que incluyen estudios de educación secundaria incompleta, educación secundaria completa, alguna educación superior (incluye educación técnica completa y universitaria incompleta) y grado académico (incluye educación universitaria completa y postgrados). La **Figura 15** muestra las estimaciones de porcentajes de población adulta de la región involucrada en alguna actividad emprendedora por nivel educativo.

En primer lugar, en las etapas iniciales destacan las personas que tienen calidad de graduado (35,3%) y algo de educación superior (25,0%), lo que demuestra el interés por parte de las personas que lograron recibir conocimientos más específicos de realizar algún tipo de emprendimiento.

Mientras que en los establecidos el comportamiento cambia, ya que las personas con educación secundaria incompleta (11,3%) y educación secundaria completa (10,1%) poseen un mayor porcentaje que aquellos que poseen un grado de educación superior o más.

Figura 15: Nivel educacional en los emprendedores de la Región de Valparaíso.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. Chile. 2018.

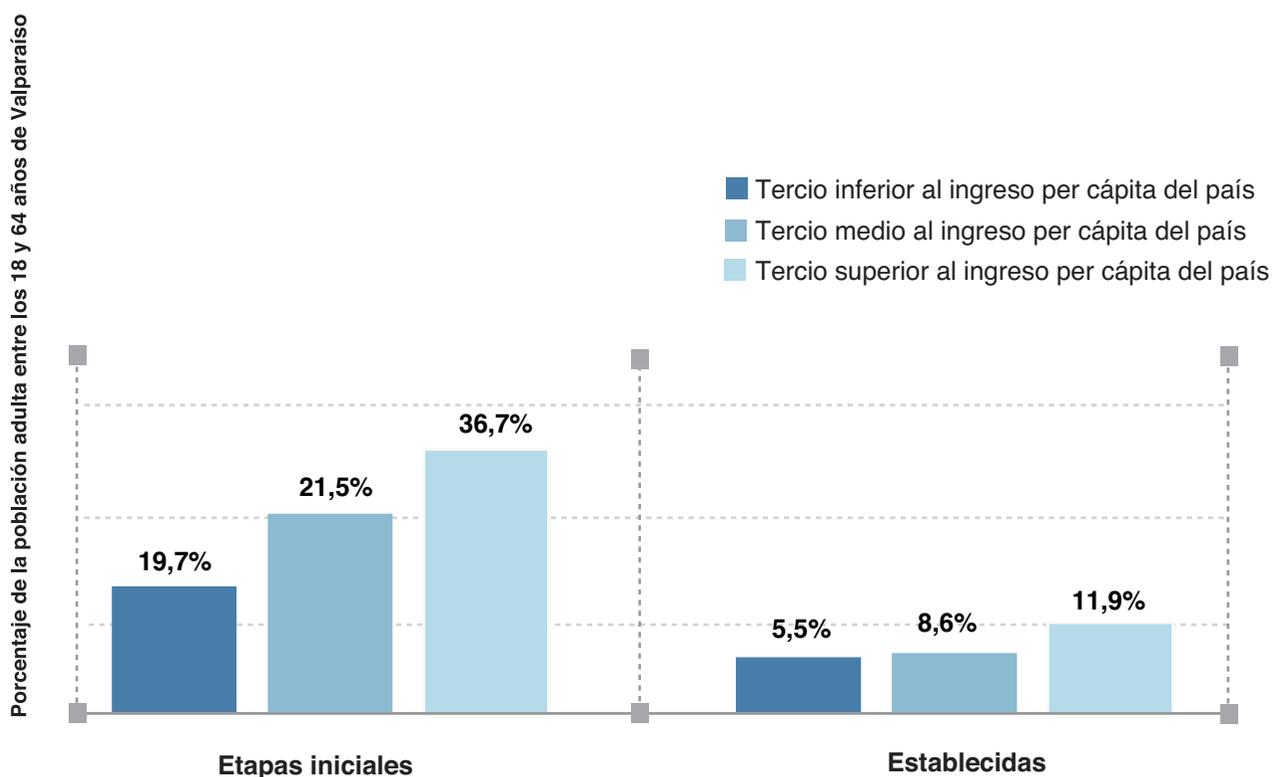
En términos generales, el nivel de educación resulta fundamental para lograr mantener un emprendimiento y tiene una relación directa con las motivaciones que se puedan dar al respecto, ya que en países en vías de desarrollo se genera motivación por necesidad más que por oportunidad en los menores niveles educativos. Por otro lado, en la Región de Valparaíso predomina el nivel de educación en actividades emprendedoras en etapas iniciales, lo que se vincula con la motivación por oportunidad dado un cierto grado de conocimiento más específico en algún área o mercado.

NIVEL DE INGRESOS

Un indicador relevante es situar a los emprendedores en los diferentes niveles de renta. Con el fin de estandarizar la información y hacerla comparativa a nivel internacional, el GEM divide el ingreso de las personas en tres niveles o tercios según el ingreso per cápita del país. Esto permite

situar a los emprendedores por arriba o por debajo de la media del ingreso nacional. La **Figura 16** muestra estos porcentajes como proporción de la población adulta para la Región de Valparaíso, al respecto, la mayoría de los emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidos se sitúan por sobre la media del ingreso per cápita del país.

Figura 16: Nivel de ingresos y actividad emprendedora.

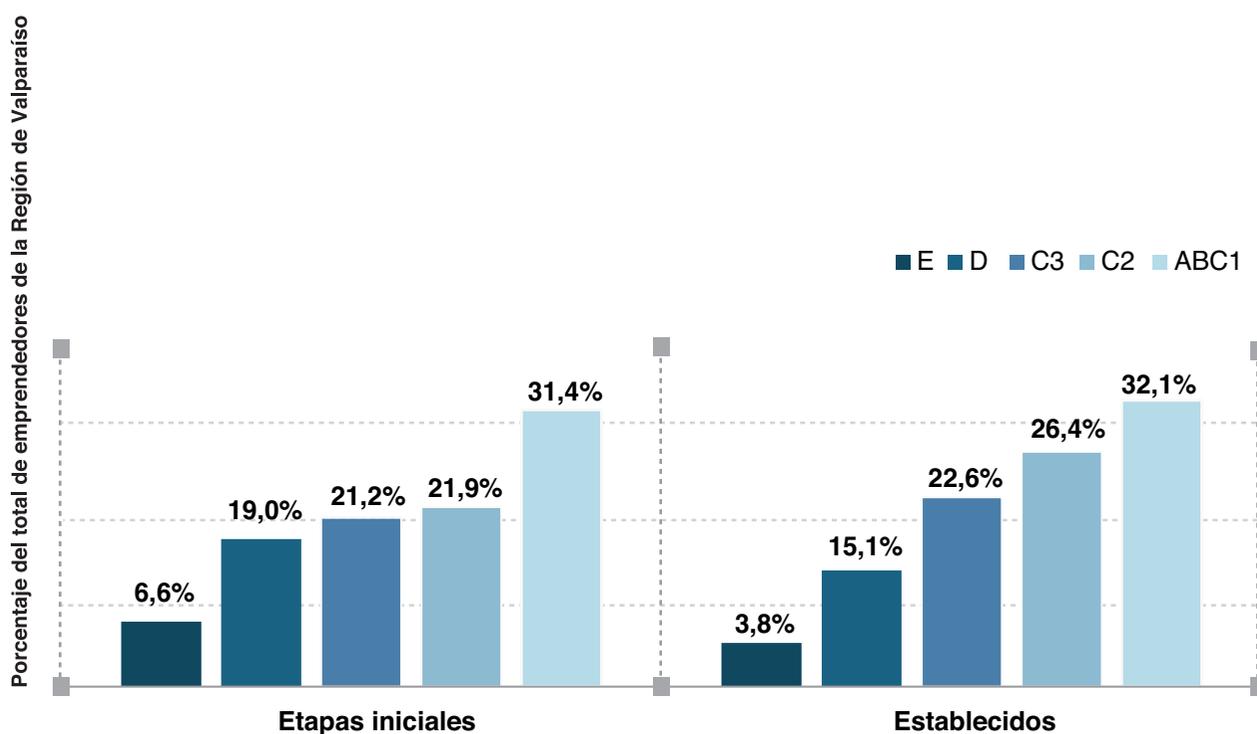


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso. Chile. 2018.

Utilizando los criterios nacionales que determinan el nivel socioeconómico, la **Figura 17** muestra los porcentajes de emprendedores en cada una de las cinco categorías. De manera similar a la Figura 16, la actividad emprendedora en etapas iniciales se concentra en los niveles socioeconómicos C2 (21,9%) y ABC1 (31,4%), lo cual difiere de lo resultado en el año 2017 donde la concentración

radicaba en los niveles C3 (26,5%) y C2 (25,9%), lo cual da cuenta de que estas actividades están percibiendo un ligero aumento en sus niveles de ingreso. Asimismo, la actividad emprendedora establecida registra sus más altos porcentajes en los niveles C2 (26,4%) y ABC1 (32,1%), donde en el año anterior lo hacían en los niveles D (24,5%) y C2 (30,2%).

Figura 17: Actividad emprendedora según ingreso familiar.



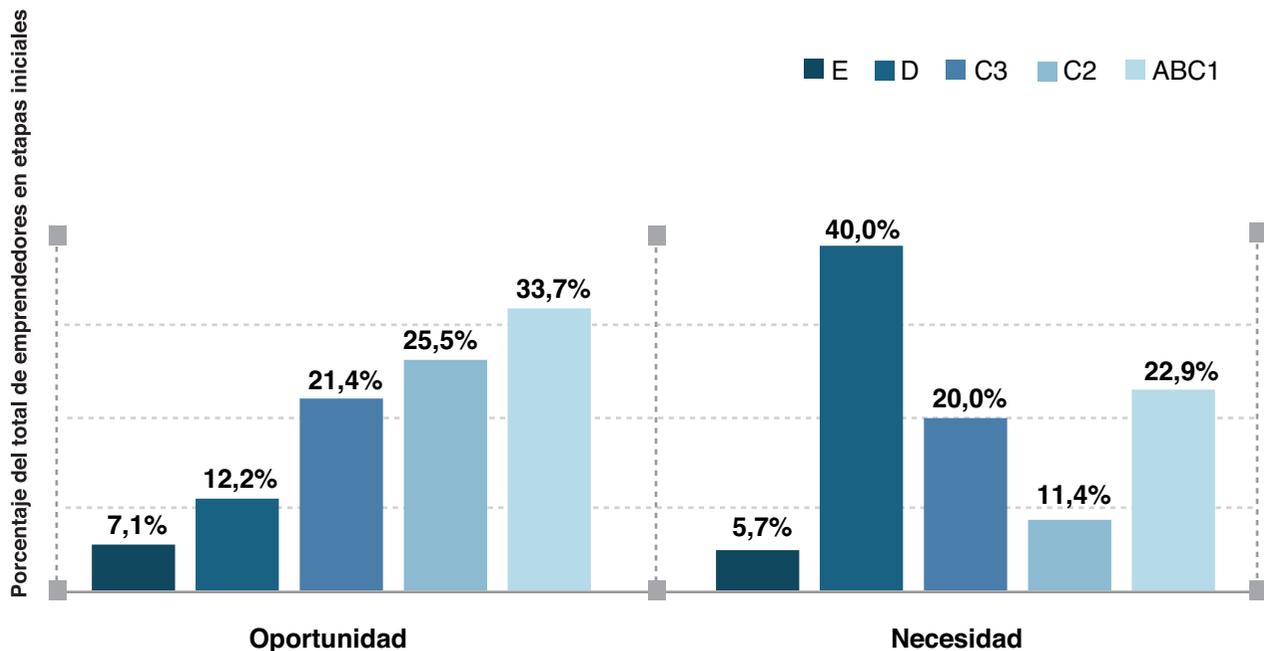
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso Chile. 2018.

²Los niveles corresponden a la siguiente distribución del ingreso: E \$1 – 230.000; D \$230.001 – 400.000; C3 \$400.001 – 680.000; C2 \$680.001 – 1.200.000; ABC1 más de \$ 1.200.001

Finalmente, se debe aclarar que la actividad emprendedora en etapas iniciales se puede desagregar según el tipo de motivación para emprender, oportunidad o necesidad, para luego clasificarlos en un nivel socioeconómico predeterminado. En este caso, se observa una mayor proporción de emprendimientos motivados por

oportunidad en los niveles socioeconómicos más altos, en este caso, en los niveles socioeconómicos ABC1 (33,7%) y C2 (25,5%). Mientras que, cuando la motivación principal es necesidad, el porcentaje que concentra una mayor cantidad de personas es el nivel socioeconómico D (40,0%).

Figura 18: Actividad emprendedora en etapas iniciales según nivel socioeconómico y motivación.



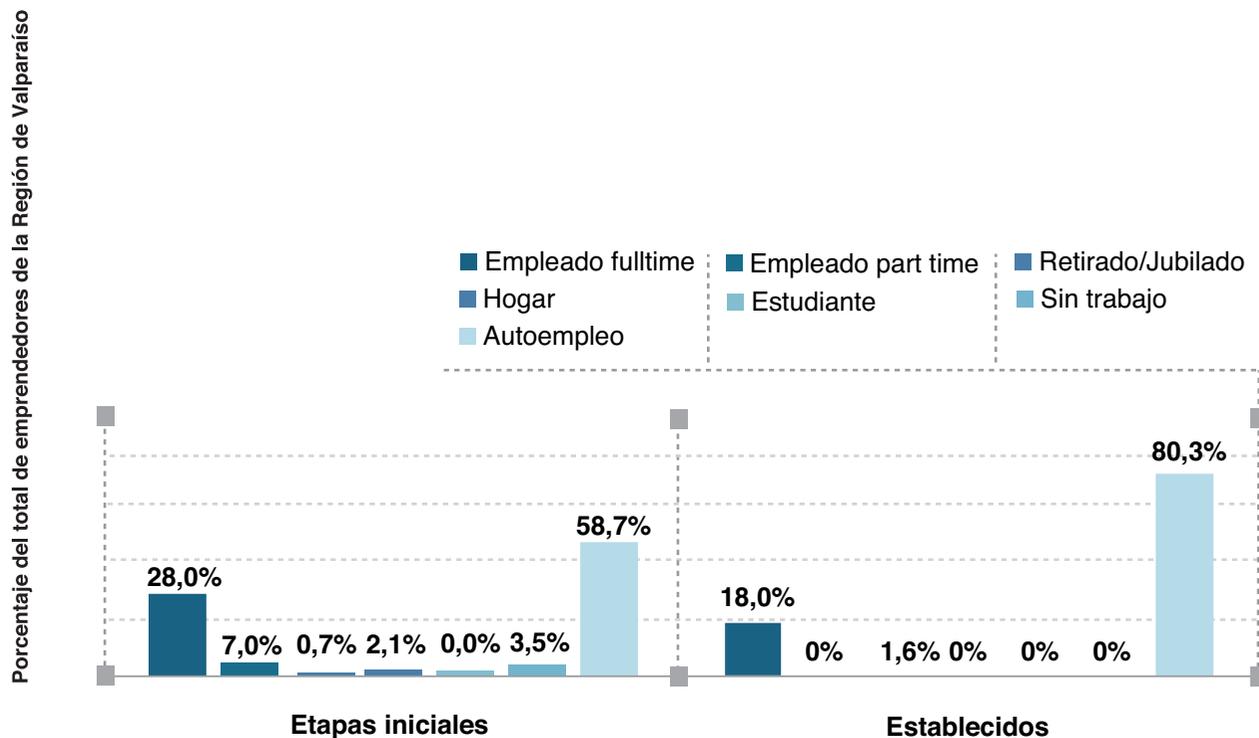
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso Chile. 2018.

SITUACIÓN LABORAL

Un aspecto importante es analizar cuál es el estatus laboral de los emprendedores, dado que históricamente la gran mayoría, sobre todo los establecidos, muestran que son autoempleados o autónomos, es decir no tienen empleados formales. En este sentido es necesario aclarar que este porcentaje de personas que se declaran autoempleadas muchas veces incluye a

emprendedores que trabajan con otras personas, generalmente familiares que, si bien no son considerados empleados formales porque no reciben remuneración ni cotizan en los sistemas de salud o AFP, sí forman parte de una fuerza laboral importante para el negocio pues desarrollan labores trascendentales dentro de la empresa.

Figura 19: Actividad emprendedora según tipo de empleo.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso Chile. 2018.

La **Figura 19** muestra la distribución porcentual del tipo de empleo, tanto en emprendedores en etapas iniciales como establecidos. Con respecto a la actividad emprendedora en etapas iniciales, se destaca que el 58,7% de los encuestados se encuentra en un estado de autoempleo, mientras que el 28,0% es empleado full-time y 7,0% es empleado part-time. Por otra parte, los establecidos se concentran en la condición de autoempleo con un 80,3%, seguido de empleado full-time con un 18,0%. Se observa de este modo una clara

tendencia hacia el autoempleo, en efecto, en 2017 un 52,3% de los emprendimientos en etapa inicial correspondía a autoempleo, mientras que para los establecidos el porcentaje correspondiente a autoempleo ascendió a un 78,9%. Aun así, cabe destacar que existió un alza en el porcentaje de personas que se encuentran en una condición de autoempleo durante la presente medición, por lo que la dedicación a sus actividades emprendedoras resulta ser mayor ya que cuentan un mayor tiempo disponible.

2.3 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS



El último aspecto a analizar en este capítulo son las aspiraciones de los emprendedores respecto a sus negocios. Como se expuso en la introducción, el GEM ha venido estudiando con diferentes indicadores aspectos que permiten entender mejor la “naturaleza” y reflejar mejor aspectos más cualitativos de la actividad emprendedora. No es lo mismo ser un autoempleado que elabora comida en su casa para vender, que ser un empresario que

inició y consolidó una cadena de restaurantes en múltiples países. Ambos son emprendedores y ambos, incluso dependiendo de los aspectos legales de cada país, podrían ser contabilizados como empresas. Sin embargo, el impacto económico y social de ambos emprendimientos es muy diferente. Así los indicadores que utiliza el GEM para medir las aspiraciones emprendedoras tienen que ver con aspectos de competitividad e innovación y del deseo de hacer crecer el negocio.

EXPECTATIVAS DE ALTO CRECIMIENTO

La metodología empleada por el GEM permite categorizar desde las primeras etapas a los emprendedores hasta las expectativas de alto crecimiento. Para esto, el GEM le pide a todos los encuestados que manifestaron ser emprendedores que indiquen cuántos trabajadores esperan contratar dentro de un plazo de 5 años (sin contar los propietarios). Las cifras a nivel global indican que la mayoría de los emprendedores iniciales, se sienten capaces de crear empleos. Sin embargo, las expectativas de alto crecimiento (expectativas de crear más de 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años) son poco frecuentes en nuevos emprendedores, en efecto, el 8,3% de ellos se puede categorizar como emprendedor en etapas iniciales con expectativas de alto crecimiento, mientras que en el caso de emprendedores establecidos esta cifra alcanza solo un 10,3%.

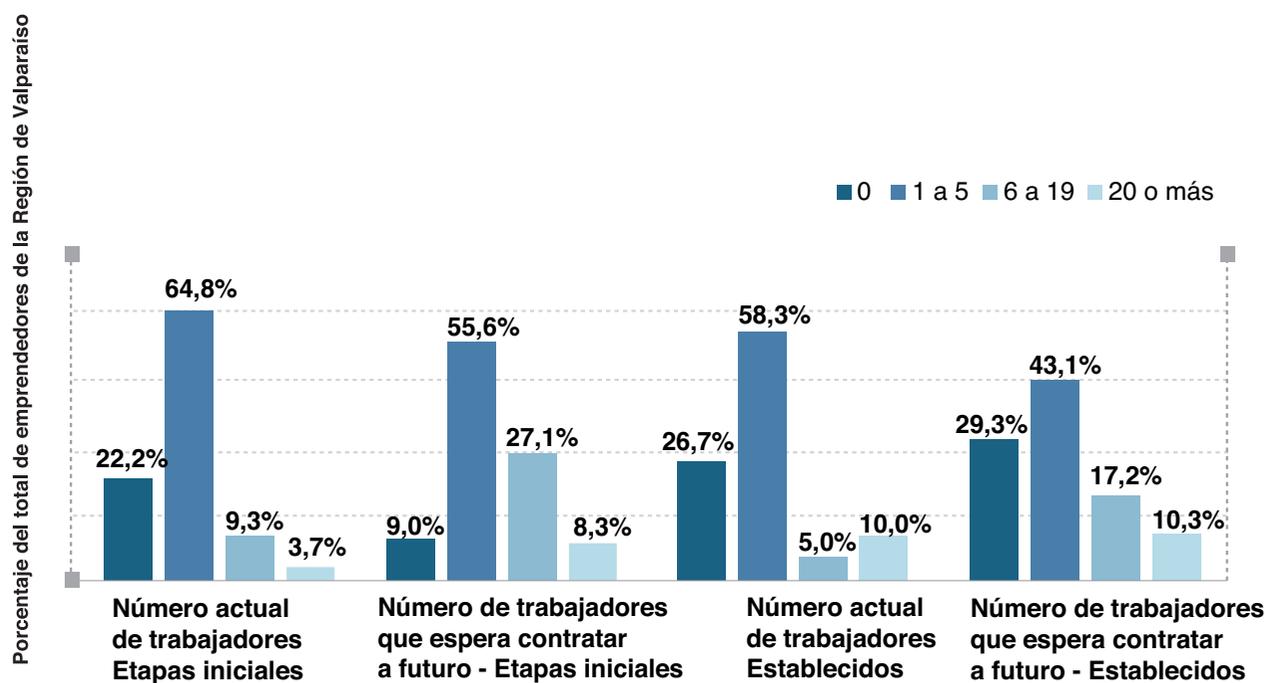
Dado que la medición realizada por el GEM en el ámbito de las aspiraciones de crecimiento está vinculada a las expectativas de generación de puestos de trabajo, hay que reconocer que los emprendedores en etapas iniciales pueden ser optimistas en sus ambiciones, sin embargo, éstas desde luego no siempre conducen a realizaciones. Pese a lo anterior se ha establecido que el crecimiento rara vez se logra sin tener expectativas de crecimiento (Stam y otros, 2012).

Las cifras fueron agrupadas en cuatro categorías: (1) sin expectativas de generar empleo, (2) bajas expectativas de generar empleos, (3) expectativas medias de generar empleos y (4) altas expectativas de generar empleos. Esta distinción es relevante, ya que existen diferencias sustanciales entre las características de estos grupos y las razones subyacentes para la generación de puestos de trabajo.

El primer grupo está formado por los empresarios que trabajan por cuenta propia y no tienen intención de crear empleos. En este grupo se encuentran, por ejemplo, quienes fueron forzados a emprender por necesidad, como también, aquellos que están satisfechos con trabajar de forma profesional independiente. En el grupo de bajas expectativas de generación de empleo se encuentran los emprendedores en etapas iniciales que son modestos creadores de empleo y, a menudo contratan a personas de su propia red personal (como miembros de la familia y amigos). En el tercer grupo están los emprendedores dispuestos a emplear varias personas, pero que no desean un mayor crecimiento. Por último, en el último grupo se encuentran los emprendedores ambiciosos y quienes sobrestiman el número de puestos de trabajo que esperan generar. Los emprendedores de este grupo -algunas veces conocidos como “gacelas”- tienen un impacto sustancial en la creación de empleo (Autio, 2007; Acs, 2008), por lo que reciben mucha atención de los políticos.

Como se observa en la **Figura 20**, la categoría que sobresale en etapas iniciales son los negocios que poseen un número actual de 1 a 5 trabajadores (64,8%), mismo resultado que en los establecidos (58,3%), seguido de cero trabajadores actualmente (22,2% etapas iniciales y 26,7% establecidos), concentrando así mas del 75% de las respuestas independiente de la etapa del emprendimiento. Por otro lado, en cuanto al numero de trabajadores que espera contratar a futuro, tanto para etapas iniciales como establecidos, el comportamiento es similar, donde la categoría que contiene mayor cantidad de respuestas es contratar de 1 a 5 trabajadores (55,6% etapas iniciales y 43,1% establecidos). En comparación al año 2017, en etapas iniciales los resultados obtenidos fueron distintos, ya que el numero actual de trabajadores se repartió en 0 (40,3%) y de 1 a 5 trabajadores (41,8%), estas cifras muestran que para la presente medición la actividad emprendedora en etapas iniciales presenta negocios de mayor tamaño.

Figura 20: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso Chile. 2018.

COMPETITIVIDAD

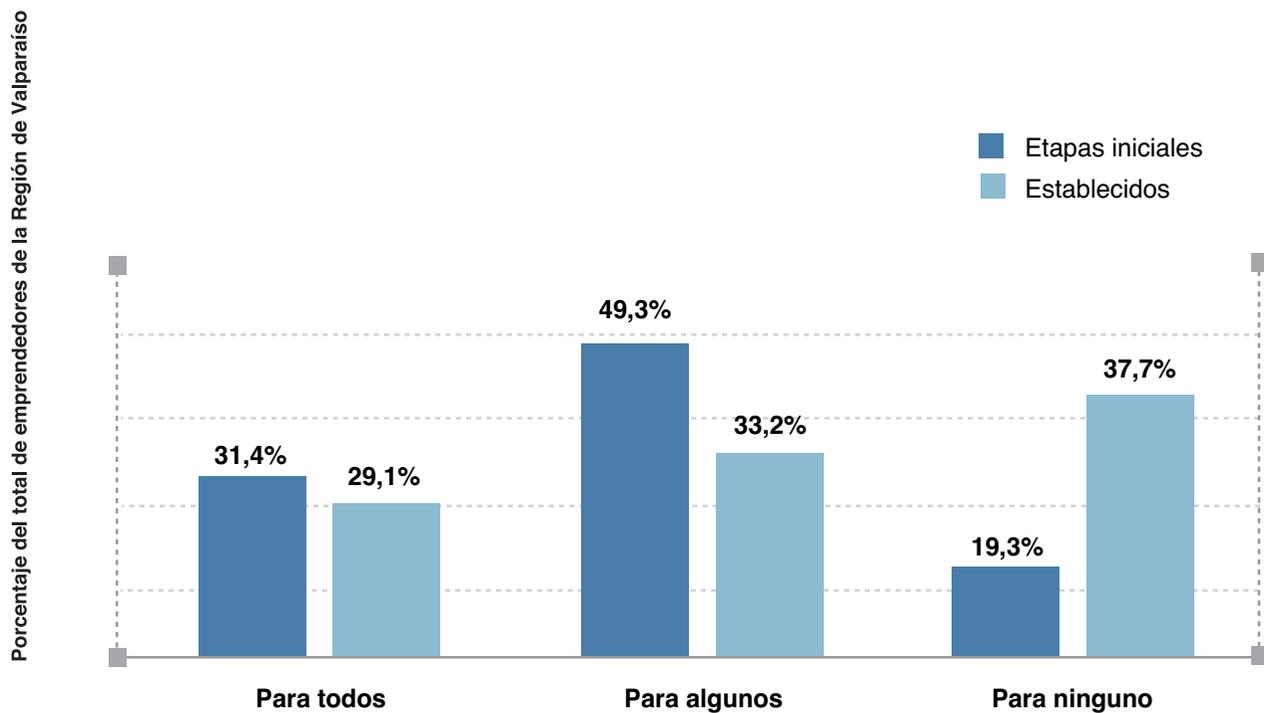
Un aspecto importante de la actividad emprendedora tiene que ver con la capacidad de innovación, la competitividad y sustentabilidad de la misma. El economista Joseph Schumpeter (1934) sentó las bases para vincular el emprendimiento con la innovación. Su teoría de la “destrucción creativa” plantea que los emprendedores son capaces de “romper” el equilibrio en el mercado porque pueden introducir nuevos productos, servicios o innovaciones. Estas innovaciones pueden hacer más competitivo el mercado y a su vez, ampliar las posibilidades de eficiencia y productividad. Así, la innovación es un medio por el cual los emprendedores pueden contribuir al crecimiento económico. La metodología del GEM utiliza diferentes medidas o factores que permiten tener una visión acerca de cuál es el “comportamiento de innovación y competitividad” de la actividad emprendedora. Un primer factor está relacionado con lo novedoso que es en el mercado el producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor y un segundo factor, está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares.

Si bien muchos de estos aspectos se pueden referir al entorno competitivo de cada país, es difícil inferir si un país en particular tiene más emprendedores con potencial competitivo que otro porque simplemente los recursos no se distribuyen de forma equitativa. Una consideración importante de este indicador combinado es que para poder comparar entre países o regiones, las condiciones de competitividad y disponibilidad de nuevos productos y servicios deben ser uniformemente distribuidas. Sabemos que esto no sucede en la realidad y que algunos países presentan altos indicadores en esta medición simplemente porque hay pocos productos o servicios disponibles, por lo cual cualquier introducción es considerada como novedosa y la competencia también es débil. Así, algunos países de economías basadas en eficiencia, Chile entre ellos, presentan los mayores índices. Esto se puede deber a que los mercados internos tal vez no sean tan competitivos o la “novedad” radica en que ciertamente no había algo similar en ese país pero que en otro contexto es de

uso habitual. Un mercado relativamente pequeño como el chileno tiende a ser más competitivo internamente. Asimismo, la relativa competitividad ganada por el país en los últimos años también puede reflejar este “optimismo” por parte de los emprendedores.

La metodología del GEM utiliza diferentes medidas o factores que permiten tener una visión acerca de cuál es el “comportamiento de innovación y competitivo” de la actividad emprendedora. Un primer factor está relacionado con lo novedoso que es en el mercado el producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor. Como se puede observar en la **Figura 21**, existen tres categorías para denotar cuan novedoso es el emprendimiento realizado, si es para todos, para algunos o para ninguno. Para los emprendedores en etapas iniciales los resultados obtenidos fueron un 31,4% para todos, un 49,3% para algunos y un 19,3% para ninguno, esto muestra que los productos o servicios ofrecidos en emprendimientos relativamente nuevos buscan un público más específico, no tan masivo como el año anterior donde el índice para todos alcanzó un 47,1%, lo que se podría interpretar es que los nuevos emprendimientos buscan segmentar el mercado, dedicándose a un grupo más específico con sus productos. En la otra parte, los emprendedores establecidos revelan que sus productos o servicios son novedosos en un 29,1% para todos, 33,2% para alguno y un 37,7% para ninguno. Esta última cifra revela que si bien los emprendimientos establecidos buscan innovar con sus productos o servicios, pueden llegar a un punto donde sus productos o servicios no son novedosos para sus clientes, presentando así un desafío a la innovación en términos del canal de comunicación, canal de distribución, o en la relación con el cliente. Se puede destacar que en la Región de Valparaíso se está buscando innovar para ofrecer productos novedosos al mercado, pero dejando de lado realizar el proceso de forma masiva, sino que segmentando el mercado, lo que habla de un mayor grado de especialización en el accionar de los emprendedores, principalmente en etapas iniciales.

Figura 21: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores.



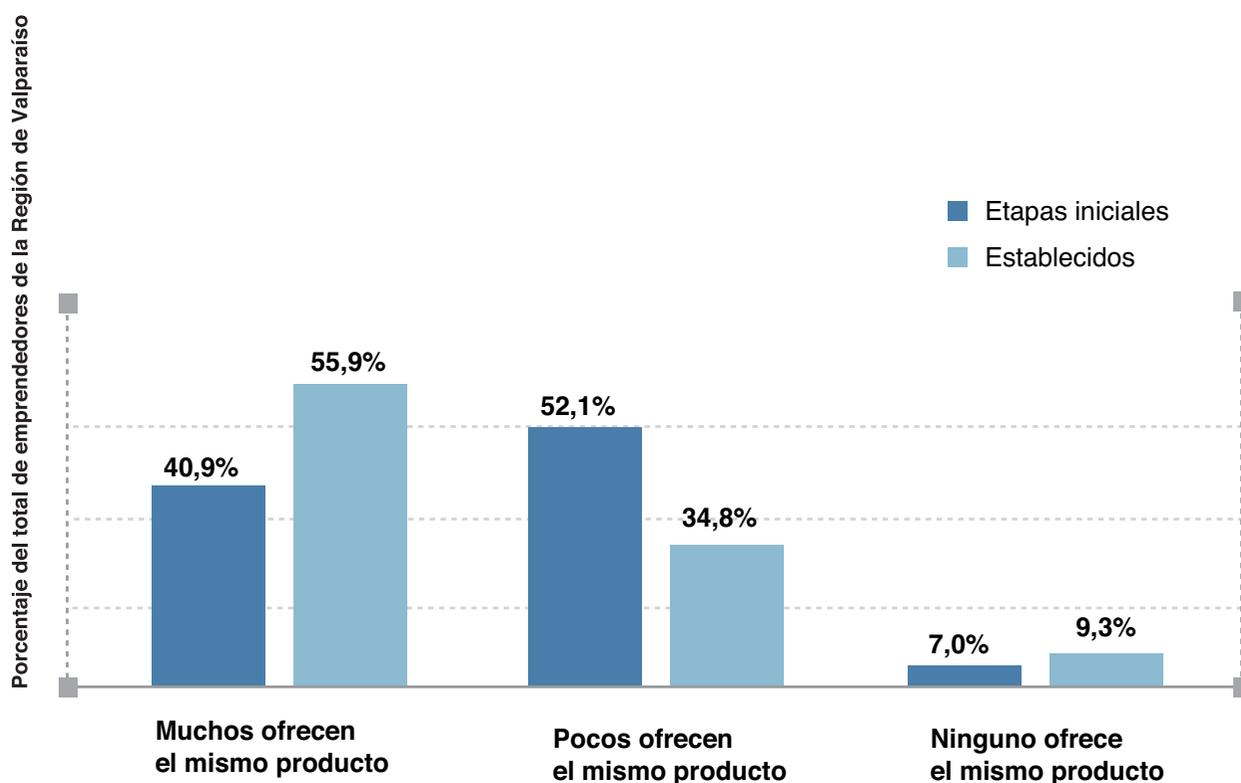
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso Chile. 2018.



El segundo factor está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares. La **Figura 22** muestra que solo un 7,0% de los emprendedores en etapas iniciales y un 9,3% de emprendedores establecidos no perciben competencia directa, lo que muestra la dificultad de encontrar un nicho de mercado que sea valorado por los consumidores. Además, un 52,1% de los emprendedores en

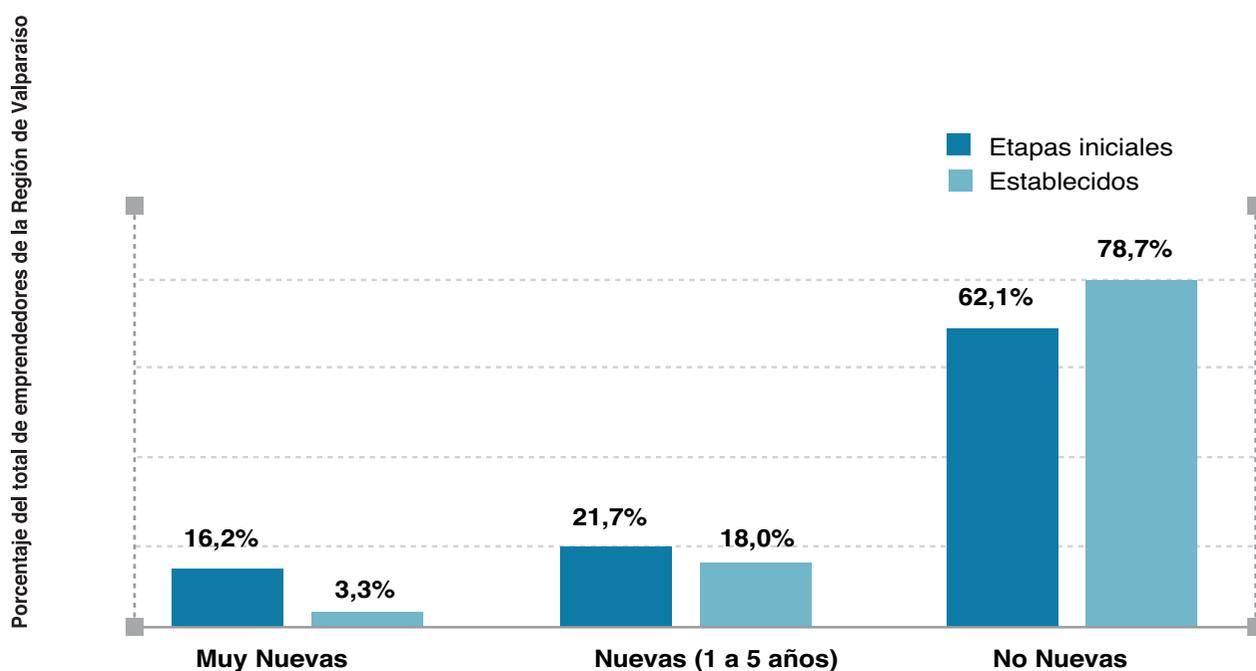
etapas iniciales declaran que pocos ofrecen el mismo producto, valor que aumentó comparado con el año 2017 (49,8%). Mientras que, un 55,9% de los emprendedores establecidos coinciden en que muchos ofrecen el mismo producto, lo que refleja lo mencionado con anterioridad, que resulta difícil encontrar un nicho de mercado que resulte innovador y que posea un bajo nivel de competencia.

Figura 22: Intensidad de la competencia esperada.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso Chile. 2018.

Figura 23: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso Chile. 2018.

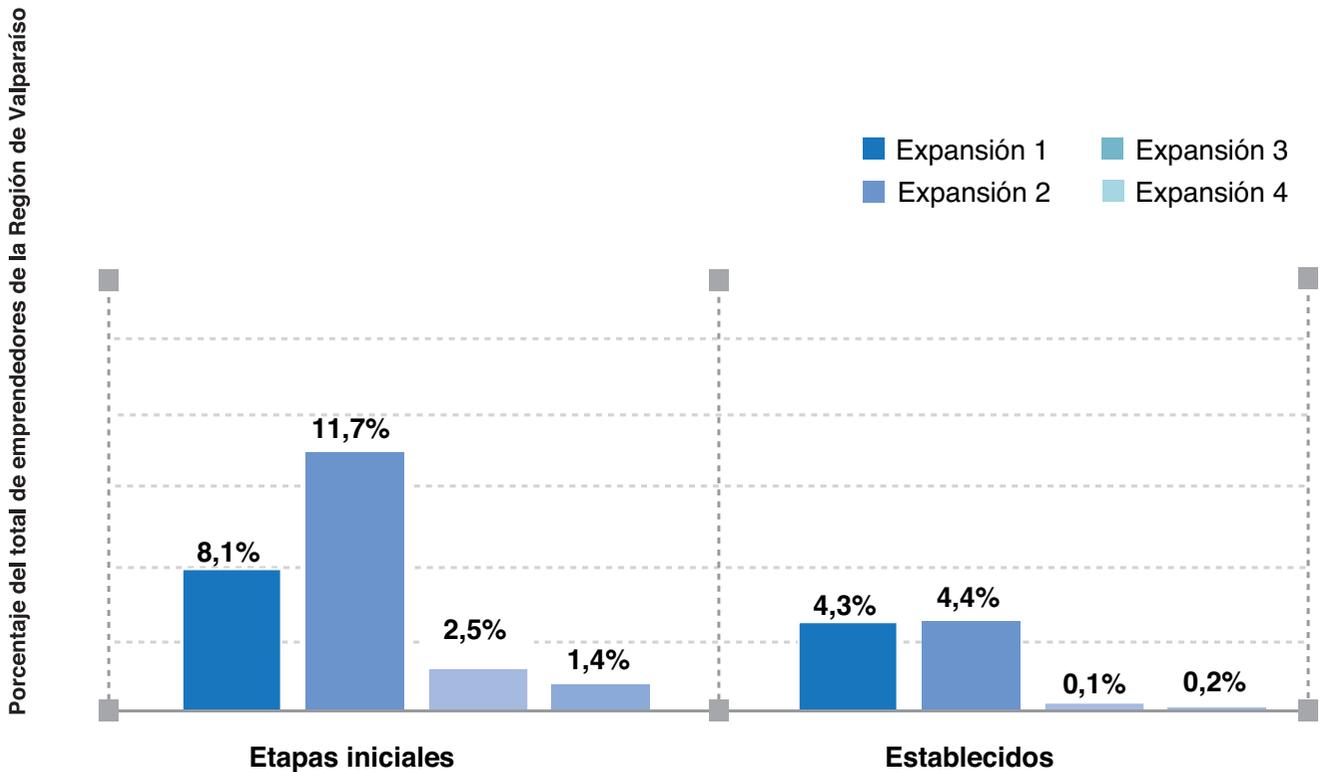
Otro factor está relacionado con la capacidad de aprovechar las nuevas tecnologías de producción o de procesos. Por lo general, se puede asociar el uso de nuevas tecnologías a una mejor utilización de los recursos, mayor productividad, mejor calidad, etc. La **Figura 23** muestra que más del 60%, tanto de emprendedores en etapas iniciales como establecidos, no utilizan nuevas tecnologías para otorgar un producto o servicio al mercado, lo que va de la mano con el sector al que van dirigidos los negocios que es el consumidor final.

Aun así, algunas actividades emprendedoras en etapas iniciales tienden a hacer uso de nuevas tecnologías, donde un 16,2% corresponden a muy nuevas y 21,7% a nuevas tecnologías (1 a 5 años), esta última categoría, mostró un crecimiento con respecto al año 2017 donde solo un 17,0% utilizó

nuevas tecnologías (1 a 5 años), lo que denota un mayor grado de preocupación en cuanto a como mejorar sus procesos productivos, modernizar su forma de entregar productos y servicios, y comunicarse con sus clientes mediante el uso de nuevas tecnologías.

Finalmente, hay que destacar que las cifras se concentran en el uso de tecnologías que no son nuevas, lo cual se debe a que para implementar las mismas es necesario un alto grado de conocimiento técnico en la materia, aspecto que se lograría de forma gradual considerando que en la Figura 15 se mostró un alto porcentaje de emprendedores graduados o con cierto nivel de educación superior que se están dedicando a emprendimientos en etapas iniciales.

Figura 24: Expectativas de Expansión de Mercado.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso Chile. 2018.

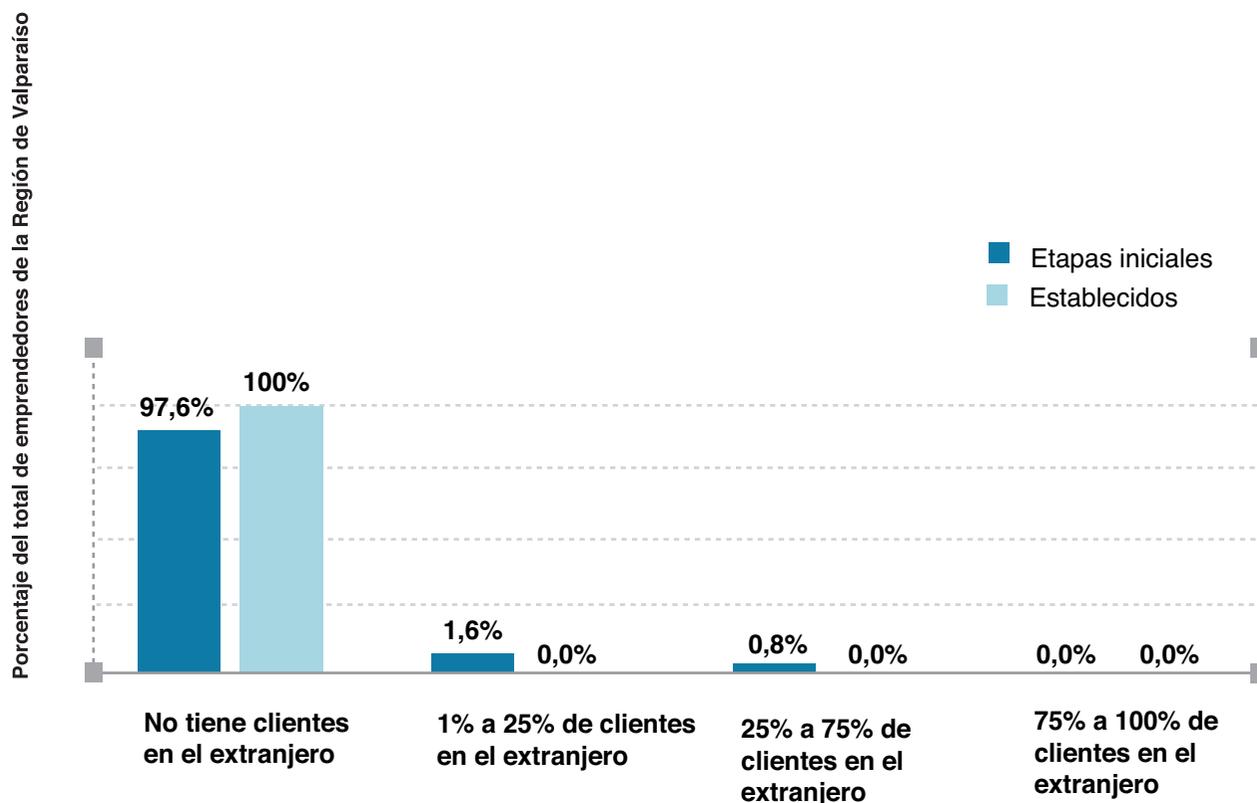
Otro resultado es la combinación de los factores anteriores relacionados con tecnología más la opinión de los entrevistados en cuanto a su participación de mercado futura. Para este fin el GEM calcula un índice de cuatro puntos, donde 4 indica el máximo impacto en cuanto a expansión de mercado; 3 una expansión del mercado usando tecnología; 2 expansión de mercado sin uso intensivo de tecnología y finalmente 1 que significa poca o nula expansión. Estos indicadores se muestran en la **Figura 24**, donde los emprendimientos en etapas iniciales indicaron

que un 11,7% esperan una expansión del tipo 2, es decir, sin uso intensivo de tecnología, seguido de un 8,1% de nula expansión. Por el lado de los establecidos, un 4,4% señaló que esperan una expansión de mercado sin uso intensivo de tecnología (expansión 2) y un 4,3% señalo una expansión tipo 1. Estas cifras denotan la poca intención del uso de tecnologías como medio de expansión de mercado, generando un mayor grado de expectativas en expansiones sin uso intensivo o nulo, de tecnología.

Otro indicador está relacionado a la actividad exportadora de los emprendedores de la Región de Valparaíso, medido por el porcentaje de clientes que tienen en el extranjero. Como se puede observar en la **Figura 25**, un 97,6% de los emprendedores en etapas iniciales no tiene clientes en el extranjero, mientras un 100% de los

establecidos señalaron que no poseían clientes en el extranjero. En comparación con las mediciones del año 2017, un 61,6% de los emprendedores en etapas iniciales declaró no tener clientes en el extranjero y un 67,8% de los establecidos apuntó a lo mismo.

Figura 25: Actividad Emprendedora y Exportación.



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso Chile. 2018.

En síntesis las aspiraciones emprendedoras mantienen la tendencia vista en las últimas mediciones, en efecto, el emprendimiento de la región muestra cifras similares a la media nacional tanto en etapas iniciales como establecidas, esto es, emprendedores con baja expectativa de creación de empleo, escaso uso de nuevas tecnologías en sus procesos productivos, y

principalmente orientados al mercado nacional. Finalmente, hay que destacar la cada vez mayor motivación de oportunidad de los emprendedores en etapas iniciales y su intención de generar productos o servicios que posean un mayor grado de novedad para sus clientes, lo que podría estar indicando un mayor grado de segmentación de mercado por parte de estos emprendedores.



3

CONTEXTO EMPREENDEDOR EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO

El marco conceptual del GEM reconoce nueve condiciones del contexto que determinan la actividad emprendedora de un país. La evaluación de estas condiciones es capturada a través de la Encuesta Nacional de Expertos (NES, por su sigla en inglés). En este capítulo se presenta el análisis de cada uno de los componentes del contexto que son indispensables para entender el proceso de creación de nuevos negocios y para potenciar la dinámica de los negocios existentes en cada país.

3.1 MODELO GEM Y ENCUESTA A EXPERTOS



Adoptando el marco conceptual del GEM y la literatura sobre emprendimiento, la actividad intra-empresarial está condicionada a una serie de factores que la pueden fortalecer o retraer en el contexto en el que se desarrolla (Reynolds et al., 2005; Welter et al., 2011). Recientemente, estudios han asociado estas condiciones a un “ecosistema emprendedor” que es un grupo interconectado de personas emprendedoras (potenciales, nacientes y establecidas), de agentes financiadores (empresas, capital de riesgo, inversionistas ángeles, bancos) y

de organizaciones promotoras (universidades, agencias del sector público) asociadas a la diversidad de iniciativas emprendedoras (social, inclusivo, alto potencial de crecimiento, serial) y con una orientación de generar valor en el territorio (Mason & Brown, 2014, p. 5). De ahí la importancia del análisis de las condiciones óptimas para emprender en ciertos entornos (Stam & Spigel, 2016) en el desarrollo de las agendas públicas de diversos gobiernos en materia de emprendimiento (Acs et al., 2015).

Figura 26: Condiciones de la Actividad Emprendedora que analiza la encuesta a expertos del GEM.

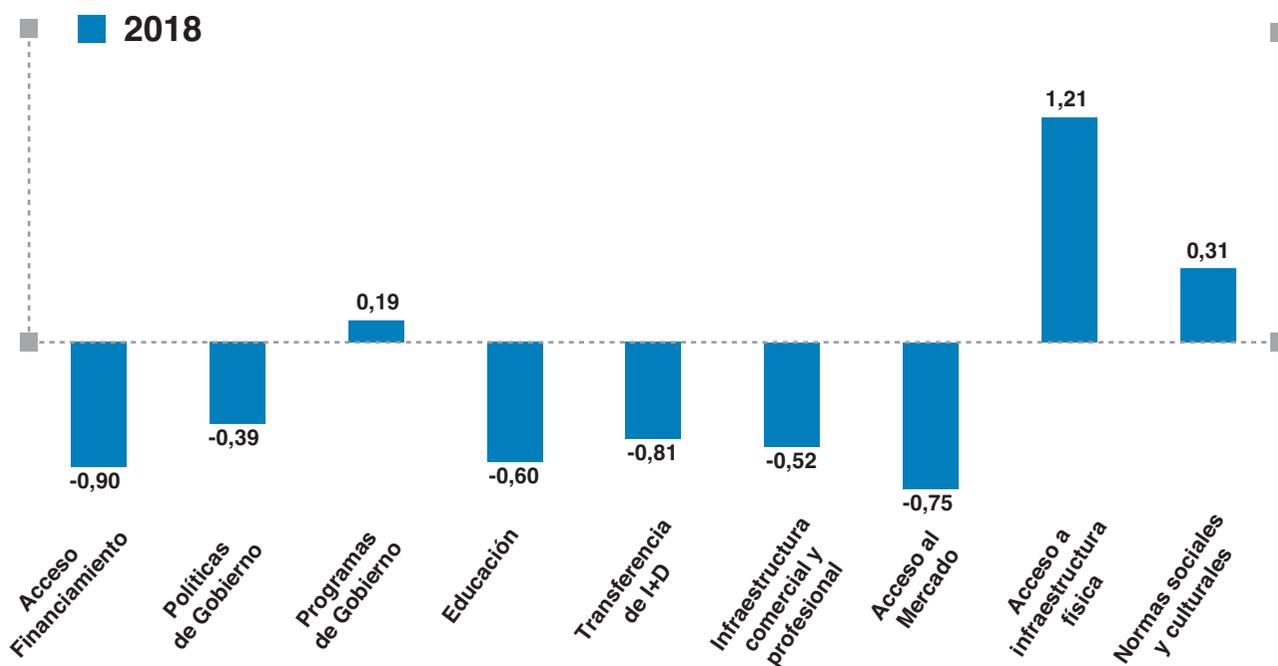
Apoyo Financiero	Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros-capital y deuda- para empresas pequeñas y medianas (incluyendo subvenciones y subsidios)
Política pública	Se refiere al grado en que las políticas del gobierno apoyan al emprendimiento. Tiene dos componentes: I) Relevancia económica del emprendimiento. II) Impuestos y regulaciones son neutros o promueven nuevas empresas y en crecimiento.
Pogramas de gobierno	Se refiere a la existencia y calidad de los programas para ayudar directamente a las nuevas empresas y en crecimiento a nivel nacional, regional y municipal.
Educación para el emprendimiento	Se refiere a la medida en que el entrenamiento para crear o dirigir empresas es incorporado en el sistema educacional y de formación. I) Educación para el emprendimiento en educación primaria y secundaria. II) Educación para el emprendimiento en educación post secundaria.
Transferencia de I+D	Se refiere a la medida en que la investigación y desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales que estén al alcance de empresas de menor tamaño.
Infraestructura Profesional	Se refiere a la disponibilidad de servicios derechos de propiedad, comercial y contables, así como de instituciones que apoyan empresas pequeñas y medianas.
Apertura del mercado interno	Tiene dos componentes: I) Dinamismo del mercado interno: se refiere al nivel de cambio en el mercado entre un año y otro. II) Apertura del mercado interno: se refiere a la facilidad con la que las firmas nuevas entran a mercados existentes.
Acceso a la infraestructura física	Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un precio que no discrimine entre empresas.
Normas sociales y culturales	Se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales promueven la creación de nuevos negocios que permiten mejorar el ingreso y bienestar personal.

Fuente: Reporte Nacional de Chile 2018

3.2 ANÁLISIS GENERAL DE LOS FACTORES

Los resultados de la encuesta a expertos para las variables de contexto tradicionalmente evaluadas en el reporte GEM se presentan en la **Figura 27**. En base a las respuestas de los expertos se aprecia que se mantiene una tendencia de las variables, donde la dimensión que logra la mayor evaluación positiva es “Acceso a infraestructura física” la cual creció con respecto al año 2017 (1,18), seguido de “Normas sociales y culturales” (0,31) y, “Programas de gobierno” (0,19) la cual también tuvo un alza con respecto al periodo anterior (0,12).

Figura 27: Evaluación del contexto emprendedor en Valparaíso. Resultados de encuesta a expertos.



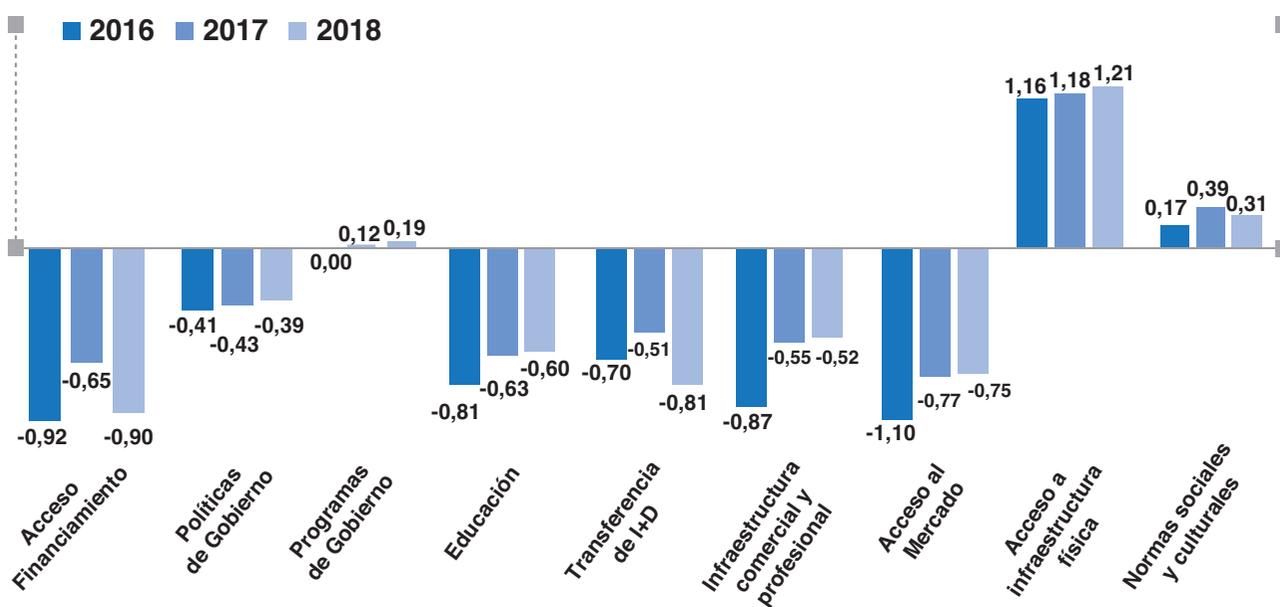
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2018

Por otro lado, los indicadores a nivel regional como “Transferencia de I+D”, “Acceso al Mercado” y “Acceso Financiamiento”, resultan ser las variables más críticas con respecto al desarrollo del emprendimiento, ya que los expertos opinan que el aporte resulta bajo pero que se podría mejorar en un futuro cercano en la Región de Valparaíso.

La **Figura 28** muestra cada uno de los factores contrastando con las evaluaciones de los últimos tres años. Se puede observar una tendencia en los indicadores, donde en algunos se muestra un retroceso con respecto en el aporte y otros muestran

un crecimiento, específicamente “Programas de Gobierno” y “Acceso a Infraestructura Física”, los cuales resultan un aporte alto al emprendimiento regional.

Figura 28: Contexto emprendedor en la Región de Valparaíso comparativo de encuestas a expertos 2016-2017-2018.

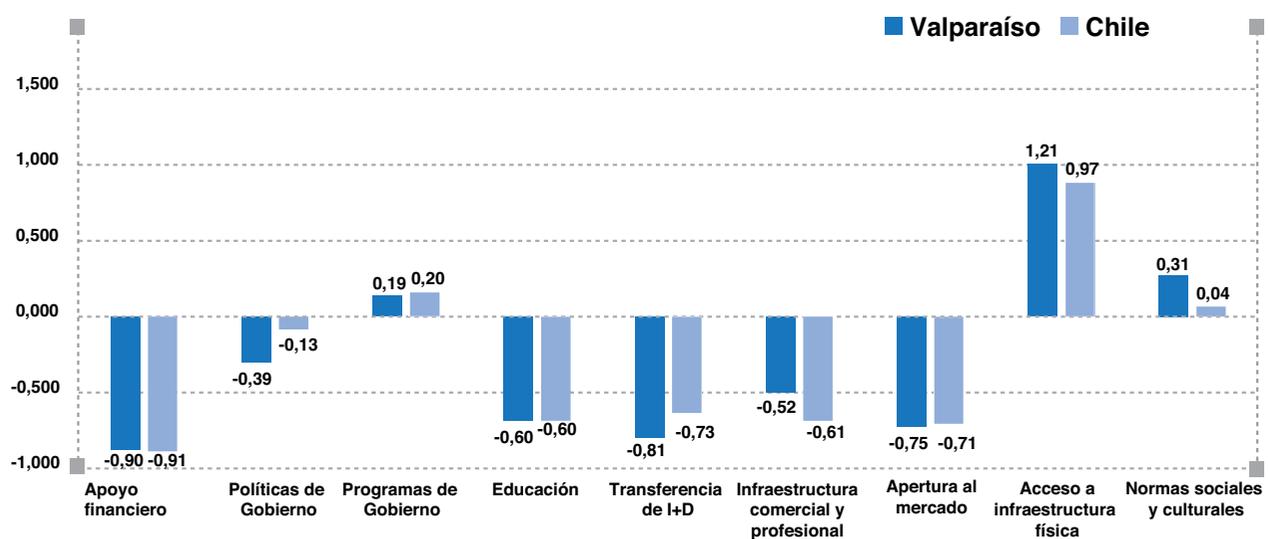


Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2018

Finalmente, al comparar los resultados de la región con aquellos observados a nivel nacional, es posible evidenciar una misma tendencia entre las respectivas evaluaciones. Al igual que en las mediciones anteriores se destaca para Valparaíso “Normas sociales y culturales”, que presenta una mayor calificación positiva en la región respecto del resto del país. También se destaca para la presente medición el “Acceso a la infraestructura física” con una mayor calificación positiva en la Región de Valparaíso respecto del resto del país. Al contrario, se destaca nuevamente una mayor valoración negativa a nivel regional para las variables “Acceso al mercado”, “Transferencia de I+D”, y “Políticas gubernamentales”.

Las mejoras que se realicen a estos factores permitirán potenciar el ecosistema emprendedor de la Región de Valparaíso y contribuir a la evolución de las empresas. Esto está vinculado al desarrollo de modelos de negocios competitivos a nivel internacional, que conduzcan a las empresas de la región a dar el salto en productividad y creación de valor que hoy necesitan. En definitiva, es necesario que los emprendedores incluyan en su planificación estratégica global el desarrollo científico y tecnológico o bien modelos de negocio innovadores, definiendo actividades productivas alineadas con las condiciones de un entorno cambiante.

Figura 29: Contexto emprendedor comparativo Chile vs Región de Valparaíso de encuesta a expertos 2018.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2018

3.3 APOYO FINANCIERO

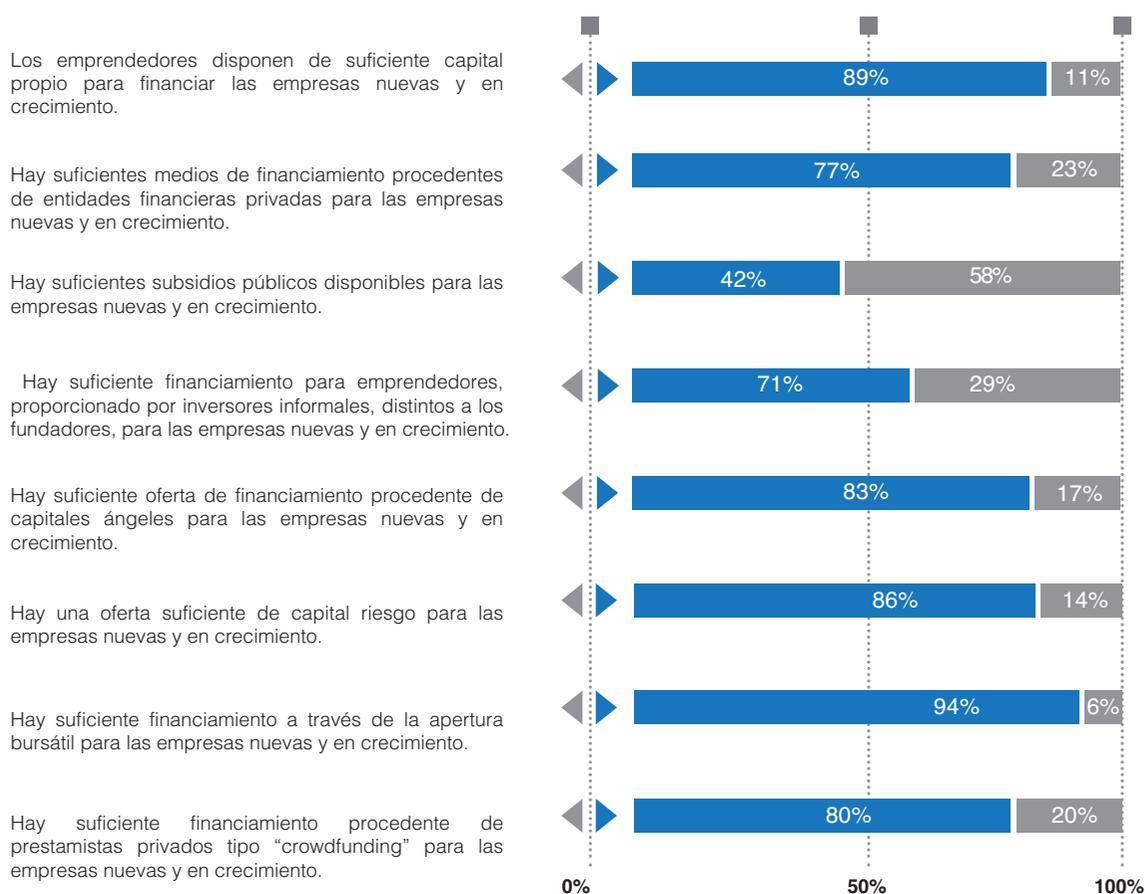
Existen diversas formas de financiamiento, pero los expertos consideran que, a pesar de la variedad, el alcance se dificulta para obtener medios suficientes para llevar a cabo un emprendimiento naciente o en etapas tempranas de desarrollo. En primer lugar, un 89% de los expertos se encuentra en desacuerdo con respecto a que los emprendedores disponen de capital suficiente para financiar sus actividades, un 77% manifiesta estar en desacuerdo con que las entidades financieras privadas entregan los medios necesarios para aportar a las mismas actividades y un 58% en acuerdo con que existen subsidios públicos disponibles.

Este último punto, a pesar de ser positivamente destacable, evidencia una peor percepción con respecto al año anterior (69%), lo que muestra el difícil escenario de los emprendedores con respecto a sus opciones de obtener un financiamiento tradicional.

Asimismo, el panorama no resulta distinto con respecto a que existe oferta suficiente de financiamiento procedente de capitales ángeles (83% en desacuerdo), y financiamiento suficiente proporcionado por inversores informales (71% en desacuerdo). A su vez, el mercado de prestamistas tipo "crowdfunding" demuestra una peor percepción este año, de un 38% a favor en el año 2017 a un 20% para 2018.

En general, los expertos consideran que las vías de financiamiento no son suficientes y que cada vez resulta más difícil acceder a algún tipo de opción que sea viable para llevar a cabo un emprendimiento, lo cual deja una imagen de riesgo alto para las personas que pretendan ingresar a un mercado con una nueva idea.

Figura 30: Apoyo Financiero.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso 2018

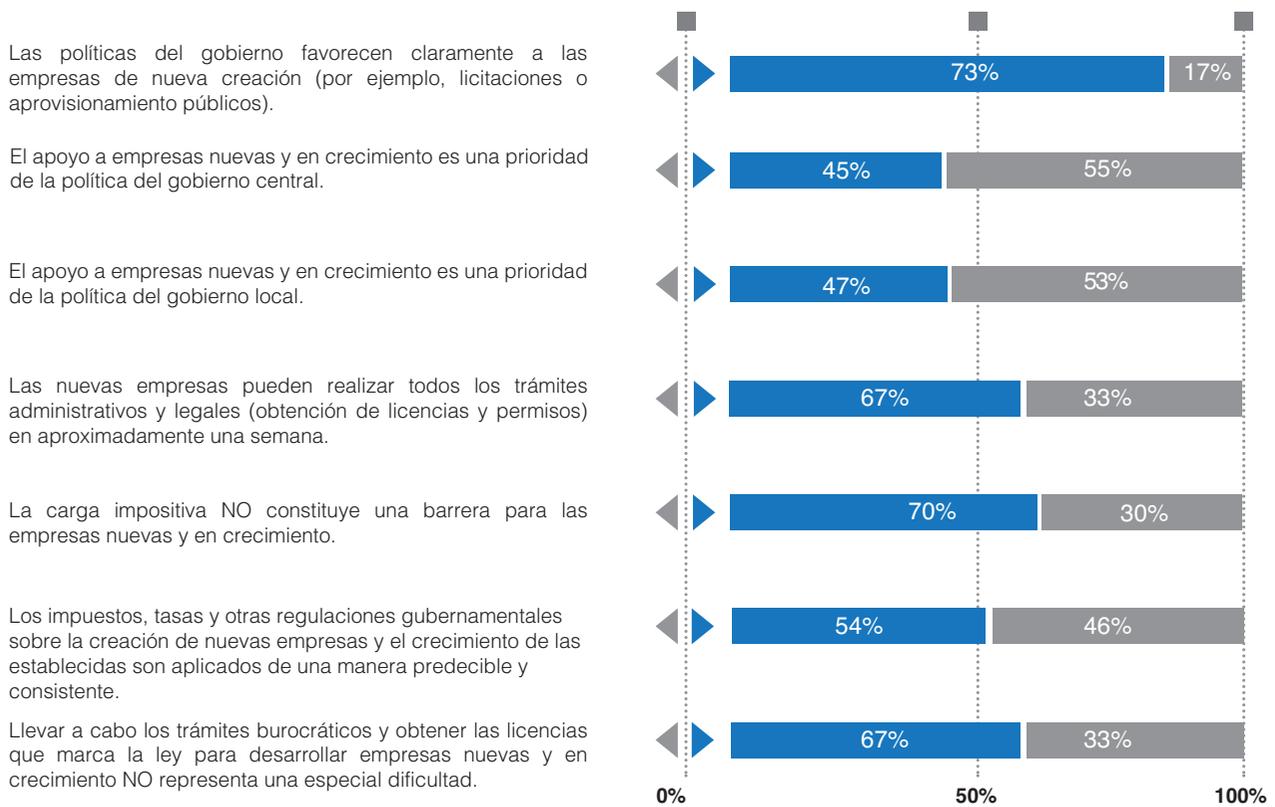
3.4 POLÍTICA PÚBLICA

En relación con las políticas de gobierno ciertos indicadores tuvieron una mejoría. Destaca el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento como prioridad del gobierno central (55%) aumentando respecto de la medición anterior (44%). Asimismo, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento como prioridad de la política del gobierno local (53%) también aumenta con respecto al año 2018 (39%). Esto muestra que los expertos opinan que existe una mayor preocupación por las entidades gubernamentales hacia las actividades

empresedoras, tanto a nivel nacional como a nivel regional o local, mostrando un apoyo a su desarrollo como prioridad.

Aun así, un indicador importante en relación con que la carga impositiva NO constituye una barrera para las empresas nuevas y en crecimiento (70%) se mantiene constante respecto del año anterior (71%), lo cual muestra que la carga impositiva SÍ es un factor de impedimento o barrera a la actividad emprendedora.

Figura 31: Política Pública.



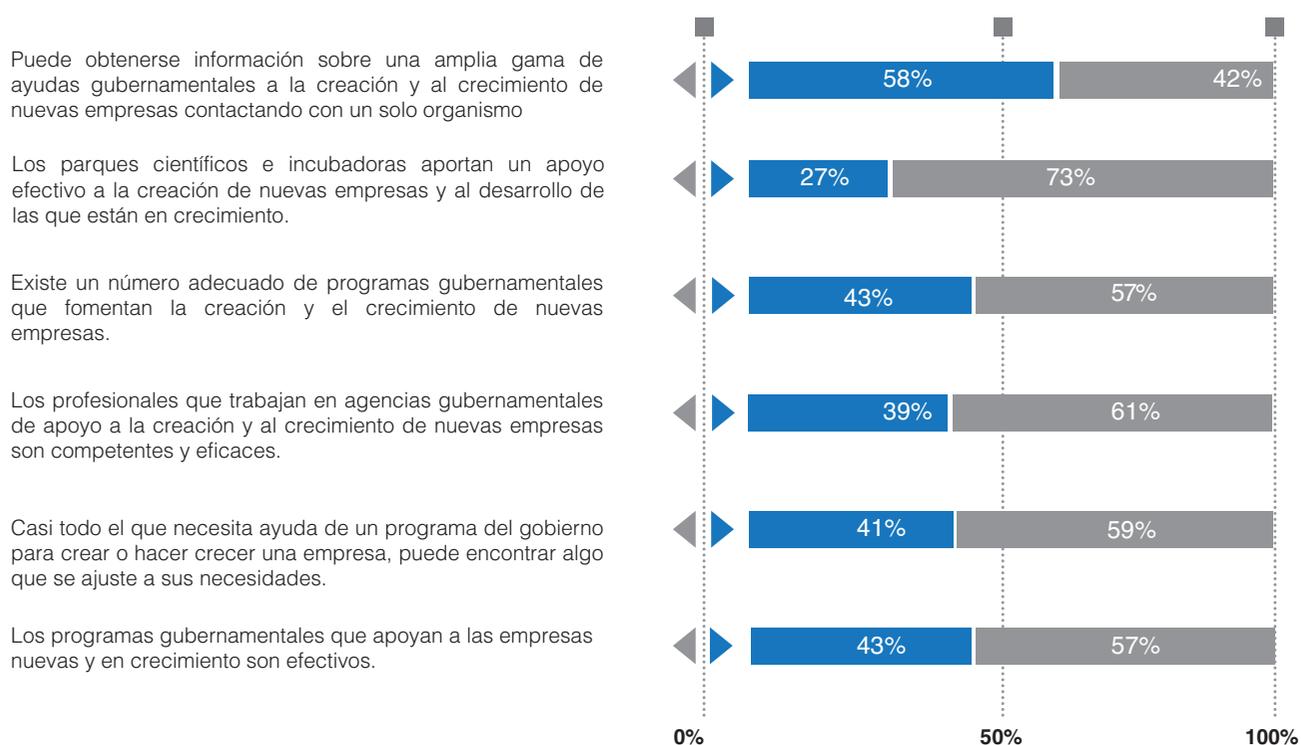
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso 2018

3.5 PROGRAMAS DE GOBIERNO

Según los expertos, existe un aumento en algunos indicadores relacionados con los programas otorgados por el gobierno que buscan fomentar la actividad emprendedora. Uno de estos indicadores dice relación con que un 61% opina que los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación o crecimiento son competentes y eficientes, tópicos que tuvo un crecimiento importante con respecto a la medición del año anterior (52%). También, existe un crecimiento con respecto a que las personas que necesitan ayuda de un programa de gobierno para crear o hacer crecer una empresa, pueden encontrar algo que se ajuste a sus necesidades (59% de acuerdo frente a un 43% del año 2017). Además, las incubadoras y parques científicos siguen aportando un apoyo efectivo a nuevas empresas (73% de acuerdo).

Estas mediciones entregan un panorama alentador con respecto a que los profesionales de agencias gubernamentales están interesados en generar un aporte a las soluciones posibles que puedan obtener los nuevos emprendedores y que dichas soluciones pueden dar pie a encontrar nuevas oportunidades o incluso incentivar el mismo crecimiento de una empresa en particular. No obstante, se considera que no existe un número adecuado de programas gubernamentales que fomenten la creación o crecimiento de las empresas (43%) medición que evidenció un negativo crecimiento en comparación con el periodo anterior (29%). Esto representa un llamado a seguir trabajando en aumentar las oportunidades generadas a través de programas de gobierno, aspecto que, es en esta medición como las anteriores, positivamente valorado por los expertos de la región.

Figura 32: Programas de Gobierno.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso 2018

3.6 EDUCACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

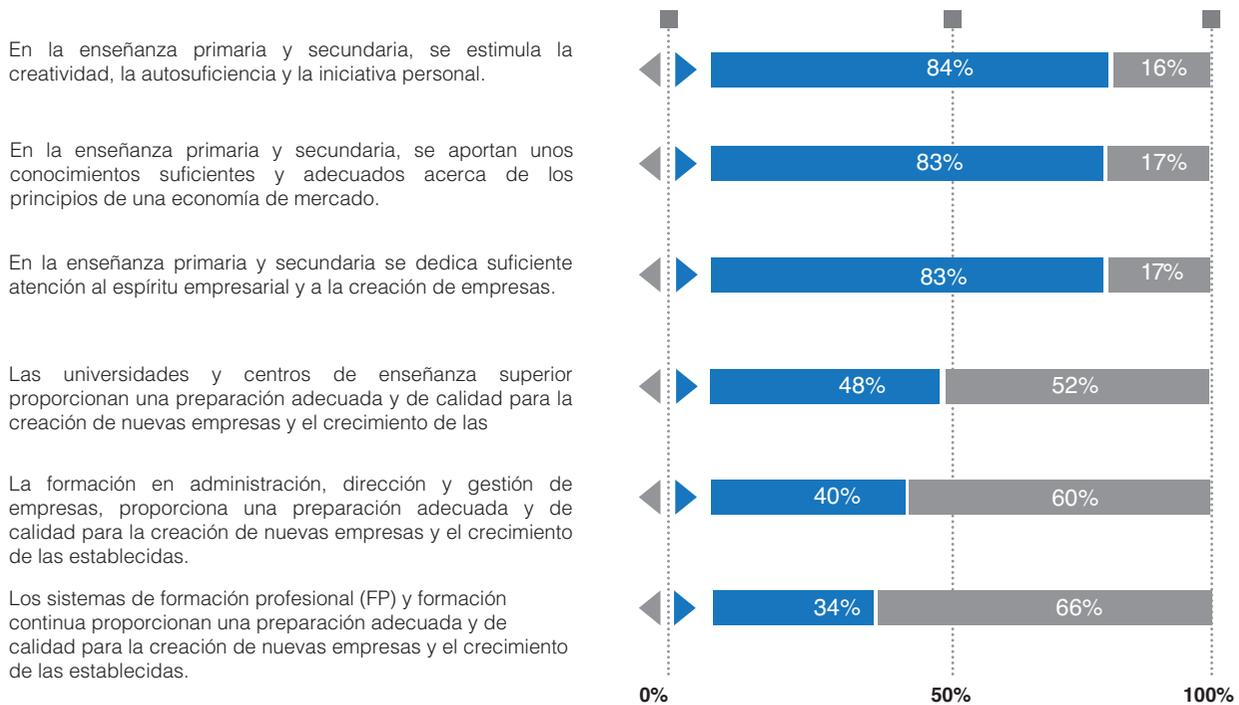
Los resultados arrojan que el 84% de los expertos no está de acuerdo con que la enseñanza primaria y secundaria estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal, resultado inalterable respecto del año 2017. De la misma forma, el 83% piensa que estos niveles educacionales no aportan los conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado y por tanto, no entregan la información necesaria para lograr entender como ingresar o mantenerse en un mercado de alto nivel competitivo, en efecto, un 83% manifiesta que la educación primaria y secundaria no dedica la atención suficiente al espíritu empresarial y a la creación de empresas, lo cual entrega un panorama desalentador acerca del aporte que generan los niveles educacionales básicos de la sociedad a la vocación emprendedora de los futuros empresarios.

Generar la motivación de emprender debe realizarse en edades tempranas del estudiante para provocar un mayor impacto en su desarrollo como futuros profesionales que busquen crear un emprendimiento sustentable y rentable que aporte

al desarrollo de un mercado en particular. Los expertos concuerdan en que la educación básica y media del país no busca dar pie a este escenario, al contrario, la percepción de estos es que la educación de nivel superior es la responsable de crear este llamado a emprender pero que puede resultar tarde en la formación de profesionales que tienden a no priorizar emprender por sobre otras posibilidades de trabajo.

En ese sentido, si bien las universidades a nivel regional generan un mayor aporte a la actividad emprendedora, estas siguen presentando algunas falencias al desarrollar motivación y habilidades destinadas al emprendimiento, en efecto, un 40% de los expertos están en desacuerdo con que la formación en administración, dirección, y gestión de empresas, entregue una preparación adecuada para emprender. Por otro lado, los sistemas de formación profesional y formación continua experimentaron una mejora en la opinión de los expertos respecto de que proporcionan una preparación adecuada y de calidad, pasando de un 59% del año 2017 a un 66% del año 2018.

Figura 33: Educación para el emprendimiento.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso 2018

3.7 TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

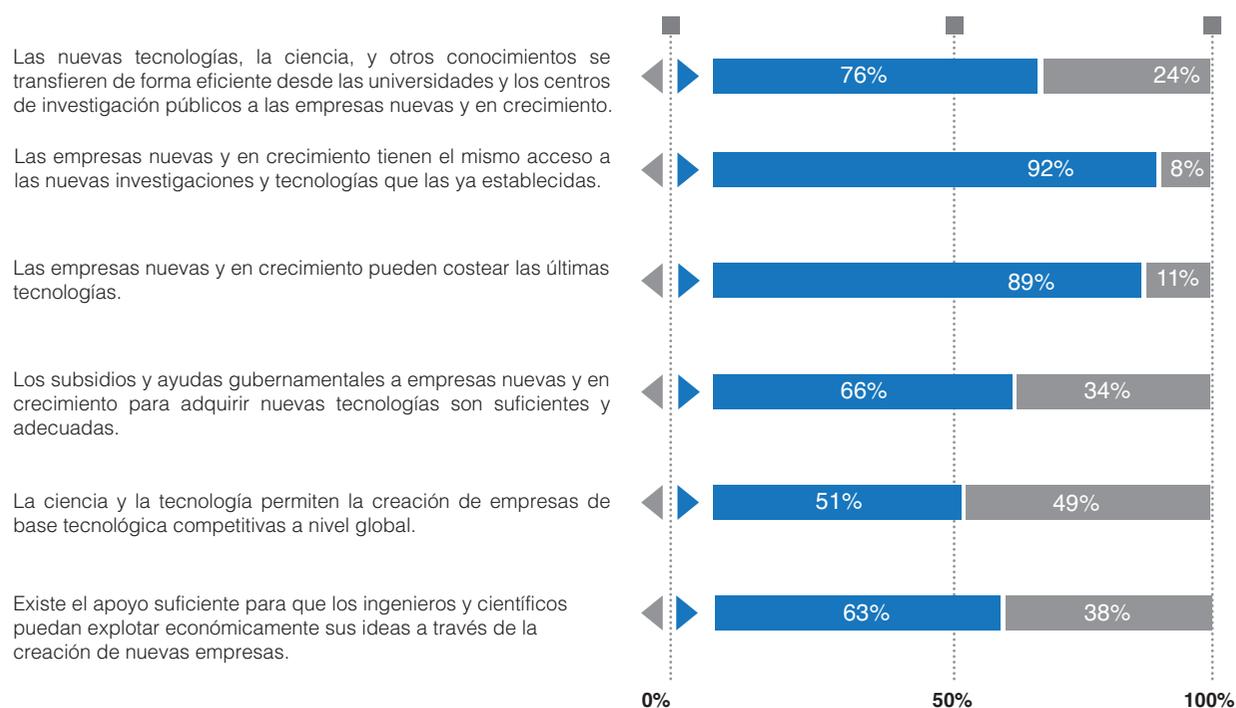
Con respecto a la transferencia de Investigación y Desarrollo los niveles resultan bajos en todos los indicadores, en particular, con respecto a que tanto las nuevas empresas y las ya establecidas presentan el mismo acceso a las nuevas tecnologías que ofrece el mercado (92% en desacuerdo). De la misma forma, un 89% de los expertos opina que las nuevas empresas y en crecimiento no se pueden costear las últimas tecnologías, valoración que se mantiene relativamente constante con respecto al año anterior (86%).

En general, el panorama resulta preocupante ya que los niveles de transferencia resultan bajos para la región y esto repercute en un menor desarrollo

del nivel de emprendimiento en cualquier industria. Estas dificultades se pueden apreciar en la **Figura 34**, donde existe un desequilibrio visible, lo que hace que las empresas emprendedoras nacientes y en edades tempranas de desarrollo tengan menos posibilidades de competir a nivel internacional o incluso a nivel nacional.

En ese sentido, los expertos también manifiestan (49% de acuerdo) que la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global. De este modo, se destaca la importancia de la transferencia I+D para apoyar el emprendimiento de alto impacto.

Figura 34: Transferencia de Investigación y Desarrollo.



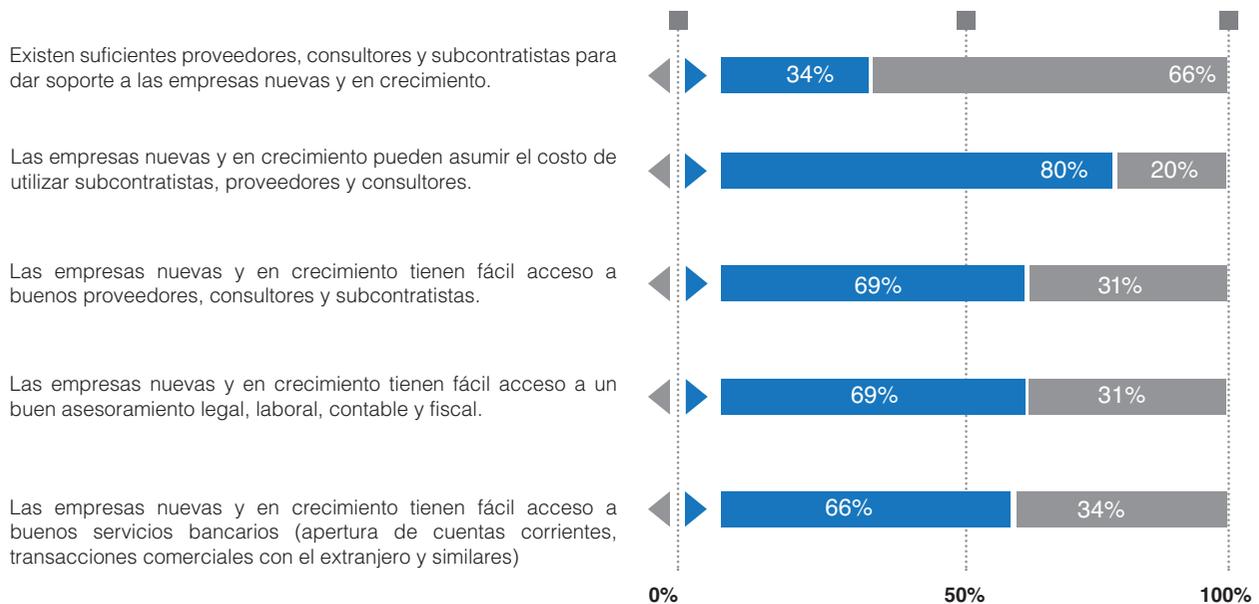
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso 2018

3.8 INFRAESTRUCTURA PROFESIONAL

En este ítem, existe una clara concordancia con el comportamiento de los otros indicadores, donde los expertos consideran que existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento (66%) pero que, a pesar de existir una oferta suficiente, es difícil asumir el costo (80%) y acceder (69%) a esta red para las empresas nuevas y en crecimiento. Asimismo, según los expertos consultados también es difícil el acceso a buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal (69%).

Esto evidencia la disyuntiva que existe en relación con la variedad y suficiencia de la infraestructura profesional frente a la dificultad de acceso a esta por parte de las empresas nuevas y en crecimiento. Punto aparte a destacar, los expertos consultados manifiestan una mejor percepción en relación a que las nuevas empresas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (34% en acuerdo) frente a la medición anterior (26%), lo cual es consistente con la opinión de los expertos en relación al apoyo financiero revisando anteriormente.

Figura 35: Infraestructura Profesional.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso 2018

3.9 APERTURA AL MERCADO INTERNO

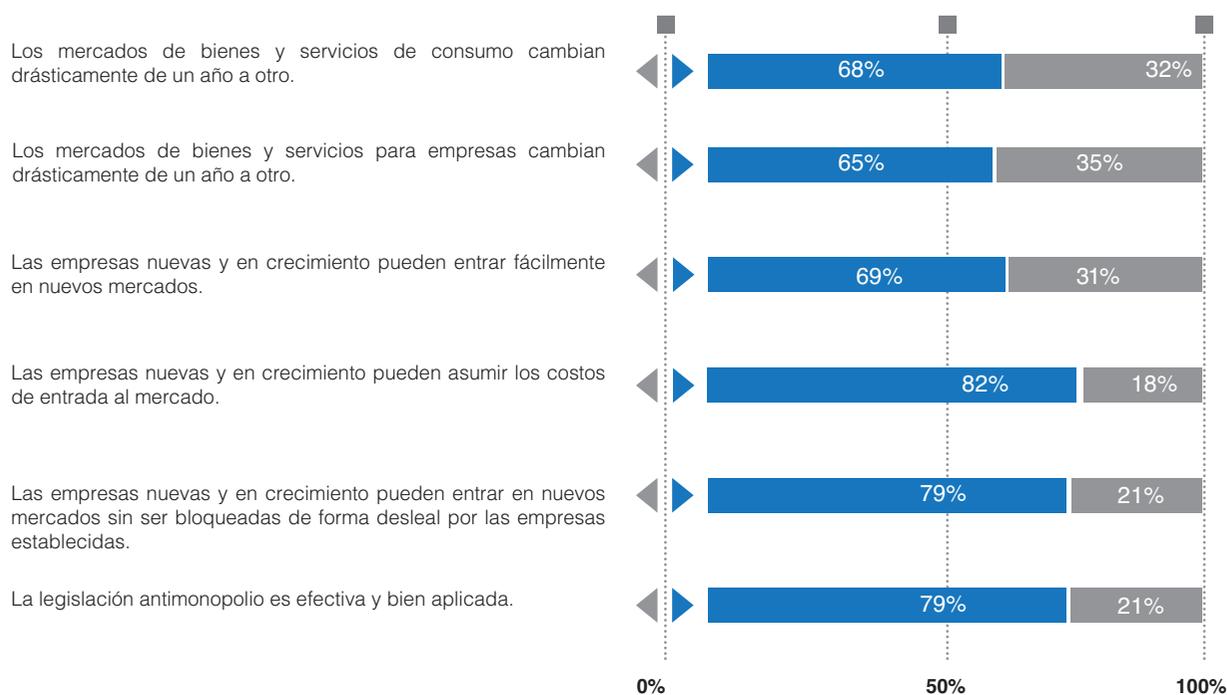
Con respecto a la Apertura al Mercado Interno, existe una constante opinión de los expertos con que los mercados de bienes y servicios resultan más bien estáticos, sin cambios drásticos entre un año y otro (68%). Además, el mercado de bienes y servicios para empresas cuentan con el mismo comportamiento que el año anterior (65%). Esto refleja que los mercados de las distintas industrias no son dinámicos con respecto al ingreso o salida de nuevos competidores, dificultando la libre competencia.

Conforme con lo anterior, un 69% de los expertos se encuentra en desacuerdo con la idea de que las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados y que, una variable importante resulta el alto costo que

significa entrar a un mercado por sus barreras de entrada donde solo un 18% de los expertos consultados concuerda con que las empresas nuevas y en crecimiento puedan asumir los costos anteriormente mencionados.

En general, el ingreso de nuevas empresas se ve mermado por los altos costos asociados al ingreso al mercado y la estática movilidad de la industria. Un factor importante es la legislación que se debe encargarse de promover la libre competencia, donde un 79% de los expertos consultados se encuentra en desacuerdo con que la legislación antimonopolio resulta efectiva y bien aplicada, lo que en el contexto nacional se ve reflejado en las altas concentraciones de mercado y consecuente bajo nivel de competencia mostrado.

Figura 36: Apertura al Mercado Interno.



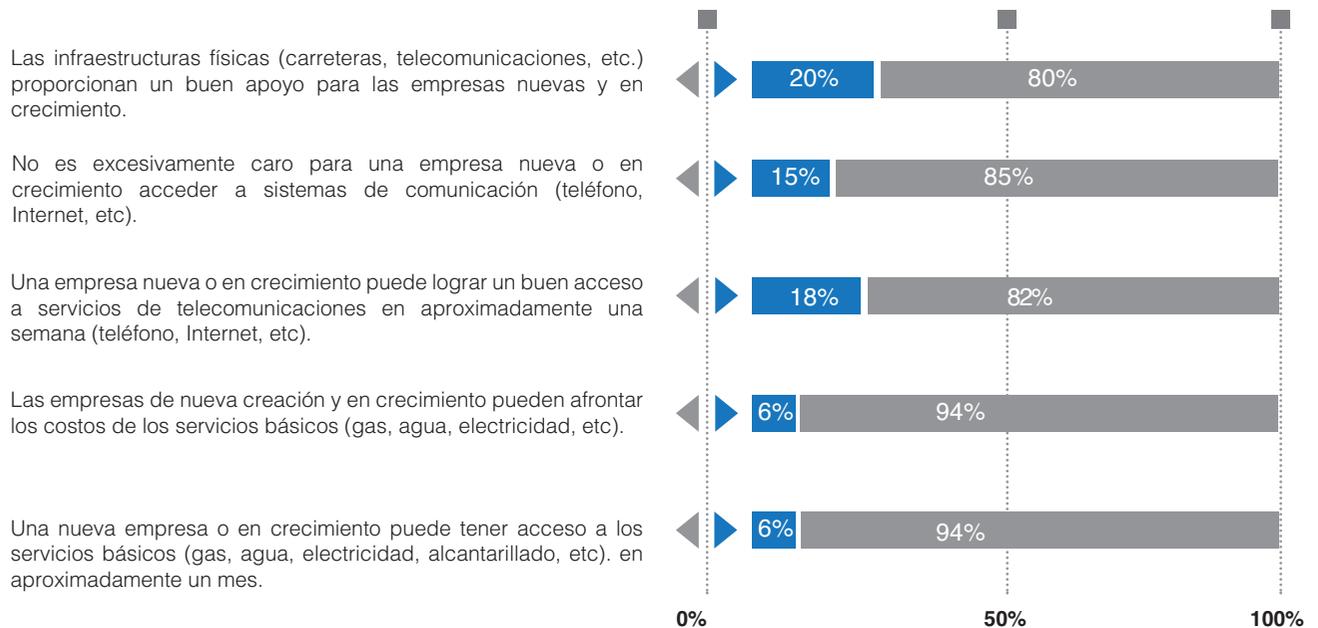
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso 2018

3.10 ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Como ha sido tendencia en los últimos años, el acceso a la infraestructura física para los negocios resulta sumamente bien valorada por los expertos regionales, incluso mostrando mejora en algunos tópicos. En ese contexto, un 94% opina que está de acuerdo con que una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos, mayor al 89% del año anterior, y un 94% está de acuerdo con que estas empresas pueden asumir los costos asociados a los servicios básicos, mayor al 86% de la medición anterior.

Los demás tópicos se encuentran bien evaluados superando el 80% de aprobación en todos los casos. En definitiva, la infraestructura física disponible para llevar a cabo actividades relacionadas con el emprendimiento naciente o en crecimiento es un aspecto constantemente destacado por parte de los expertos consultados.

Figura 37: Acceso a la Infraestructura Física.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso 2018

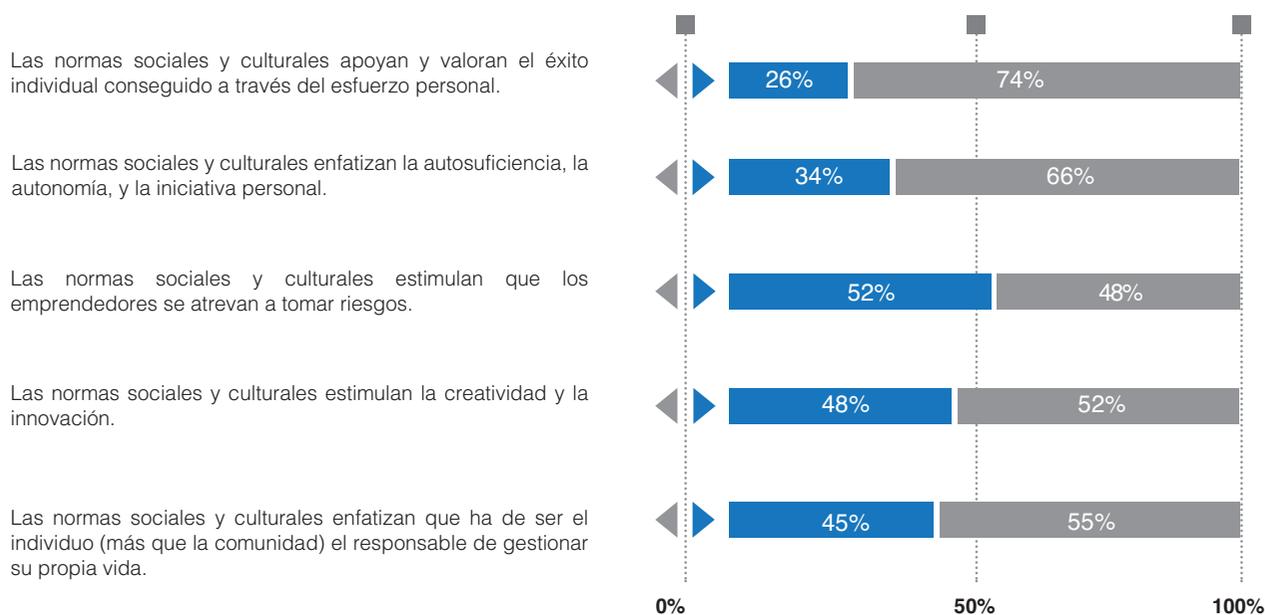
3.11 NORMAS SOCIALES Y CULTURALES

La influencia social y cultural resulta ser una variable importante para la actividad emprendedora. De esta forma, los expertos consultados consideran que estas normas apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal (74%) y que las mismas enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal (66%). Si bien estos valores son levemente menores a los del periodo anterior (82% y 69% respectivamente) sigue siendo un aspecto positivo.

Además, un 48% se encuentra de acuerdo con que las normas sociales y culturales estimulan que los emprendedores se atrevan a tomar riesgos, porcentaje similar al año 2017 (47%).

Estas apreciaciones evidencian que la sociedad busca, estimula y valora positivamente a las personas que buscan hacer de su negocio una opción viable de trabajo a nivel regional: los emprendedores.

Figura 38: Normas Sociales y Culturales.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso 2018

CONSIDERACIONES FINALES

El GEM permite contar con indicadores anuales de las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de la población adulta, así como también de la opinión de expertos nacionales y regionales, lo cual sin duda contribuye a que este estudio sea un referente sumamente relevante dentro del ecosistema emprendedor mundial. Desde el año 2007 ha sido desarrollado en la Región de Valparaíso, lo que ha permitido monitorear los avances y desafíos pendientes que existen para transformar al emprendimiento en uno de los principales motores de la economía de nuestra región.

Este nuevo ciclo 2018-2019 del GEM Región de Valparaíso da cuenta de actitudes favorables hacia el emprendimiento por parte de la población adulta de la región, destacándose una positiva percepción del emprendimiento como carrera deseable, del reconocimiento a los emprendedores exitosos y de la atención que los medios de comunicación asignan al emprendimiento, lo cual sumado a un escaso miedo al fracaso, evidencia el carácter,

resiliencia y tenacidad de los habitantes de nuestra región.

La actividad emprendedora en tanto registra un panorama algo menos alentador, en efecto, para la presente medición se registra un leve descenso en la tasa de emprendimientos en etapas iniciales motivados por oportunidad, particularmente aquellos donde la oportunidad se traduce en perseguir mayores ingresos. No obstante, la buena noticia viene de la mano de los emprendimientos nacientes, donde se evidencia un aumento de aquellos motivados por oportunidad. Por otra parte, la composición de esta actividad emprendedora se mantiene relativamente constante respecto de las últimas mediciones, esto es, emprendedores principalmente de los niveles socioeconómicos ABC1 y C2, mayores niveles educativos para los emprendimientos en etapas iniciales que establecidos, y emprendimientos principalmente orientados a servicios al consumidor final. Asimismo, cabe destacar el aumento de la cantidad de emprendimientos liderados por mujeres, principalmente motivados por oportunidad.

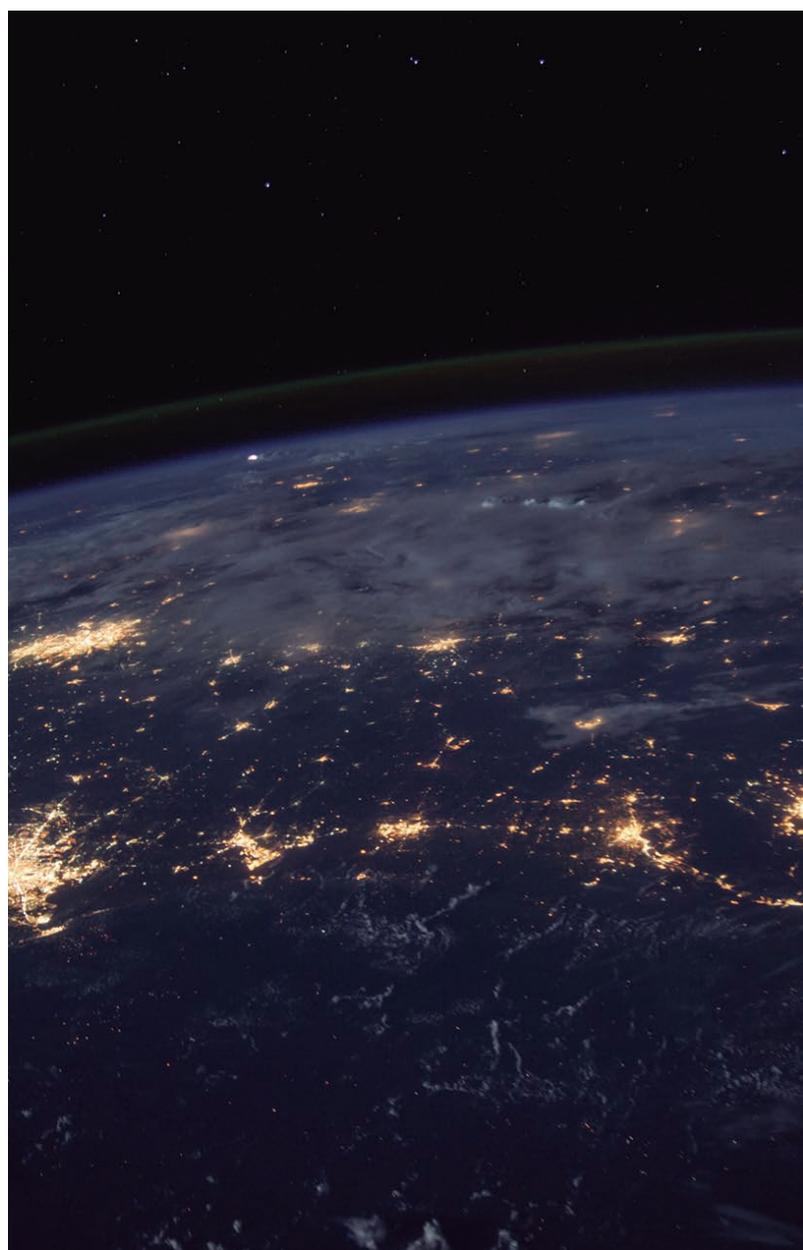


Las aspiraciones emprendedoras por otra parte, siguen mostrando un emprendimiento tímido en cuanto a sus expectativas de crecimiento, uso de nuevas tecnologías, expansión e internacionalización, sin embargo, es importante destacar que este año nuevamente se observa un aumento en la percepción de la innovación de los emprendimientos, en ese sentido, cada vez son más los emprendedores que afirman que sus productos y servicios son nuevos para algunos de sus consumidores, lo que evidencia también un mayor grado de segmentación en sus propuestas de valor.

La evaluación del entorno y las condiciones para el emprendimiento por parte los expertos consultados en la presente edición, muestra opiniones más bien negativas pero mejores que lo evidenciado en los últimos años. Al respecto, cabe destacar nuevamente este año la positiva valoración de los expertos consultados en cuanto a la infraestructura física, normas sociales y culturales, y programas de gobierno en post de la actividad emprendedora. Al contrario, destaca para esta edición la negativa valoración de los expertos consultados respecto del acceso a financiamiento y la transferencia de I+D, aun cuando valoran la importancia de este último ítem para apoyar el emprendimiento de alto impacto.

En resumen, la presente medición deja un panorama alentador en cuanto a la positiva actitud y valoración del emprendimiento por parte de la población adulta, con un mayor nivel educacional y mayor nivel socioeconómico de los emprendedores tanto en etapa inicial como establecida, y con una mayor proporción de emprendimientos liderados por mujeres, particularmente aquellas motivadas por la oportunidad de independencia que implica tener un negocio propio. Sin embargo, esto se ve mermado por débiles aspiraciones de expansión y uso de tecnologías en sus procesos productivos. En este punto es donde insistimos nuevamente en que un sólido ecosistema emprendedor puede ayudar a generar mejores condiciones que permitan a los emprendedores el logro de sus objetivos.

Finalmente, como equipo GEM Región de Valparaíso reafirmamos nuestro compromiso para que el proyecto GEM Chile, y especialmente nuestra edición regional, puedan seguir aportando al desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva de la investigación académica, y que los datos y análisis realizados incentiven a tener un mejor emprendimiento para Chile y el mundo.



REFERENCIAS

- Acs, Z. J. (2008). Foundations of high impact entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 4(6), 535-620.
- Acs, Z. J., Szerb, L., & Autio, E. (2015). The global entrepreneurship and development index. In *Global Entrepreneurship and Development Index 2014* (pp. 39-64). Springer, Cham.
- Amorós, J.E., M. Guerra, O. Pizarro & C. Poblete (2011) *Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2010-2011*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad del Desarrollo.
- Autio, E. (2007). *Global entrepreneurship monitor: 2007 global report on high-growth entrepreneurship*. Babson College.
- Bosma, N. (2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurial Research. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248
- Bosma, N. & Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Global Report 2018*
- Bosma, N., Wennekers, S., Guerrero, M., Amorós, J. E., Martiarena, A., & Singer, S. (2013). *Global entrepreneurship monitor special report on entrepreneurial employee activity*.
- Guerrero, M., & Serey, T. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile 2018*.
- Headd, B. (2003). Redefining business success: Distinguishing between closure and failure. *Small business economics*, 21(1), 51-61.
- Kihlstrom, R. E., & Laffont, J. J. (1979). A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of political economy*, 87(4), 719-748.
- Know, S-W. and P. Arenius (2010). "Nations of entrepreneurs: A social capital perspective." *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.
- Mason, C., & Brown, R. (2014). *Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final Report to OECD, Paris*, 30(1), 77-102.
- Mason, C. & R. Harrison (2006). After the Exit: Acquisitions, Entrepreneurial Recycling and Regional Economic Development. *Regional Policy*, 40(1), 55-73.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, n., Servais, I., Lopez-Garcia, P. & Chin, N. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Schumpeter, J. A. (1912, reedit. 1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Stam, E., N. Bosma, A. Van Witteloostuijn, J. De Jong, S. Bogaert, N. Edwards & F. Jaspers (2012). *Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy*, AWT report, 41. The Hague: AWT.
- Stam, F. C., & Spigel, B. (2016). *Entrepreneurial ecosystems*. USE Discussion paper series, 16(13).
- Welter, F., & Smallbone, D. (2011). Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 107-125.

FICHA METODOLÓGICA

ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA

Tipo de estudio	Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara
Universo	Población chilena entre 18 - 64 años.
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2017 - INE.
Total muestral	8.955 casos del año.
Fecha de trabajo de Campo	Mayo - Septiembre 2018.
Encuestador	Questio - Estudios de mercado y opinión.

ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES

Tipo de estudio	Encuesta auto-administrada
Muestra	477 expertos de 10 regiones del país más la medición a nivel nacional.
Fecha de trabajo de Campo	Mayo - Julio 2018.
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile.

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS EXPERTOS SEGÚN ESPECIALIDAD

Porcentaje	Especialidad
10,5%	Apoyo Financiero
10,5%	Políticas Gubernamentales
13,2%	Programas de Gobierno
13,2%	Educación para el Emprendimiento
10,5%	Transferencia de I+D
10,5%	Infraestructura Comercial y Profesional
10,5%	Apertura del Mercado Interno
10,5%	Infraestructura Física
10,5%	Normas Sociales y Culturales

EXPERTOS CONSULTADOS

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

Alejandra Elizabeth Berríos Lizana

Alejandra San Miguel López

Alejandro Alberto Corvalán Quiroz

Andrea Mora

Carmen Angélica Greco Silva

Claudio León Vilches

Cristian Duco

Danixa Alejandra Becerra Castro

Deborah Ahumada Paredes

Diego Stevens Ibáñez

Edith Arce González

Eitan Fried

Emilio Becker

Esteban Vega Toro

Franco Demaria Torres

Hardy Omar Chávez Velásquez

Hugo Villarroel

Isabel Brito Aguirre

Jaime Arnaiz Ardiles

Jaime González

Jorge Pedro Castillo

Josefina Ivonne Nahoe Zamora

Juan Graffigna Bordigoni

Karla Fernandini Vargas

Leslie Bridshaw Araya

Loreto Morales Acevedo

Loreto Olivos

Manuel Avilés Pérez

Marcela Pastenes Asmad

Mario Dorochesi Fernandois

Mauricio Silva Malig

Mónica González

Oscar Bruna Gallardo

Rafael Torres

Rodrigo Sánchez Giraldez

Rodrigo Troncoso Sanguesa

Rosy Cecilia Quiroga Valdovinos

Werner Kristjanpoller

SOBRE LOS AUTORES



Cristóbal Fernández Robin

Doctor en Ingeniería Industrial, mención Innovación en la Empresa, Universidad de Lleida, España. Magister en Ciencias de la Ingeniería Industrial, Universidad de Chile. Ingeniero Civil Industrial, Universidad Técnica Federico Santa María, Chile. Académico del área de Dirección Estratégica, Ingeniería de Mercado y Emprendimiento del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María. Director del Departamento de Industrias y Director del Centro de Ingeniería de Mercados del Departamento de Industrias de la USM, CIMER.



Paulina Santander Astorga

Doctora en Psicología, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile. Magíster en Educación y Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. Diplomada en Métodos Cualitativos en Investigación Psicosocial, Universidad de Chile. Psicóloga, Universidad de Valparaíso. Profesora de metodología de la investigación e Investigadora del área de Dirección Estratégica, Ingeniería de Mercado y Emprendimiento del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María. Su línea de trabajo específico es género y emprendimiento.



Diego Yáñez Martínez

Magister en Marketing, Universidad de Chile. Ingeniero Comercial, Universidad Técnica Federico Santa María, Chile. Docente del área de Dirección Estratégica, Ingeniería de Mercado y Emprendimiento del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María.

COORDINACIÓN DEL GEM REGIÓN DE VALPARAÍSO

Ha sido desarrollado por el Departamento de Industrias a través del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER) perteneciente a la Universidad Técnica Federico Santa María.

www.industrias.usm.cl

CONTACTO:

Cristóbal Fernández Robin

Director del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María y Director del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER).

cristobal.fernandez@usm.cl

Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER

El Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, es una unidad especializada en investigación de mercado y marketing; creada a comienzos del 2006 dentro del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María.

CIMER busca entregar soluciones a las problemáticas actuales asociadas al área de marketing de las empresas, entregando respuestas apropiadas a las necesidades de información de éstas y apoyando la toma de decisiones estratégicas y operativas. CIMER ha gestionado y construido para ello estudios, modelos y estrategias de marketing confiables, basados en metodologías tanto cualitativas como cuantitativas.

www.cimer.usm.cl
cimer@usm.cl-**natalia.cortes@usm.cl**
+56 (32) 2654793

Paralelamente CIMER tiene dentro de sus objetivos el desarrollo de una potente área de investigación y de apoyo a la docencia, con el fin de ir siempre a la vanguardia en el conocimiento en las áreas de marketing e investigación de mercados.

El equipo de CIMER cuenta con profesionales dedicados a diferentes áreas de la ingeniería, marketing, estadística, psicología, sociología, antropología y diseño, añadiendo una gama multidisciplinaria de profesionales que forman parte de la Universidad Federico Santa María y del Departamento de Industrias. Sumado a esto mantiene un importante número de relaciones de cooperación con importantes empresas y centros de investigación nacionales e internacionales.

MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE

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

- Correo: gem@udd.cl
- Página web: negocios.udd.cl/gemchile

COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES

El proyecto GEM Chile materializa una perspectiva regional a través de alianzas con prestigiosas instituciones. A continuación se presentan los equipos regionales, y sus respectivos investigadores, que participaron en el ciclo 2018.

Región	Institución	Equipo
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Evadil Ayala Riquelme
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romani Miguel Atienza
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Karla Soria Guillermo Honores
Región de Valparaíso	Universidad Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Paulina Santander Astorga Diego Yáñez Martínez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	Maribel Guerrero Vesna Mandakovic Tomás Serey

Región	Institución	Equipo
Región del Maule	Universidad Tecnológica de Chile - INACAP	Felipe Jara Gustavo Barrera Juan Acevedo Bastían Chavez
Región del Bio-Bio	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza Hugo Baier
	Universidad del Desarrollo	Maribel Guerrero Vesna Mandakovic Tomás Serey
Región de La Araucanía	Universidad de la Frontera	Leva Zebryte
Región de Los Ríos Región de Los Lagos Región de Aysén	Universidad Tecnológica de Chile - INACAP	Felipe Jara Gustavo Barrera Juan Acevedo Bastían Chavez

PATROCINADORES

Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María



El Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María es una unidad académica líder en innovación, emprendimiento y gestión. Dentro de las labores del Departamento, se destaca el desarrollo de las áreas de investigación, innovación tecnológica, gestión operacional, economía y finanzas, lo cual permite efectuar una docencia teórico-práctica de excelencia con una propuesta de valor única en Chile. Desde su creación en el año 1988, el Departamento de Industrias ha estado orientado a entregar una preparación que contribuye decisivamente en la formación del Ingeniero Civil Industrial gracias a una metodología que aborda tanto los negocios como la tecnología. Esta visión integradora es un sello característico que permite a nuestros alumnos tomar las decisiones adecuadas y oportunas que se traducen en la gestión eficiente de recursos.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo



La Misión del Ministerio de Economía es promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país, la iniciativa privada y la acción eficiente de los mercados, el desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de la economía del país a fin de lograr un crecimiento sostenido, sustentable y con equidad, mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país y sus organizaciones corporativas y las instituciones relacionadas con el desarrollo productivo y tecnológico del país, tanto públicas y privadas, nacionales y extranjeras.



CORFO (Corporación de Fomento de la Producción)

CORFO tiene como misión mejorar la competitividad y la diversificación productiva del país, a través del fomento a la inversión, la innovación y el emprendimiento, con lo cual, fortalece además, el capital humano y las capacidades tecnológicas. Con todo ello permite alcanzar el desarrollo sostenible y territorialmente equilibrado, mediante la creación de programas e instrumentos que incentiven el desarrollo de la actividad productiva del país, la coordinación público privada y la generación de ecosistemas de emprendimiento.



Acción Emprendedora

ONG Acción Emprendedora es una corporación sin fines de lucro dedicada a la formación y desarrollo integral de emprendedores del país. La institución busca contribuir a la disminución de la desigualdad en Chile, potenciando el emprendimiento como vía para la movilidad social y el fortalecimiento económico de la población. Con 15 años de experiencia en el ámbito del emprendimiento y la innovación, la organización beneficia a más de 3000 emprendedores cada año, poniendo énfasis en proyectos liderados por jóvenes y por mujeres. Acción Emprendedora está presente en Valparaíso desde el año 2008, aportando al fortalecimiento del ecosistema emprendedor y a la dinamización de la economía regional. La Institución trabaja de manera colaborativa con organismos públicos y privados, así como con municipios, universidades, liceos técnicos y otras organizaciones ligadas al emprendimiento.



Housenovo

Es un ecosistema de emprendimiento donde te apoyamos para que tu idea o tu empresa avance, mediante espacio de trabajo, entrenamiento, networking y red de inversión.





Global Entrepreneurship Monitor



www.industrias.usm.cl



CIMER
CENTRO DE INGENIERÍA DE MERCADOS
www.cimer.usm.cl

www.gemchile.cl

Contacto
cimer@usm.cl

