



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Nacional de Chile | 2010



EMPRENDIMIENTO =

Actitudes + Actividades + Aspiraciones

José Ernesto Amorós | Carlos Poblete Cazenave



Universidad del Desarrollo
Universidad de Excelencia





GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Nacional de Chile | 2010

José Ernesto Amorós

Carlos Poblete Cazenave

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Nacional de Chile | 2010

PRIMERA EDICIÓN

EDICIONES UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Inscripción N° 201.993

Santiago – Chile

ISBN: 978-956-7961-50-4

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio que el año 2010 fue constituido por equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Angola, Arabia Saudita, Argentina, Australia, Bélgica, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Chile, China, Cisjordania y Franja de Gaza, Colombia, Corea, Costa Rica, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Egipto, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Ghana, Grecia, Guatemala, Hungría, Irán, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Macedonia, Malasia, México, Montenegro, Noruega, Países Bajos, Pakistán, Perú, Portugal, Reino Unido, Rumania, Rusia, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Taiwán, Trinidad y Tobago, Túnez, Turquía, Uganda, Uruguay, Vanuatu, Zambia. El Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report, los resúmenes nacionales del GEM 2010, 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.

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

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

Diagramación: Trinidad Concha

Impreso en Chile / Printed in Chile

Grafica Andes Limitada

Santiago de Chile

Fono: 56-2-7733605

Rut: 88.100.800-9

Índice de Contenidos

Presentación	7
Resumen Ejecutivo	8
¿Cómo es el Emprendedor Chileno?	10
1 Introducción	11
1.1 Concepto de Emprendimiento en el GEM	11
1.2 El Modelo del GEM	13
1.3 El Contexto para el Emprendimiento	14
Emprendimiento: Actitudes, Actividad y Aspiraciones	15
1.4 La Metodología del GEM	16
1.5 La Estructura de este Reporte	16
2 La Perspectiva del Emprendimiento a Nivel Global y Nacional	18
2.1 Actitudes Emprendedoras	19
2.2 Actividades Emprendedoras	23
Motivaciones Emprendedoras	30
Distribución por Sectores	32
Edad y Sexo	33
Nivel Educativo	36
Nivel de Ingresos	37
Situación Laboral de los Emprendedores	37
Descontinuación de los Negocios	38
2.3 Aspiraciones Emprendedoras	40
Expectativas de Alto Crecimiento	40
Competitividad	42
3 Actitudes, Actividades y Aspiraciones Emprendedoras ante la Coyuntura: La Crisis Económica y el Terremoto del 27F	47
4 Contexto Emprendedor en Chile	52
4.1 Modelo GEM y Encuesta a Expertos	52
4.2 Análisis General de las Condiciones Específicas para Empezar	56
4.3 Transferencia de Investigación y Desarrollo	57
4.4 Educación y Capacitación para el Emprendimiento	59
4.5 Acceso al Mercado Interno	60
4.6 Apoyo Financiero	61
4.7 Infraestructura Comercial y Profesional	62
4.8 Políticas de Gobierno	63

4.9	Programas de Gobierno	64
4.10	Normas Sociales y Culturales	66
4.11	Infraestructura Física	67
4.12	Condiciones que Impulsan y Obstaculizan la Actividad Emprendedora	68
<hr/>		
5	Consideraciones Finales	70
<hr/>		
6	Expertos Consultados	72
<hr/>		
7	Referencias	75
<hr/>		
8	Anexo 1	77
<hr/>		
9	Ficha Metodológica	79
	Encuesta a Población Adulta	79
	Entrevistas a Expertos Nacionales	79
<hr/>		
10	Acerca de los Autores	80
<hr/>		
11	Coordinación del GEM Chile	81
<hr/>		
12	Coordinación del GEM Chile en Regiones	82
<hr/>		
13	Auspiciadores	84
<hr/>		

Índice de Figuras

Figura 1: El Proceso Emprendedor y las Definiciones Operativas del GEM	12
Figura 2: El Modelo del GEM	13
Figura 3: Características de las Fases de Desarrollo y Foco Principal	15
Figura 4: El Modelo y Definiciones del GEM	17
Figura 5: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) en los 59 Países Participantes en el GEM 2010 según Fase de Desarrollo Económico y con un Intervalo de Confianza del 95%	25
Figura 6: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales y PIB per cápita, 2010	26
Figura 7: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales por Región en Chile	28
Figura 8: Porcentaje de Emprendedores en Etapas Iniciales por Motivación para Empezar en las Regiones Participantes de GEM Chile	29
Figura 9: Balance de los Motivadores para Emprendedores en Etapas Iniciales	31
Figura 10: Emprendedores Nacientes por Motivación para Empezar	31
Figura 11: Distribución por Sectores en Emprendimientos en Etapas Iniciales	32
Figura 12: Distribución por Sectores en Emprendimientos Establecidos	33
Figura 13: Emprendimiento en Etapas Iniciales según Grupo de Edad y Fase de Desarrollo Económico	34
Figura 14: Emprendimientos Establecidos según Grupo de Edad y Fase de Desarrollo Económico	34
Figura 15: Tasa de Emprendimiento en Etapas Iniciales (TEA) según Fase de Desarrollo Económico y Sexo	35
Figura 16: Proporción del Nivel de Estudios en Actividad Emprendedora	36
Figura 17: Actividad Emprendedora según Ingreso Familiar	37
Figura 18: Actividad Emprendedora según Tipo de Empleo	38
Figura 19: Razones Expresadas tras la Descontinuación de un Emprendimiento según Tipo de Economía	39
Figura 20: Prevalencia Relativa de Altas y Moderadas Expectativas de Crecimiento en Etapas Iniciales: Porcentajes del TEA 2008-2010	41
Figura 21: Número de Trabajadores y Potencial Número de Trabajadores en los Negocios de las Emprendedoras según Etapa de Emprendimiento	41
Figura 22: Porcentaje de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales y Nuevos Productos y Mercados, 2008-2010	43
Figura 23: Novedad de los Productos Ofrecidos	43
Figura 24: Intensidad de la Competencia Esperada	44
Figura 25: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos	44
Figura 26: Expectativa de Expansión de Mercado	45
Figura 27: Porcentaje Emprendedores en Etapas Iniciales según Orientación a Mercados Internacionales, 2008-2010	46
Figura 28: Actividad emprendedora y exportación	46

Figura 29: Efectos generales de la crisis comparativo 2009-2010	47
Figura 30: Percepción de los efectos de la crisis y el terremoto en las oportunidades de negocios	48
Figura 31: Percepción acerca de las dificultades existentes para crear un negocio comparado con las existentes previo al terremoto	49
Figura 32: Percepción de las oportunidades existentes para hacer crecer su negocio en relación a las existentes el año pasado	51
Figura 33: Condiciones de la Actividad Emprendedora que analiza la encuesta a expertos del GEM	52
Figura 34: Evaluación del Contexto Emprendedor 2010	54
Figura 35: Evolución del Contexto Emprendedor de Chile, 2005-2010	55
Figura 36: Opinión Expertos Nacionales y Total de Expertos	56
Figura 37: Evaluación de la Transferencia de I+D	58
Figura 38: Evaluación de Educación y Capacitación para el Emprendimiento	60
Figura 39: Evaluación de la Facilidad para Acceder a Nuevos Mercados y Clientes	61
Figura 40: Apoyo Financiero para el Emprendimiento	62
Figura 41: Evaluación de la Infraestructura Comercial y Profesional	63
Figura 42: Evaluación de las Políticas de Gobierno para el Emprendimiento	64
Figura 43: Evaluación de los Programas de Gobierno para el Emprendimiento	65
Figura 44: Evaluación de la Preocupación del Gobierno por el desarrollo de Empresas de Alto Potencial de Crecimiento	65
Figura 45: Evaluación de las Normas Sociales y Culturales Proclives al Emprendimiento	66
Figura 46: Valoración Social del Ser Empresario	67
Figura 47: Evaluación de Acceso a Infraestructura Física para los Negocios	67
Figura 48: Condiciones Determinantes del Emprendimiento en Chile	68
Figura 49: Medidas para Mejorar el Entorno Emprendedor	69

Índice de Tablas

Tabla 1: Actitudes y Percepciones Emprendedoras en los 59 Países Pertenecientes al Consorcio GEM Durante el 2010 por Fase de Desarrollo Económico	21
Tabla 2: Factores de Influencia en la Percepción de los Encuestados según Etapa del Emprendimiento (Porcentaje de respuestas afirmativas)	22
Tabla 3: Actividad Emprendedora en los 59 Países Participantes en el GEM 2010 según Fase de Desarrollo Económico	24
Tabla 4: Evolución de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales en Países de América Latina y el Caribe	27

Presentación

El año 2010 quedará indeleble en la memoria colectiva del país. Se iniciaba el año del Bicentenario con el virtual cambio de gobierno después de 20 años de la misma coalición gobernante. Pero el “27F”, uno de los peores desastres naturales en la historia moderna de Chile, cambió el escenario y el accionar de miles de chilenos. Si bien aún hay múltiples tareas por hacer, muchos emprendedores fueron un pilar fundamental de la pronta recuperación del país. Para quienes trabajamos en la elaboración del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Reporte Nacional de Chile 2010, este ciclo es especial no sólo por la coyuntura, sino por la consolidación del propio proyecto GEM a pesar, justamente, de un año complejo en materia socio-económica.

El proyecto GEM es resultado del esfuerzo académico y de coordinación interinstitucional de 80 países, que ha hecho del GEM uno de los proyectos de investigación, sobre emprendimiento, más importantes a nivel internacional. En Chile es resultado del trabajo de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Desarrollo. En el país, el proyecto GEM se ha consolidado tanto en la profundidad de sus análisis como en la amplia cobertura regional. Esto nos permite continuar proporcionando una mejor calidad y confiabilidad de los datos. Este año pudimos cubrir 11 regiones incluyendo la Región Metropolitana de Santiago, lo cual nos posiciona como uno de los estudios en ciencias sociales más amplio del país.

Este gran esfuerzo nacional y regional hace que el proyecto GEM sea un importante aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública. Con el GEM queremos ofrecer la más completa información sobre la situación

del emprendimiento, considerando una dimensión que abarca desde lo local a lo global.

Agradecemos a las universidades e instituciones asociadas a nivel regional: Universidad de Tarapacá, Corporación Privada para el Desarrollo de la Universidad Arturo Prat, Agencia Regional de Desarrollo Productivo Atacama, Universidad Católica del Norte (sede Antofagasta y Coquimbo), Universidad Técnica Federico Santa María, Universidad Mayor, Corporación de Desarrollo Pro O’Higgins, Universidad Católica del Maule, Universidad Católica de la Santísima Concepción, Universidad del Desarrollo (sede Concepción) y Universidad de la Frontera, así como a sus coordinadores e investigadores y a sus diferentes auspiciadores. Agradecemos la invaluable ayuda de todas las personas que respondieron en calidad de expertos la encuesta sobre las condiciones nacionales para el emprendimiento. Asimismo, a los más de 7000 encuestados anónimos que son una parte especial de esta investigación. A estas mujeres y hombres a lo largo del país muchas gracias por aportar a esta iniciativa de investigación, contribuir al crecimiento del proyecto GEM Chile. Finalmente a todas las personas involucradas en la actividad emprendedora del país, gracias por apoyar esta actividad aún en situaciones muy adversas, sobre todo en las regiones más dañadas por el terremoto. Reafirmamos que Chile necesita más y mejores emprendedores.

Queremos volver a dedicar este reporte a todos los emprendedores; micro, pequeños, medianos y grandes empresarios del país. Gracias por (re)construir un mejor país.

JOSÉ ERNESTO AMORÓS, PHD
COORDINADOR GEM CHILE.

Resumen Ejecutivo

El Global Entrepreneurship Monitor, GEM, es el mayor proyecto de investigación internacional que analiza la propensión de la población adulta de un país para participar en actividades emprendedoras. A la fecha el GEM es uno de los pocos proyectos académicos que permite tener datos armonizados comparables a nivel internacional, de manera sistemática y de forma anual. Este proyecto fue ideado en 1997 por investigadores de la London Business School, U.K., y Babson College, EE.UU., y el primer estudio del GEM fue constituido por un grupo de 10 países en 1999. Desde aquel entonces el GEM se ha transformado en un consorcio conformado por más de 80 equipos nacionales. En 2004, London Business School y Babson College transfirieron el capital intelectual del GEM a la Asociación de Investigación en Emprendimiento Global (GERA por su sigla en inglés), organización sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos nacionales más las dos instituciones fundadoras y las instituciones patrocinantes.

En Chile, el proyecto GEM se inició en el año 2002 y para el ciclo 2010 fue coordinado por la Universidad del Desarrollo. Desde el año 2007, GEM Chile ha incorporado el análisis de la actividad emprendedora en regiones, generando alianzas con prestigiosas Universidades e Instituciones regionales que han permitido que actualmente se estudie la actividad emprendedora en 11 regiones del país: Región de Tarapacá, Arica y Parinacota, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, del Libertador Bernardo O'Higgins, del Maule, del Bío-Bío y la Región de la Araucanía.

El GEM hace una recolección de información primaria relevante sobre el emprendimiento. Esto a través del uso de dos metodologías. La pri-

mera es una encuesta aleatoria, la cual consiste en aplicar un cuestionario estructurado a una muestra compuesta por 7195 adultos mayores de 18 años. Esta encuesta se conoce como APS. La segunda metodología consiste en la aplicación de una encuesta a expertos, también conocida como NES, sobre temas específicos del contexto para el emprendimiento en el país. Cabe mencionar que en este ciclo del GEM se encuestó a 476 expertos y expertas de las 11 regiones pertenecientes a GEM Chile. Estas metodologías permiten que, a diferencia de otros estudios, el GEM se focalice en la Figura del emprendedor, adoptando una aproximación comprensible y considerando el grado en que las personas se involucran en actividades emprendedoras dentro de un país, identificando diferentes tipos y fases del emprendimiento. En el GEM se denominan emprendedores en etapas iniciales a la proporción de la población adulta y nacional que es dueño de un negocio, pero que éste no supera los 3,5 años de antigüedad, mientras que se considera un emprendedor establecido como todo aquel que es dueño de un negocio que supera los 3,5 años de antigüedad.

Actitudes Emprendedoras

En Chile, según la metodología del GEM, se estima que el 71,2% de la población adulta considera que las personas que alcanzan abrir un nuevo negocio obtienen un alto prestigio social, un 87,4% que el ser un empresario es una opción de carrera deseable, pero sólo un 45,7% considera que los medios de comunicación hacen visible casos de emprendedores exitosos. En este mismo sentido, el 65,0% de la población adulta chilena opinó que habrá buenas oportunidades para ini-

ciar un nuevo negocio, indicador que mejora sustancialmente respecto la 2009 que era 52,0%. En relación a este indicador, cuando se le pregunta a los emprendedores por las oportunidades percibidas se destaca que el 75,9% de los emprendedores en etapas iniciales y el 66,0% de los establecidos consideró que en los próximos 6 meses habrán buenas oportunidades para iniciar negocios.

Actividades Emprendedoras

Actualmente, el GEM estima que en nuestro país, el 16,8% de la población adulta entre 18 y 64 años se considera un emprendedor en etapas iniciales y un 6,0% un emprendedor establecido. Estas cifras demuestran un aumento de 1,9 puntos porcentuales en lo que se refiere a emprendedores en etapas iniciales y una leve disminución de unos 0,7 puntos en los establecidos, en relación a la medida correspondiente al año anterior.

A este porcentaje de la población se les preguntó por los motivos que los llevaron a emprender. Según la apreciación del GEM este año, el 52,6% de los emprendedores en etapas iniciales se encuentra motivado por una oportunidad de negocio (incluye a un 29,8% que buscaba incrementar sus ingresos, un 23,1% independencia económica y un 13,7% que está motivado en parte porque vio una oportunidad, pero también porque necesitaba generar algún tipo de ingreso), mientras que un 29,3% declaró haber emprendido por necesidad, pues no tenía otra forma de ganarse la vida.

En términos generales, según la metodología empleada por el GEM podemos caracterizar al emprendedor chileno en promedio como una persona de sexo masculino, bordeando los 40 años, de clase media, con grados educacionales superiores a los obligatorios en Chile y dueños de negocios orientados preferentemente al sector de servicios al consumidor.

Finalmente, se estima que la mayor parte de los emprendedores trabaja como auto-empleado, es decir está dando empleo formal a otras personas (50,5% de los emprendedores en etapas iniciales y 77,1% de los establecidos). Las otras categorías ocupacionales agrupan porcentajes

muy bajos de emprendedores, destacando que en segundo lugar, el 20,5% de los emprendedores en etapas iniciales y 11,9% de los establecidos manifestaron ser empleadores.

Aspiraciones Emprendedoras

En relación a la creación de empleos, en la actualidad el 59,7% de los emprendedores en etapas iniciales y el 51,3% de los establecidos declararon tener de 1 a 5 personas trabajando en sus negocios. A futuro, el 54,3% de los iniciales y el 46,2% de los establecidos aspiran a contratar de 1 a 5 trabajadores, mientras que un 12,9% de los emprendedores iniciales y 10,5% de los establecidos aspira a contratar 20 trabajadores o más.

En relación a sus productos, el 48,7% de los emprendedores iniciales y el 49,8% de los establecidos manifestaron que sus productos eran nuevos para todos sus clientes. Mientras que un porcentaje muy bajo (13,3% de iniciales y 6,1% de establecidos) declararon que la tecnología usada en su empresa es muy nueva, es decir, inferior a 1 año. Esta situación se condice con la expansión de mercado en donde cerca del 60,3% de los emprendedores se catalogaron como dueños de empresas con algún grado de expansión de mercado, pero sin usar nuevas tecnologías.

Efectos del Terremoto sobre el Emprendimiento

Para este ciclo, se consideró pertinente incorporar un tópico relacionado con los efectos del terremoto del 27 de febrero de 2010. De las respuestas de los emprendedores podemos mencionar que la mayor parte de ellos consideró que iniciar un negocio no es más difícil que lo que significaba hacerlo antes del terremoto. Esta opinión también es compartida cuando se les pregunta por la dificultad de hacer crecer sus negocios. Esta situación podría explicarse porque la mayoría de los emprendedores que manifestaron mayores dificultades se concentran en sólo dos regiones (Maule y Bío-Bío) y por lo tanto las consecuencias del terremoto se ven reducidas al analizar el impacto a nivel nacional.

Contexto Emprendedor en Chile

Tal como se mencionó con anterioridad, una de las metodologías del GEM contempla la aplicación de una encuesta denominada NES, por sus siglas en inglés, y que permite obtener una aproximación a la visión de los emprendedores nacionales en torno al tema y sobre las condiciones del contexto emprendedor en el país. Los resultados de esta metodología demuestran que –según los expertos– sólo “acceso a infraestructura física” tiene una evaluación positiva.

En relación a las variables con niveles más bajos de evaluación, se observa que las posiciones extremas recaen sobre las mismas variables observadas en el año anterior, es decir, “transferencia de I+D” y “educación y capacitación para el emprendimiento”. En consecuencia, dichas variables son consideradas las principales barreras para el desarrollo del emprendimiento, pues se aprecia un escaso flujo de nuevas tecnologías desde el mercado a las empresas y los espacios de interacción entre empresas y universidades son aún muy pobres.

¿Cómo es el Emprendedor Chileno?

Las 10 características del emprendedor en Chile

- 1. SEXO**
El 55,2% de los emprendedores iniciales son hombres y el 44,8% restante son mujeres. Mientras que de los emprendedores establecidos el 66,1% es hombre y el 33,9% es mujer.
- 2. EDAD**
La edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 37 años, mientras que la edad promedio de los establecidos es de 45,5 años.
- 3. ESCOLARIDAD**
Prácticamente la mitad de los emprendedores tiene niveles educativos más allá de la educación obligatoria.
- 4. MOTIVACIÓN**
El 52,6% de los emprendedores iniciales manifestó que su motivación para emprender fue una oportunidad de negocio y el 29,3% lo hizo por necesidad.
- 5. SECTOR ECONÓMICO**
El 58,8% de los emprendedores iniciales y el 49,1% de los establecidos se encuentran insertos en el sector de servicio al consumidor.
- 6. DEDICACIÓN**
El 50,5% de los emprendedores iniciales y el 77,1% de los establecidos se declaran autoempleados.
- 7. CREACIÓN DE EMPLEO**
El 54,3% de los emprendedores iniciales y el 46,2% de los establecidos espera contratar de 1 a 5 trabajadores en los próximos 5 años.
- 8. TECNOLOGÍA**
El 61,9% de los emprendedores iniciales y el 74,5% de los establecidos no utilizan nuevas tecnologías en sus productos.
- 9. INNOVACIÓN**
Prácticamente el 50% de los emprendedores considera que sus productos y servicios son nuevos para sus clientes.
- 10. TERREMOTO**
Cerca del 40% de los emprendedores encuestados considera que el terremoto no afectó las expectativas de crecimiento, la generación de oportunidades y la creación de negocios.

1 Introducción

Ha transcurrido la primera década del siglo XXI, sin duda 10 años marcados por diversos hechos económicos, políticos y sociales que serían prácticamente imposible enumerar. Sin embargo, quisiéramos remarcar el hecho de que durante esta década las actividades emprendedoras y en especial la figura del emprendedor han tomado protagonismo en muchos aspectos, no sólo del acontecer económico sino del desarrollo general de los países. Sin ir más lejos, en nuestro país, el emprendimiento es el centro de diversas agendas público-privadas. Para el mundo académico, privado y de las políticas públicas es ampliamente aceptado que el emprendimiento es una fuerza importante en la generación de cambios económicos y sociales. Sin embargo, la relación entre emprendimiento y desarrollo está aún lejos de ser comprendida por completo. Los esfuerzos por esclarecer estas complejas relaciones han sido obstaculizados por la carencia de bases de datos armonizadas sobre emprendimiento en los diversos países. Desde el año 1997 el proyecto GEM ha procurado subsanar esta carencia por medio de la recolección de información relevante y a la fecha ha analizado a 80 economías de prácticamente todas las regiones del mundo. De este modo, el GEM se focaliza en tres objetivos fundamentales:

- Medir las diferencias en los niveles de actividad emprendedora entre países.
- Develar los factores determinantes de los niveles nacionales de actividad emprendedora.
- Identificar las políticas nacionales que pueden mejorar los niveles nacionales de actividad emprendedora.

El GEM como proyecto, explora del rol de la actividad emprendedora en la economía, poniendo especial énfasis en la relación entre emprendi-

miento y crecimiento económico. De este modo, el modelo del GEM reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de las naciones, así como las diferencias en el rol y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas.

1.1 Concepto de Emprendimiento en el GEM

El emprendimiento es un fenómeno complejo que se extiende a una variedad de contextos. Frente a esto, el GEM adopta una visión amplia del emprendimiento y se focaliza en el rol jugado por diferentes individuos en el proceso emprendedor. A diferencia de la mayoría de las bases de datos sobre emprendimiento que miden la creación de nuevas empresas, el GEM estudia las características de las personas con respecto al comienzo y gestación de un negocio. Esto lo diferencia de otras bases de datos, muchas de las cuales recopilan información sobre la inscripción de nuevas empresas. Las nuevas empresas son, en la mayoría de los casos, iniciadas por individuos. Aún en el caso de organizaciones establecidas, las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras varían de acuerdo a las personas.

Otro principio rector de la investigación del GEM es que el emprendimiento es un proceso. Por lo tanto, el GEM compara más allá de actitudes y aspiraciones emprendedoras de aquellos que están o no comprometidos con emprender. También analiza actitudes, actividades y aspiraciones en diferentes fases del emprendimiento, desde las intenciones generales hasta una fase inicial o “naciente” de los negocios que están en gestación, siguiendo con los nuevos negocios que pueden ser identificados como aquellos que

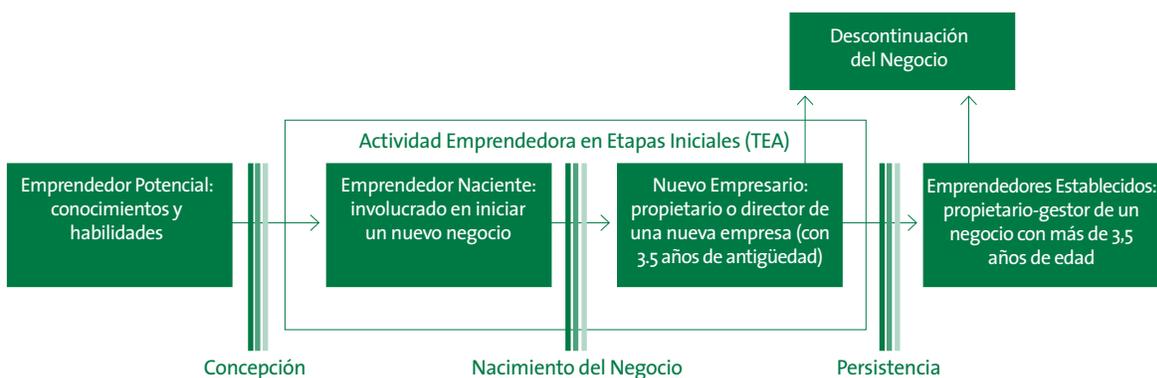
han comenzado operaciones, hasta la fase del negocio establecido y posiblemente la discontinuación del negocio.

Un emprendedor que ha tenido éxito en crear y mantener un negocio ha pasado por todo el proceso. Los procesos emprendedores comienzan antes de que el negocio sea 100% operativo. Alguien que recién comienza un emprendimiento y trata de sobrevivir en un mercado muy competitivo es un emprendedor, a pesar de no tener aspiraciones de gran crecimiento. Por otra parte, una persona que ha estado en los negocios por un número significativo de años y es innovador, competitivo y tiene una mentalidad orientada al crecimiento, sigue siendo un emprendedor. El GEM suministra un paraguas bajo el cual una variedad de características emprendedoras, tales

como motivación, innovación, competitividad y aspiraciones de alto crecimiento, pueden ser estudiadas sistemática y rigurosamente.

Dentro de este contexto, la recolección de datos del GEM cubre el ciclo de vida del proceso emprendedor y mira a la persona a partir del momento en el que compromete recursos para iniciar un negocio del cual tiene la expectativa de ser dueño (emprendedor naciente); cuando ya es dueño y dirige un nuevo negocio y ha pagado salarios por más de tres meses, pero por no más de 42 meses (dueño de un nuevo negocio); y cuando es dueño y dirige un negocio establecido que ha estado en operación por más de 42 meses (dueños de negocios establecidos). La Figura 1 resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

Figura 1: El Proceso Emprendedor y las Definiciones Operativas del GEM



Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribuciones por más de tres meses a cualquier persona, incluyendo los dueños, es considerado el “momento del nacimiento” de un negocio. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios depende de la antigüedad de la nueva empresa. Los que han pagado salarios o sueldos por más de tres meses y menos de 42 meses pueden ser considerados nuevos empresarios. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La suma de los emprendimientos nacientes y la de los dueños de nuevos negocios es lo que el GEM denomina Actividad Emprendedora de Etapas Iniciales o TEA

por sus siglas en inglés (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity). El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aún cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus actividades pueden tener un efecto beneficioso en la economía, porque tanto el ingreso de nuevos competidores y los eventuales nuevos productos y servicios que éstos ofrecen pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño.

Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como emprendedores establecidos. Sus

negocios han sobrevivido el denominado “valle de la muerte” y han dejado las etapas iniciales. En un país una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la sobrevivencia de las empresas. Sin embargo, si un país exhibe altos niveles de emprendimientos establecidos combinados con un bajo grado de actividad emprendedora en etapas iniciales, indica un bajo nivel de dinamismo en la actividad emprendedora.

1.2 | El Modelo del GEM

Como se ha comentado, alrededor del mundo existe un amplio consenso acerca de la importancia del emprendimiento para el desarrollo nacional; gran parte de los emprendedores impulsan y dan forma a los procesos de innovación, aceleran los cambios estructurales en la economía e incluso, hacen que las empresas establecidas deban actualizarse, generando, por lo tanto, una contribución indirecta a la

productividad. Debido a esta situación, es ampliamente aceptado que los emprendedores, particularmente aquellos que logran de forma sostenida crecer su negocio, realizan una importante contribución a la creación de empleos, a veces explicando la totalidad de la creación de nuevos trabajos.

No obstante, a pesar de su importancia, la contribución de los emprendedores a la economía también varía en relación a la fase de desarrollo económico. El modelo del GEM hace una distinción entre las fases del desarrollo económico, en línea con la tipología de Porter y otros (2002) que utiliza el Reporte Mundial de Competitividad del World Economic Forum, es decir, “economías basadas en recursos”, “economías basadas en la eficiencia” y “economías basadas en la innovación”. Cada una de estas etapas también posee diferentes características, las cuales se ven reflejadas en distintos aspectos de la actividad productiva. Como se muestra en la Figura 2, el Modelo del GEM recoge estas características para tratar de medir el efecto de la actividad emprendedora en el crecimiento económico de los países.

Figura 2: El Modelo del GEM



El modelo del GEM remarca que el emprendimiento está compuesto por actitudes, actividades y aspiraciones personales, y que están directa e indirectamente involucradas en actividades emprendedoras. A su vez, esto depende de la sofisticación y grado de innovación que haya en la economía, lo que a su vez también depende de cierto contexto político, social y cultural. Esto no implica que una economía más

desarrollada no requiera de los elementos básicos y de eficiencia para llegar a una “economía emprendedora basada en la innovación”. Asimismo, los países menos desarrollados requieren ir mejorando las condiciones previas a la innovación, pero esto no conlleva a que no haya emprendimiento. Por ejemplo, existe la idea que el nivel de actividad de auto-empleo impulsada por la necesidad es alto, particular-

mente cuando los niveles de desarrollo económico son bajos, esto porque es posible que una economía no sea capaz de sostener un gran número de trabajos en sectores de alta productividad. De este modo, a medida que una economía se desarrolla, los niveles de actividad emprendedora por necesidad gradualmente declinan, debido a que los sectores productivos crecen y generan más oportunidades de empleo. Al mismo tiempo, el emprendimiento por oportunidad tiende a elevarse, introduciendo un cambio cualitativo en la actividad emprendedora tomada en su conjunto.

A continuación se describen cada una de las partes principales del modelo GEM.

1.3 | El Contexto para el Emprendimiento

El modelo del GEM resalta la relevancia de las denominadas Condiciones del Marco para el Emprendimiento (*Entrepreneurial Framework Conditions*) como un indicador del potencial de un país para impulsar el emprendimiento (ver Bosma y otros, 2008). Las condiciones para el emprendimiento reflejan las principales características del ambiente socio-económico del país, las cuales pueden tener un impacto significativo sobre el emprendimiento. A su vez, esas condiciones también dependen de la fase de desarrollo económico en que se encuentre el país.

Las condiciones nacionales relevantes para la actividad económica basada en los recursos y en la eficiencia, también se han adoptado de las mismas que remarca el Reporte Mundial de Competitividad 2010-2011 (Schwab 2010). Respecto a las economías basadas en la innovación, el modelo del GEM hace una contribución adicional en relación al desarrollo económico, al identificar las condiciones que son específicas tanto a la innovación y al emprendimiento. Como Acs y otros (2003) proponen, el emprendimiento transforma la innovación en resultados económicos y una falta de emprendimiento

puede entonces ser vista como un cuello de botella para que los países basados en la innovación puedan lograr mayor de crecimiento.

Es importante reconocer que los tres principales tipos de actividad económica (la basada en recursos, eficiencia y en innovación) están presentes en todas las economías nacionales, pero su prevalencia relativa –y contribución al desarrollo económico– varía. La propuesta del Reporte Mundial de Competitividad es que cada fase del desarrollo económico tiene una combinación diferente de estas tres actividades. Las tres fases están denominadas de acuerdo a la actividad que es la más significativa para la fase y así, la importancia relativa de las condiciones del marco emprendedor para un país puede variar de acuerdo a la fase de desarrollo económico.

Para las economías basadas en recursos, el énfasis está puesto en los requisitos básicos: el desarrollo de las instituciones, la infraestructura, la estabilidad macroeconómica, la salud y la educación primaria. Los requisitos básicos ayudarán a sostener el emprendimiento por necesidad, pero no contribuyen del todo a facilitar el emprendimiento por oportunidad. A medida que la economía progresa y las economías de escala se vuelven más y más relevantes, otras condiciones, que son denominados reforzadores de la eficiencia, aseguran que un funcionamiento adecuado del mercado se vuelva algo importante. Aún cuando estas condiciones no están directamente relacionadas con el emprendimiento en el sentido que le dio Schumpeter (1912 [1934]) y su concepto de “destrucción creativa”, si están indirectamente relacionadas dado que el potencial desarrollo de nuevos mercados atraerá más emprendimientos. Para países cuyo desarrollo está basado en la innovación, las condiciones para el emprendimiento se vuelven más importantes, ya que apalancan el desarrollo económico en mayor medida que los requisitos básicos o los reforzadores de la eficiencia. Los detalles de cuál es rol del emprendimiento en cada fase del desarrollo económico están descritos en la Figura 3.

Figura 3: Características de las Fases de Desarrollo y Foco Principal



Emprendimiento: actitudes, actividad y aspiraciones.

En la literatura reciente, y a lo largo del tiempo, pueden encontrarse diferentes opiniones sobre emprendimiento y, por lo tanto, diversas definiciones de él. Desde Cantillón (1755) hasta las más recientes visiones y conceptos, sobre el emprendimiento que resaltan la naturaleza multifacética y holística de éste se han identificado diversos elementos que son comunes al emprendimiento (Godin y otros, 2008). Tomado en cuenta muchos de estos conceptos, como ya se mencionó, el Modelo del GEM identifica tres componentes principales del emprendimiento: actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras (Acs y Szerb, 2009). Una combinación óptima de estos componentes y su interrelación pueden conformar un sistema emprendedor que ayude al desarrollo económico.

Las actitudes emprendedoras son el grado en que las personas piensan que hay buenas oportunidades para comenzar un negocio, o el grado en que asignan un alto estatus y reconocimiento a los emprendedores. Otras actitudes relevantes podrían incluir el nivel de riesgo que la persona está dispuesta a soportar y la percepción que ésta tiene de sus propias habilidades, conocimientos y experiencia en la creación de un negocio.

Las actitudes hacia el emprendimiento son importantes porque expresan el cambio general de la población hacia los emprendedores y su actividad. Es importante para los países tener personas que puedan reconocer valiosas

oportunidades de negocio y que perciban en sí mismas la existencia de habilidades requeridas para explotar dichas oportunidades. Además, si las actitudes hacia el emprendimiento son positivas, esto generará apoyo cultural, recursos financieros, y beneficios de red para aquellos que son realmente emprendedores o quieren comenzar un negocio.

Las actividades emprendedoras son heterogéneas, sin embargo, un aspecto importante es el grado en que las personas están creando nuevas actividades de negocios, tanto en términos absolutos como en relación a otras actividades económicas, tales como el cierre de negocios. Dentro de este aspecto se pueden distinguir diferentes tipos de actividades emprendedoras. Por ejemplo, la creación de negocios puede variar según sector industrial, tamaño del equipo fundador, el hecho de si el nuevo emprendimiento es legalmente independiente de otros negocios, así como también en las características demográficas del fundador, como género, edad o educación.

La actividad emprendedora suele ser vista como un proceso continuo más que un acontecimiento aislado. Esta es la razón por la cual el GEM mide las intenciones emprendedoras, así como la actividad de negocios en la fase naciente, nueva y establecida. El análisis de la actividad emprendedora también permite explorar las diferencias entre los procesos emprendedores a lo largo de las tres fases principales del desarrollo económico nacional. Por ejemplo, la actividad de negocios nacientes y nuevos se espera que sea mayor en economías basadas en

recursos, fundamentalmente porque muchas de ellas son motivadas por necesidad. En economías basadas en la innovación, la proporción de emprendimientos por oportunidad se espera que sea mayor que en las economías basadas en recursos o en eficiencia.

Finalmente, las aspiraciones emprendedoras reflejan la naturaleza cualitativa de la actividad empresarial. Por ejemplo, los emprendedores tienen diferentes aspiraciones con respecto a su negocio como son el grado de innovación que tendrán sus productos o servicios, nuevos procesos productivos, el procurar acceso a mercados externos o cómo financiar el crecimiento del negocio. No obstante, de concretizarse estas aspiraciones, éstas pueden afectar significativamente el impacto económico de estas actividades emprendedoras.

La innovación de productos y procesos, la internacionalización y las ambiciones por procurar altos niveles de crecimiento son consideradas el sello del emprendimiento impulsado por la ambición o las altas aspiraciones. Es así como el GEM ha creado mediciones para capturar estas aspiraciones.

1.4 | La Metodología del GEM

Una vez que se ha definido el modelo general y las principales definiciones, se explica la metodología que sigue el proyecto GEM. El cual tiene dos instrumentos con los que recopila información primaria, es decir, datos directamente de la fuente de estudio. El primero de estos instrumentos es denominado Encuesta a la Población Adulta y el segundo se denomina Encuesta a Expertos. Adicionalmente el GEM utiliza diversas fuentes secundarias para complementar los indicadores de emprendimiento y hacer comparaciones con otros datos relevantes a nivel internacional.

La Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey, APS) se hace a un mínimo de 2000 adultos, entre 18 y 64 años por país participante en el proyecto. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara o una

combinación de ambos, principalmente durante los meses de mayo a agosto de cada año. En esta encuesta se hacen preguntas precisas acerca de la participación en –y la actitud hacia– el emprendimiento. Con esto se recopilan los datos con los que se analiza en profundidad los elementos del modelo del GEM que tienen relación directa con las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de las personas a nivel nacional, situando a los diferentes países dentro de este contexto internacional.

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

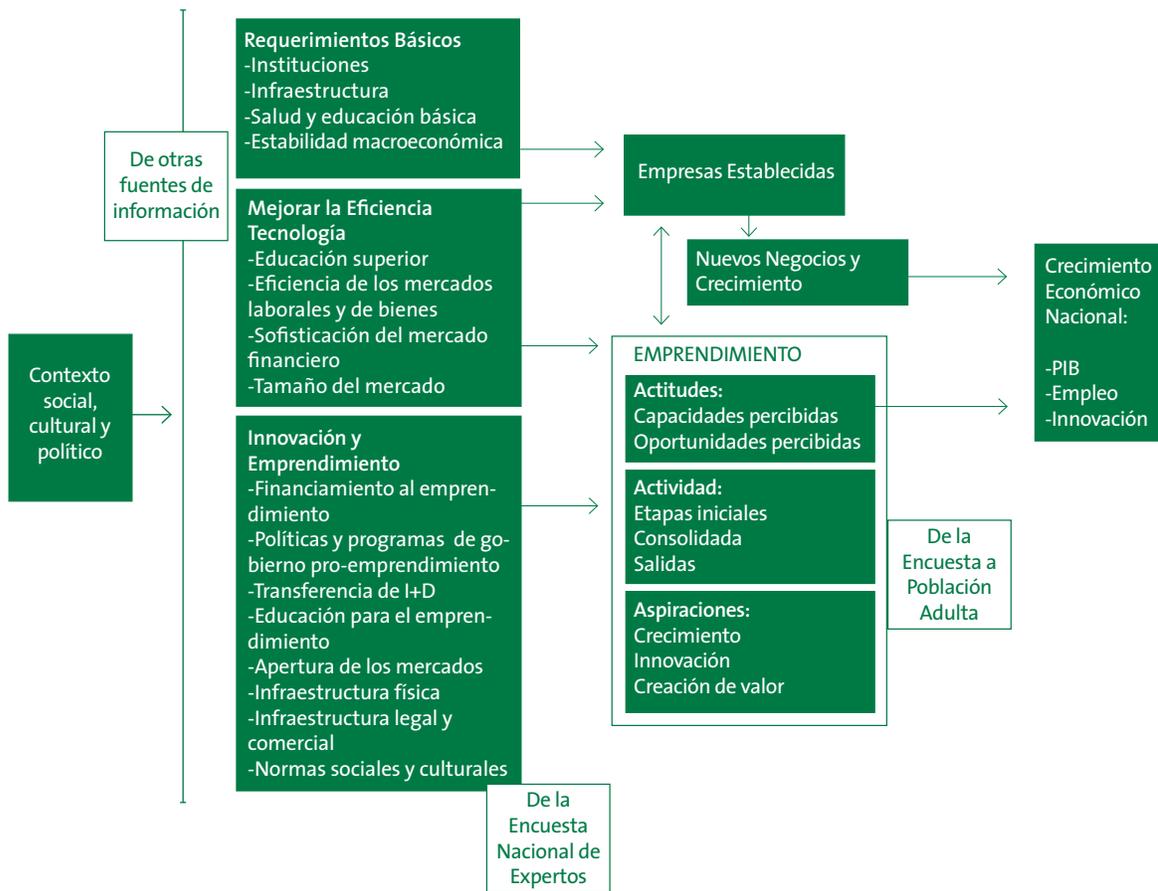
Cabe destacar que Chile es uno de los países del GEM que ha puesto mayor énfasis en el enfoque regional, lo cual ha permitido tener una mayor cantidad y calidad de datos. Así, en el 2010, en el país se han realizado un poco más de 7000 encuestas a la población adulta y una amplia consulta a expertos nacionales que este año incluye la participación de más de 400 expertos de once regiones.

Teniendo en cuenta las definiciones y la metodología la Figura 4 muestra el Modelo del GEM completo que a manera de resumen, recoge cada uno de los elementos descritos así como los instrumentos metodológicos utilizados.

1.5 | Estructura del Reporte

Este reporte incluye la comparación de los datos globales donde más de 175.000 adultos fueron entrevistados en los 59 países participantes en el 2010 así como el análisis particular de los datos de Chile. Para este fin, destacamos y comparamos los datos del país dentro del contexto internacional siendo Chile una econo-

Figura 4: El Modelo y Definiciones del GEM



mía basada en la eficiencia, pero en transición hacia la innovación. Por este motivo también ponemos especial énfasis en comparaciones de Chile con los países de OECD que participan en el GEM.

Después de esta introducción el reporte examina la perspectiva del emprendimiento a nivel internacional y nacional analizando los indicadores de actitudes, actividades y aspiraciones. En el segundo capítulo se comparan tanto las dimensiones globales (indicadores de los diferentes países) como los indicadores individuales de Chile. Se pone un especial énfasis en los indicadores de actividad donde se analiza todo el proceso emprendedor desde el deseo de emprender hasta la discontinuación de los negocios.

El capítulo tercero analiza la combinación de dos temas de coyuntura que afectaron de forma directa e indirecta la actividad emprendedora del país: las reminiscencias de la crisis que comenzó en el año 2008 y el terremoto del 27 de febrero del 2010.

El capítulo cuarto analiza las condiciones del contexto emprendedor del país a partir de la información de los expertos consultados en las 11 regiones participantes del proyecto GEM Chile. Este capítulo permite examinar los factores que presentan las mayores áreas de oportunidad del país para mejorar las condiciones que incentiven el emprendimiento.

Finalmente se hace una serie de conclusiones e implicaciones a partir de los resultados analizados.

2 La Perspectiva del Emprendimiento a Nivel Global y Nacional

Este capítulo describe los indicadores de las actitudes, las actividades y las aspiraciones emprendedoras en Chile, y compara dichos valores con los observados en los 59 países participantes en el consorcio GEM durante el 2010. Los países incluidos en este ciclo del GEM se encuentran en el Cuadro 1. Cada uno de ellos se ha clasificado según las tres fases de desarrollo económico establecidas en el Informe de Competitividad Global 2010-2011 (Schwab, 2010), cuyo sustento se encuentra en el nivel de Producto Interno Bruto (PIB) per cápita y una combinación sobre el uso de los factores productivos. Las dos primeras secciones

de este capítulo analizan de forma general las actitudes y las actividades emprendedoras en Chile y las diferentes economías del GEM en 2010. La última sección estudia las aspiraciones emprendedoras comparando varios años de mediciones.

Cabe mencionar que la mayor parte de la información publicada en estas tres secciones corresponde a los principales resultados arrojados en la encuesta a la población adulta (APS) que aplica el GEM en cada uno de los países. En el caso chileno, esta encuesta fue aplicada entre mayo y julio del 2010 y tuvo una muestra total de 7195 casos válidos¹.

Cuadro 1: Grupos de Países Participantes en el Ciclo GEM 2010-2011 Clasificados según Tipo de Economía

	Economías basadas en los recursos	Economías basadas en la eficiencia	Economías basadas en la innovación
África Subsahariana	Angola*, Ghana, Uganda, Zambia	Sudáfrica	Israel
Medio Oriente y Norte de África	Arabia Saudita*, Cisjordania y Franja de Gaza, Egipto*, Irán*, Pakistán	Túnez	
América Latina y Caribe	Bolivia, Guatemala*, Jamaica*	Argentina, Brasil, Chile*, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Perú, Trinidad y Tobago*, Uruguay*	
Europa del Este		Bosnia y Herzegovina, Croacia*, Hungría*, Letonia*, Macedonia, Montenegro, Rumania, Rusia, Turquía	Eslovenia
Asia Pacífico	Vanuatu	China, Malasia, Taiwán*	Australia, Corea del Sur, Japón
Estados Unidos y Oeste de Europa			Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Islandia, Irlanda, Italia, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza

* países en transición hacia la siguiente fase

¹ Para más información ver el apartado "Ficha Metodológica" ubicada en las últimas secciones de este informe.

2.1 | Actitudes Emprendedoras

Para que la actividad emprendedora se desarrolle, es necesario que exista una combinación de oportunidades para hacer nuevos negocios, una actitud positiva hacia el emprendimiento (y “querer” aprovechar dichas oportunidades) y las capacidades emprendedoras (habilidades y conocimientos para 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, variables demográficas, cultura del país y/o la política pro-emprendimiento.

Existen diversos factores que influyen en las actitudes hacia el emprendimiento. Por ejemplo, la cantidad de emprendedores exitosos que las personas ven en su entorno más cercano o a través de los medios de comunicación, los cuales pueden influir a que personas mejoren o reafirmen las percepciones acerca de sus propias capacidades, aunque muchas veces no incrementen sus capacidades reales para emprender. Este efecto puede acentuarse aún más cuando el clima económico es favorable. Otros factores como diferencias demográficas que pueden hacer que las actitudes sean diferentes –por ejemplo edad, sexo, origen étnico, etc.–, así como también por las instituciones en las que ha socializado. Frente a este contexto, los programas de política para el emprendimiento pueden orientar explícitamente su población objetivo hacia los grupos que presenten más bajo porcentaje de percepción o de capacidades reales para emprender. Así, diferentes condiciones nacionales pueden afectar las actitudes que se perciben, ya sea directa o indirectamente.

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 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 gra-

tificantes. Entonces, la persona desarrolla una evaluación de riesgo versus recompensa y aún 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, miedo al fracaso en un emprendimiento puede afectar de forma significativa la actitud que una persona tenga al emprender. Por lo general, las personas que poseen un empleo con altas remuneraciones tienden a evaluar las posibilidades reales de aumentarlo antes de emprender, mientras que las mujeres tienden a evaluar, por ejemplo, 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 la mente. Como ya se describió, esta situación varía entre países. Por ejemplo, en los países más pobre 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. Esas personas no han considerado constituir un negocio hasta que la oportunidad se les presentó. Así, para algunos emprendedores, la percepción de la existencia de oportunidades puede aparecer por adelantado y para otros apenas antes de iniciar el negocio o prácticamente al mismo tiempo.

La Tabla 1 muestra varios indicadores del GEM en temas de actitud emprendedora para cada uno de los 59 países participantes en este ciclo, así como los promedios no ponderados para cada uno de los grupos o fases de desarrollo. Se puede observar que en términos generales los países basados en factores presentan en promedio mayores indicadores de actitud frente a los otros dos grupos de países. Algunas eco-

nomías tienen una percepción favorable hacia el emprendimiento, pero también bajos índices de iniciativa emprendedora. Por ejemplo algunos países europeos (economías basadas en la innovación) en donde a pesar que las actitudes y percepciones hacia el emprendimiento son altas, los niveles de atracción que permiten que las personas se involucren en este tipo de actividad son bastante bajas en comparación con otras fuentes de ingresos. Diferentes características nacionales podrían explicar este fenómeno. Podría ser que existiese una cantidad de trabas burocráticas asociadas a la constitución de una empresa, las cuales estarían reduciendo el atractivo de emprender. Podría ser también, el caso de que la protección al empleo sea alta, lo que podría desanimar a emprender a los empleados aunque tengan percepciones emprendedoras positivas.

En muchos países cuyas economías se basan en la eficiencia, se puede observar una pequeña diferencia entre las percepciones y las intenciones emprendedoras, la que en algunos casos es incluso negativa. Esto sugiere una reducción de los costos de oportunidad para la actividad emprendedora. Cabe mencionar que esto no es sorprendente, pues estos países tienen una tasa relativamente alta de emprendimiento por necesidad.

Los indicadores de las tres variables que aparecen a la izquierda de la tabla están relacionadas de forma directa con la percepción sobre las oportunidades, capacidades y miedo al fracaso. Como ya se había indicado, las economías basadas en recursos y eficiencia tienen en promedio una mayor percepción de oportunidades, se manifiestan con mayores capacidades y menor miedo al fracaso que los países basados en innovación. Esto se acentúa particularmente en América Latina donde existe una alta propensión a emprender (Amorós y otros, 2011).

En el lado derecho de la tabla, se presentan los resultados de los cuatro indicadores que miden las actitudes nacionales hacia el emprendimiento. El primer indicador permite conocer el porcentaje de personas que considera que el ser emprendedor es una opción de carrera deseable. Este indicador varía ampliamente dentro de cada una de las tres fases de desarrollo económico, pero en promedio es más bajo en los países más desarrollados. Esto tiene sentido, pues con el desarrollo económico se abren más oportunidades de empleo. El segundo indicador permite saber si las personas sienten que en su entorno inmediato hay emprendedores

exitosos. Esto se calcula con la pregunta: ¿En su país, las personas que alcanzan el éxito al abrir un nuevo negocio obtienen un alto prestigio? En este indicador también se observan diferencias según las fases de desarrollo económico, pero las diferencias entre los tres grupos es mucho menor. En promedio, la mayoría de las personas (cerca de las tres cuartas partes de los adultos económicamente activos) considera que los empresarios tienen un alto grado de éxito y estatus. Aunque por lo general existe una correlación ligeramente positiva entre ambos indicadores, éstos no siempre coinciden. En algunos países la percepción acerca del ser empresario como opción de carrera deseable va acompañada de un bajo estatus social por parte de los empresarios.

El tercer indicador apunta hacia la “popularidad” de los emprendedores. En éste, los encuestados dieron su opinión respecto a la cobertura que los medios de comunicación le dan a las personas que crean nuevas empresas. En algunos países, los medios de comunicación están desarrollando campañas que buscan promover el espíritu empresarial, mientras que en otros parece que hay poca actividad en este sentido. En general para las economías basadas en recursos y en eficiencia se observa que la población sí percibe una promoción de la “cultura emprendedora”. En las economías basadas en la innovación hay casos interesantes; por ejemplo en Japón la mayoría de las personas están de acuerdo con la idea que los medios de comunicación le dan cobertura a los emprendedores, pero manifiestan que pese a eso aún el emprendimiento no está considerado como una opción de carrera deseable y las oportunidades percibidas son muy bajas. Este es un buen ejemplo de cómo los factores socioculturales afectan las actitudes hacia el emprendimiento.

Finalmente el cuarto indicador sobre intenciones emprendedoras también sigue el patrón antes descrito donde es mucho mayor en economías basadas en factores (42%), frente a un 8% en economías basadas en innovación. De nuevo la disponibilidad de empleos, la protección a los mismos y/o factores socioculturales hacen que en general la población en los países más desarrollados prefieran otro tipo de empleo antes que emprender. Sin embargo, como se analizará más adelante con mayor detalle, las intenciones emprendedoras en los países basados en recursos y eficiencia pueden estar vinculadas a la necesidad o a negocios de poco valor añadido.

Tabla 1: Actitudes y Percepciones Emprendedoras en los 59 Países Pertenecientes al Consorcio GEM Durante el 2010 por Fase de Desarrollo Económico

	Percepciones de oportunidades	Percepciones de capacidades	Miedo al fracaso *	Intensiones emprendedores **	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Alto estatus a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento
Economías basadas en los recursos							
Angola	67,3	73,1	32,2	54,5	70,1	83,3	74,7
Arabia Saudita	75,8	69,3	39,0	1,0	86,8	92,3	78,0
Bolivia	53,2	75,8	28,4	49,3	62,9	66,6	51,1
Cisj. y Franja de Gaza	44,0	57,0	40,0	28,2	85,3	83,5	62,5
Egipto	38,8	63,4	25,3	24,3	77,7	89,5	70,5
Ghana	75,7	74,6	10,4	68,8	91,1	90,7	78,6
Guatemala	62,9	71,0	23,2	30,7	73,8	59,7	44,1
Irán	41,6	65,7	30,1	31,4	63,6	84,6	62,3
Jamaica	56,1	80,2	33,0	38,1	85,1	84,8	77,4
Pakistán	51,9	56,2	34,3	32,4	76,3	80,7	61,0
Uganda	80,5	86,7	20,7	77,1	81,1	87,3	81,9
Vanuatu	73,6	79,6	46,9	50,5	55,6	77,6	34,3
Zambia	81,4	77,5	12,8	67,1	69,9	71,8	72,5
<i>Promedio no ponderado</i>	61,8	71,5	28,9	42,6	75,3	80,9	65,3
Economías basadas en la eficiencia							
Argentina	50,3	63,5	21,3	21,0	74,3	67,1	61,7
Bosnia y Herzegovina	38,3	62,5	27,4	16,8	76,0	63,0	47,6
Brasil	48,1	57,9	33,2	26,5	78,0	79,0	81,1
Chile	65,0	65,6	22,1	38,3	87,4	71,2	45,7
China	36,2	42,3	32,0	26,9	70,0	76,9	77,0
Colombia	68,2	65,1	27,7	41,3	88,6	75,9	66,7
Costa Rica	46,4	68,8	36,0	13,2	64,3	63,4	60,8
Croacia	23,3	53,2	31,2	7,4	67,1	49,9	41,8
Ecuador	50,3	76,6	31,2	46,3	83,1	74,0	62,6
Hungría	33,3	43,4	42,4	13,8	55,0	73,7	47,4
Letonia	29,1	50,7	39,9	21,4	58,8	64,8	57,2
Macedonia	34,3	59,7	30,9	26,7	71,3	66,2	56,0
Malasia	40,1	24,3	45,3	5,1	55,7	68,6	88,0
México	55,6	64,6	33,4	22,3	69,4	62,8	54,0
Montenegro	36,1	70,9	30,4	31,9	81,0	68,4	69,5
Perú	71,4	76,5	34,0	39,6	82,0	76,8	81,2
Rumania	17,5	38,2	41,1	8,6	66,5	65,5	46,9
Rusia	21,7	22,7	41,7	2,6	65,4	63,7	46,6
Sudáfrica	40,9	44,3	29,0	16,7	77,5	77,6	78,6
Taiwán	29,6	26,4	43,8	25,1	68,4	57,5	78,2
Trinidad y Tobago	69,1	82,8	11,6	30,4	83,2	77,6	67,2
Túnez	37,6	53,1	23,2	24,1	89,1	92,7	78,4
Turquía	36,1	54,2	25,0	19,4	71,2	76,4	61,7
Uruguay	52,1	73,3	27,7	31,8	64,8	61,8	43,3
<i>Promedio no ponderado</i>	42,9	55,9	31,7	23,2	72,8	69,8	62,5
Economías basadas en la innovación							
Alemania	28,5	41,6	33,7	6,4	53,1	77,1	49,0
Australia	45,7	53,2	35,8	8,7	57,0	68,4	70,5
Bélgica	39,6	44,9	35,1	8,2	60,0	51,2	45,7
Corea del Sur	13,0	29,0	32,5	10,1	67,6	71,3	61,4
Dinamarca	46,4	40,7	31,5	5,9			
Eslovenia	26,8	56,3	27,5	8,7	53,2	73,7	56,2
España	18,8	50,2	36,4	5,8	65,4	62,5	40,7
Estados Unidos	34,8	59,5	26,7	7,7	65,4	75,9	67,8
Finlandia	51,1	39,5	28,6	5,9	46,1	86,5	71,4
Francia	33,9	37,3	40,5	14,2	65,2	67,9	44,7
Grecia	15,9	52,2	50,9	12,8	65,6	70,2	34,5
Irlanda	22,5	49,2	33,4	6,1	51,8	81,5	61,1
Islandia	48,7	49,0	33,7	15,7	51,2	60,9	66,6
Israel	35,2	41,6	46,0	14,1	61,3	73,0	56,3
Italia	24,7	42,4	36,8	4,0	69,1	69,3	37,7
Japón	5,9	13,7	32,6	2,9	28,4	52,0	58,5
Noruega	49,8	40,4	26,6	7,6	57,8	70,7	67,2
Países Bajos	44,8	45,5	23,8	5,5	85,4	68,6	60,9
Portugal	20,3	52,1	29,7	8,8	67,5	70,5	52,6
Reino Unido	29,2	51,8	30,3	5,1	51,0	76,7	52,2
Suecia	66,1	42,4	28,9	8,5	56,9	71,6	60,8
Suiza	33,3	43,9	27,0	6,7	64,9	76,4	50,6
<i>Promedio no ponderado</i>	33,4	44,4	33,1	8,2	59,2	70,3	55,5

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

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

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

En el caso particular de Chile, respecto a si emprender es considerado una buena elección profesional, si los emprendedores son socialmente bien percibidos y si la exposición mediática que tiene el emprendimiento en Chile es considerable, estas tres respuestas mejoran en relación a las observadas el año anterior y se sigue demostrando que en Chile en general el emprendimiento es bien percibido aunque aún se puede hacer un mayor esfuerzo por comunicar mejor los casos de éxito de los emprendedores, lo que sin duda ayuda a generar una cultura pro-

emprendimiento y destaca el rol de los emprendedores y sus empresas en el desarrollo del país.

La Tabla 2 muestra otro análisis particular de Chile usando los porcentajes de personas separados por las diferentes fases de actividad emprendedora, así como aquellos que no tiene relación alguna con la actividad emprendedora, que respondieron afirmativamente a cada una de las preguntas relacionadas con los factores de percepción antes descritos, más una pregunta sobre si conocen a otros emprendedores.

Tabla 2: Factores de Influencia en la Percepción de los Encuestados según Etapa del Emprendimiento (Porcentaje de respuestas afirmativas)

¿Conoce Usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Porcentaje	34,2%	63,4%	65,2%	61,9%	51,4%
¿Cree Usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Porcentaje	61,7%	70,6%	78,7%	73,0%	66,6%
¿Considera que Usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Porcentaje	50,1%	84,3%	89,0%	87,9%	87,7%
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Porcentaje	33,3%	20,2%	16,6%	19,6%	23,6%

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

El análisis de estos factores de percepción nos muestra la clara existencia de diferencias entre las personas según su nivel de relación con el emprendimiento y quienes no han tenido ninguna relación con alguna actividad emprendedora. Quienes tienen alguna relación incluye a quienes han financiado un emprendimiento o han sido dueño de un negocio (emprendedores nacientes, emprendedores iniciales y emprendedores establecidos).

En primer lugar, con respecto al primer indicador “¿Conoce personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos años?”, se destaca que la distribución varía de acuerdo a la relación de cada encuestado(a) con la actividad emprendedora. Por ejemplo, como era de esperar, quienes no tienen alguna relación con el emprendimiento son quienes presentan menores porcentajes en este indicador y, por lo tanto, son quienes menos conocen a emprendedores. Posteriormente, el indicador va en aumento conforme aumenta la relación con el emprendimiento, no obstante, esta tendencia se revierte en los emprendedores establecidos.

En cuanto al indicador que mide las oportunidades percibidas, era de esperar que quienes no tienen alguna relación con el emprendimiento sean quienes perciban menos oportunidades. Sin embargo, en este ciclo se destaca un repunte general en la percepción de oportunidades con respecto al año 2009 donde por ejemplo, sólo un 48% de las personas no relacionadas con alguna actividad emprendedora percibían buenas oportunidades frente a un 61,7% en el año 2010, lo cual es un signo positivo de recuperación no sólo de la confianza en las actividades económicas en general, sino de la percepción en el potencial de las actividades emprendedoras.

Un indicador que sigue dando buenas señales respecto a la actitud se relaciona con la percepción de los encuestados en cuanto a los conocimientos, habilidades y experiencias para iniciar un nuevo negocio. Prácticamente la mitad de encuestados que no tienen relación con la actividad emprendedora considera que tiene las habilidades necesarias para ser emprendedor. Como era de espera, este porcentaje aumenta considerablemente a medida que crece la relación con la actividad emprendedora.

Con respecto al miedo al fracaso, se sabe que este indicador es muy importante en el contex-

to nacional pues “fracasar” o discontinuar un emprendimiento en Chile suele ser visto como una carga social y emocional muy importante, por lo que este indicador da indicios acerca de cómo los(as) encuestados(as) perciben el “estigma al fracaso”. Según las cifras, se observa que quienes no tienen alguna relación con la actividad emprendedora resultan ser lo más sensibles respecto al miedo al fracaso con un 33,3%. Posteriormente, las cifras decaen a medida que se consolida la actividad emprendedora. De nuevo cabe mencionar, que este indicador presenta una notable mejoría respecto a los observados en el ciclo 2009 sobre todo en los emprendedores nacientes. Esto comienza a confirmar el fenómeno observado en los últimos años que da indicios de una valorización y conceptualización del fracaso como parte del proceso emprendedor y una experiencia de aprendizaje y no una situación negativa.

2.2 | Actividades Emprendedoras

La Tabla 3 resume los porcentajes de actividad emprendedora en cada fase del proceso emprendedor para cada uno de los 59 países participantes en el GEM 2010, agrupados por fase de desarrollo económico de acuerdo a la clasificación antes mencionada. Estos datos ofrecen un panorama general acerca de las características de la actividad emprendedora de cada país.

En esta tabla aparece uno de los principales indicadores de emprendimiento calculados históricamente por el GEM: 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 encuentran involucrados en un emprendimiento en calidad de emprendedor(a) naciente o como propietario(a) o director(a) de un nuevo negocio. A nivel general, se observa que el patrón seguido por todos los países participantes es que el TEA tiende a disminuir conforme el país se desarrolla. Esta situación que se repite con las motivaciones para emprender, pues 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 emprendi-

miento, existen grandes variaciones en los porcentajes según fase de desarrollo, ya que cada país tiene un conjunto único de condiciones económicas y sociales que repercuten en la actividad emprendedora.

Por lo tanto algunos de los países cuyas economías se basan en los recursos, y que presentan menores niveles de desarrollo, por ejemplo los países de África subsahariana (de los más pobres de la muestra) tienen tasas mayores de TEA, pero con una alta proporción de emprendedores(as) por necesidad y una elevada tasa de discontinuación de los emprendimientos.

Por otra parte las economías basadas en la eficiencia, los países de América Latina quienes presentan mayores porcentajes de TEA, en relación a los países de Europa del Este. Situación que encaja con el análisis de las actitudes emprendedoras descritas en la sección anterior.

Finalmente, entre las economías basadas en la innovación, Islandia y Australia son los países con más altas tasas de TEA, Estados Unidos se representa en el cuartil superior junto con Noruega y los Países Bajos. Bélgica, Japón e Italia al igual que el ciclo pasado se encuentran en el cuartil más bajo.

Tabla 3: Actividad Emprendedora en los 59 Países Participantes en el GEM 2010 según Fase de Desarrollo Económico

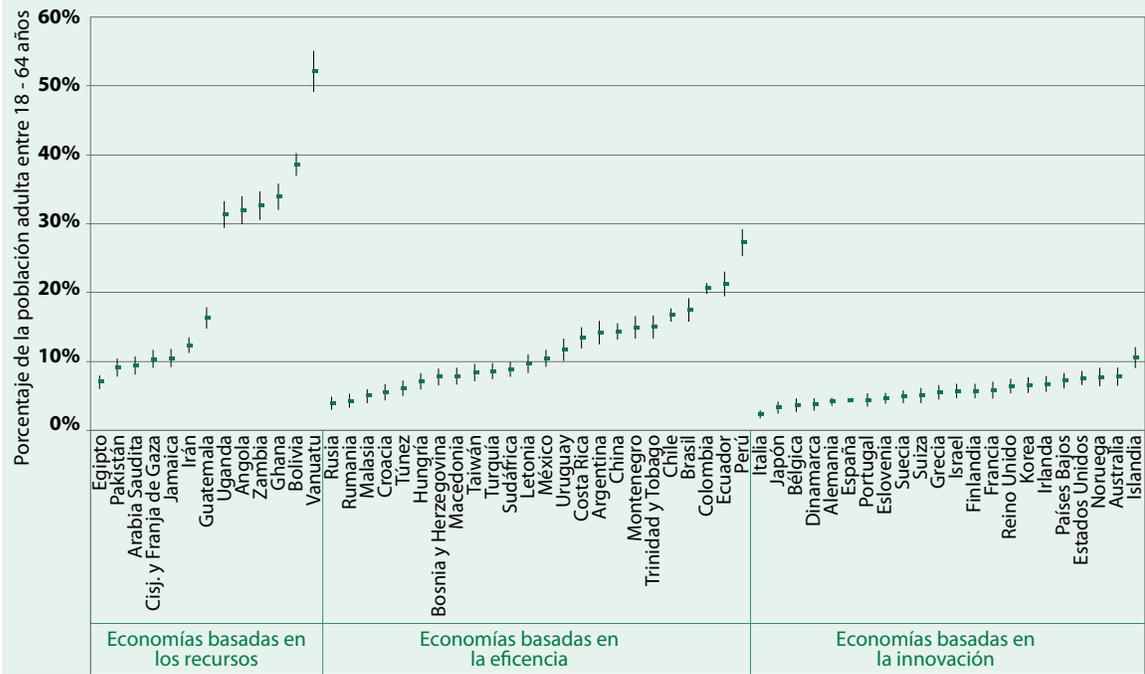
	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Discontinuación de negocios	Actividad emprendedora por necesidad (% del TEA)	Actividad emprendedora por oportunidad (% del TEA)
Economías basadas en los recursos							
Angola	13,6	19,1	32,4	8,6	19,9	35,8	29,8
Arabia Saudita	5,9	3,5	9,4	3,9	3,8	9,6	75,0
Bolivia	28,8	14,0	38,6	18,2	9,0	16,8	56,5
Cisj. y Franja de Gaza	7,9	2,6	10,4	2,0	5,7	32,0	33,0
Egipto	2,1	4,9	7,0	4,5	3,8	53,0	25,2
Ghana	10,7	24,6	33,9	35,5	25,7	36,9	34,7
Guatemala	8,3	8,4	16,3	6,6	3,9	15,0	27,5
Irán	4,8	7,8	12,4	12,2	7,3	37,7	39,3
Jamaica	5,5	5,1	10,5	6,9	8,1	42,2	38,6
Pakistán	6,6	2,7	9,1	4,7	2,6	40,6	39,0
Uganda	10,6	22,0	31,3	27,7	27,4	49,8	33,5
Vanuatu	31,2	28,2	52,2	23,2	22,0	37,8	23,9
Zambia	17,3	17,1	32,6	9,6	23,5	32,2	41,2
<i>Promedio no ponderado</i>	11,8	12,3	22,8	12,6	12,5	33,8	38,2
Economías basadas en la eficiencia							
Argentina	7,0	7,4	14,2	12,4	3,8	36,3	43,3
Bosnia y Herzegovina	4,1	4,1	7,7	6,6	4,7	46,5	29,8
Brasil	5,8	11,8	17,5	15,3	5,3	31,1	45,9
Chile	11,1	6,1	16,8	6,0	5,6	29,3	52,6
China	4,6	10,0	14,4	13,8	5,6	41,7	34,3
Colombia	8,6	12,7	20,6	12,2	5,1	39,6	40,8
Costa Rica	10,4	3,6	13,5	4,8	2,0	31,7	38,0
Croacia	3,8	1,9	5,5	2,9	4,5	32,3	48,8
Ecuador	10,4	11,5	21,3	14,7	7,2	27,6	44,7
Hungría	4,6	2,6	7,1	5,4	2,9	19,6	42,9
Letonia	5,6	4,2	9,7	7,6	4,2	26,8	50,8
Macedonia	4,4	3,6	8,0	7,6	3,7	58,7	22,8
Malasia	1,4	3,6	5,0	7,9	1,9	12,4	41,2
México	8,6	2,0	10,5	0,4	5,9	19,0	41,5
Montenegro	12,0	3,1	14,9	7,8	7,3	37,1	38,2
Perú	22,1	6,0	27,2	7,2	9,2	21,3	47,4
Rumania	3,3	1,1	4,3	2,1	2,6	31,1	47,2
Rusia	2,1	1,9	3,9	2,8	0,8	32,0	30,3
Sudáfrica	5,1	3,9	8,9	2,1	4,8	36,0	31,1
Taiwán	4,7	3,8	8,4	7,2	3,7	30,4	48,0
Trinidad y Tobago	8,9	6,4	15,1	8,5	2,9	14,3	47,3
Túnez	1,7	4,4	6,1	9,0	4,1	23,7	48,0
Turquía	3,7	5,1	8,6	10,7	4,6	37,3	46,7
Uruguay	7,8	4,1	11,7	7,2	3,5	26,0	53,5
<i>Promedio no ponderado</i>	6,7	5,2	11,7	7,6	4,4	30,9	42,3

Continúa

	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Discontinuación de negocios	Actividad emprendedora por necesidad (% del TEA)	Actividad emprendedora por oportunidad (% del TEA)
Economías basadas en la innovación							
Alemania	2,5	1,8	4,2	5,7	1,5	25,7	48,5
Australia	3,9	4,0	7,8	8,5	2,7	18,5	58,7
Bélgica	2,3	1,4	3,7	2,7	2,0	9,9	53,5
Corea del Sur	1,8	4,8	6,6	11,2	1,6	38,9	49,0
Dinamarca	1,8	2,2	3,8	5,6	1,7	8,0	53,8
Eslovenia	2,2	2,4	4,7	4,9	1,6	16,2	53,8
España	2,2	2,1	4,3	7,7	1,9	25,4	42,1
Estados Unidos	4,8	2,8	7,6	7,7	3,8	28,5	51,5
Finlandia	2,4	3,4	5,7	9,4	1,8	18,1	54,3
Francia	3,7	2,3	5,8	2,4	2,5	25,2	56,0
Grecia	2,0	3,5	5,5	14,8	3,4	27,8	38,6
Irlanda	4,4	2,6	6,8	8,6	2,3	30,8	33,1
Islandia	7,4	3,3	10,6	7,4	3,4	6,8	68,3
Israel	3,2	2,6	5,7	3,1	3,8	28,8	54,0
Italia	1,3	1,0	2,3	3,7	1,6	13,4	54,6
Japón	1,5	1,8	3,3	7,4	1,5	36,4	46,9
Noruega	4,4	3,4	7,7	6,7	2,6	15,4	73,5
Países Bajos	4,0	3,4	7,2	9,0	1,4	8,4	63,9
Portugal	1,8	2,8	4,5	5,4	2,6	21,8	51,8
Reino Unido	3,2	3,3	6,4	6,4	1,8	10,6	43,1
Suecia	2,3	2,6	4,9	6,4	2,9	13,4	71,6
Suiza	2,0	3,1	5,0	8,7	2,4	14,1	60,1
<i>Promedio no ponderado</i>	3,0	2,8	5,6	7,0	2,3	20,1	53,7

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Figura 5: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) en los 59 Países Participantes en el GEM 2010 según Fase de Desarrollo Económico y con un Intervalo de Confianza del 95%



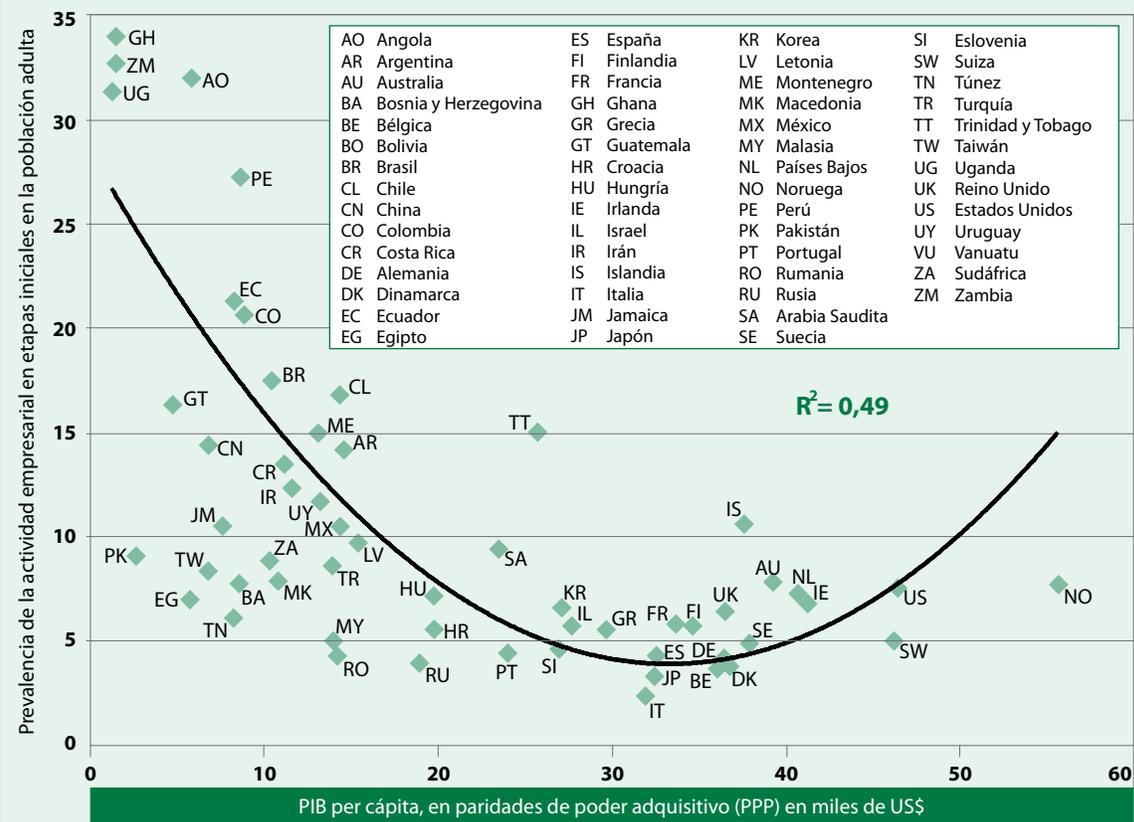
Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

La Figura 5 representa el TEA para cada país participante en el GEM durante el 2010. Los países se encuentran agrupados por fase de desarrollo económico y al interior de cada grupo los países fueron ordenados en orden ascendente respecto al TEA. Si las barras verticales a cada lado de la estimación del TEA no coinciden, implica que tienen diferencias estadísticamente significativas. Esta estimación sirve como referencia para que los países puedan observar su nivel de TEA y, a la vez, compararse con otros países dentro de su fase de desarrollo.

Cabe mencionar que en economías basadas en los recursos, la reducción del TEA puede ser vista como una buena señal y muchas veces apunta hacia el mejoramiento del clima económico del país y el aumento de oportunidades de empleo. Además, dicha reducción muchas veces puede deberse a una disminución de emprendimientos motivados por necesidad.

La Figura 6 muestra la relación entre el TEA y el PIB per cápita de cada país en el 2010. El patrón de la figura se puede explicar de la siguiente manera: en los países con bajos niveles de ingreso per cápita, la economía nacional se caracteriza por la prevalencia de muchas empresas pequeñas. Conforme aumenta el ingreso per cápita cuando el país se desarrolla, la industrialización y las economías a escala permiten que las empresas establecidas aumenten su participación en la economía. Un factor importante para lograr el crecimiento se relaciona con la estabilidad macro económica y política de los países, pues éstas se reflejan en el desarrollo de instituciones fuertes. Asimismo, el aumento de protagonismo de las grandes empresas puede estar acompañado de la reducción del número de empresas nuevas, debido al aumento de personas que encuentran trabajo estable en las grandes empresas.

Figura 6: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales y PIB per cápita, 2010



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010 y Fondo Monetario Internacional: Work Economic Outlook.

De este modo, como ya se comentó, en los países de bajos niveles de ingresos per cápita, una disminución del TEA puede ser un indicio de la sostenibilidad de la economía, especialmente, si va acompañado de crecimiento económico y estabilidad política. Hacia la derecha de la distribución del PIB per cápita, el papel desempeñado por el sector empresarial podría aumentar a medidas que más personas puedan acceder a los recursos necesarios para iniciar un negocio propio, perciban que hay conocimiento sobre el entorno y además, vean buenas oportunidades.

La dispersión de las estimaciones del TEA alrededor de la curva “U” muestra que los índices de iniciativa emprendedora no sólo se ajustan en función de las diferencias en el desarrollo o bienestar económico, sino que también en función de otros factores. Ejemplo de estos factores podría ser el crecimiento demográfico –que puede estimular la demanda– y la existencia de un número importante de personas que declaran ser propietarios de negocios en la actualidad, ya que estos últimos actúan como modelos para las demás personas y esto aumenta la percepción de capacidades. Por ejemplo, en algunos países de Europa del Este se observa poca población y un bajo número de personas propietarias de ne-

gocios, lo que podría ser visto como un proceso propio de economías en transición. Estos países se agrupan bajo la línea de tendencia, mientras que muchos de los países de América Latina, que tienen más población y un número mayor de personas involucradas en alguna actividad emprendedora, se ubican sobre la línea de tendencia.

Estos resultados del ciclo GEM 2010 que se muestran en “la curva-U” vuelven a demostrar una vez más que las características institucionales, los aspectos demográficos, la cultura empresarial y el grado de bienestar económico forman parte del, a veces muy complejo, “ecosistema” emprendedor de cada país. Por ejemplo, las instituciones reflejan la cultura nacional, ya que están diseñadas para formalizar normas y valores del país.

En el ámbito de la región de Latinoamérica y del Caribe, la evolución de la actividad emprendedora ha tenido diversas variaciones y presenta perfiles diversos (Tabla 4). Si bien algunos países latinoamericanos no han presentado una participación constante en el GEM, lo que hace que las comparaciones resulten difíciles, las variaciones en el TEA confirman el hecho de que el emprendimiento en la América Latina es “sensible” a las coyunturas económicas (Acs y Amorós, 2008).

Tabla 4: Evolución de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales en Países de América Latina y el Caribe

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Argentina	7,8%	10,5%	14,2%	19,7%	12,8%	9,5%	10,2%	14,4%	16,5%	14,7%	14,2%
Bolivia									29,8%		38,6%
Brasil	16,0%	14,2%	13,5%	12,9%	13,5%	11,3%	11,7%	12,7%	12%	15,3%	17,5%
Chile			15,7%	16,9%		11,2%	9,2%	13,4%	12,9%	14,9%	16,8%
Colombia							22,5%	22,7%	24,5%	22,4%	20,6%
Costa Rica											13,5%
Ecuador					27,2%				17,2%	15,8%	21,3%
Guatemala										19,2%	16,3%
Jamaica						17%	20,3%		15,6%	22,7%	10,5%
México		18,7%	12,4%			5,9%	5,3%		13,1%		10,5%
Panamá										9,6%	
Perú					40,3%		40,1%	25,9%	25,6%	20,9%	27,2%
Puerto Rico								3%			
Rep. Dominicana								16,8%	20,4%	17,5%	
Trinidad y Tobago											15,1%
Uruguay							12,6%	12,2%	11,9%	12,1%	11,7%
Venezuela				27,3%		25%		20,2%		18,7%	

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

Cuadro 3 | Actividad Emprendedora en Chile: Una Aproximación Regional

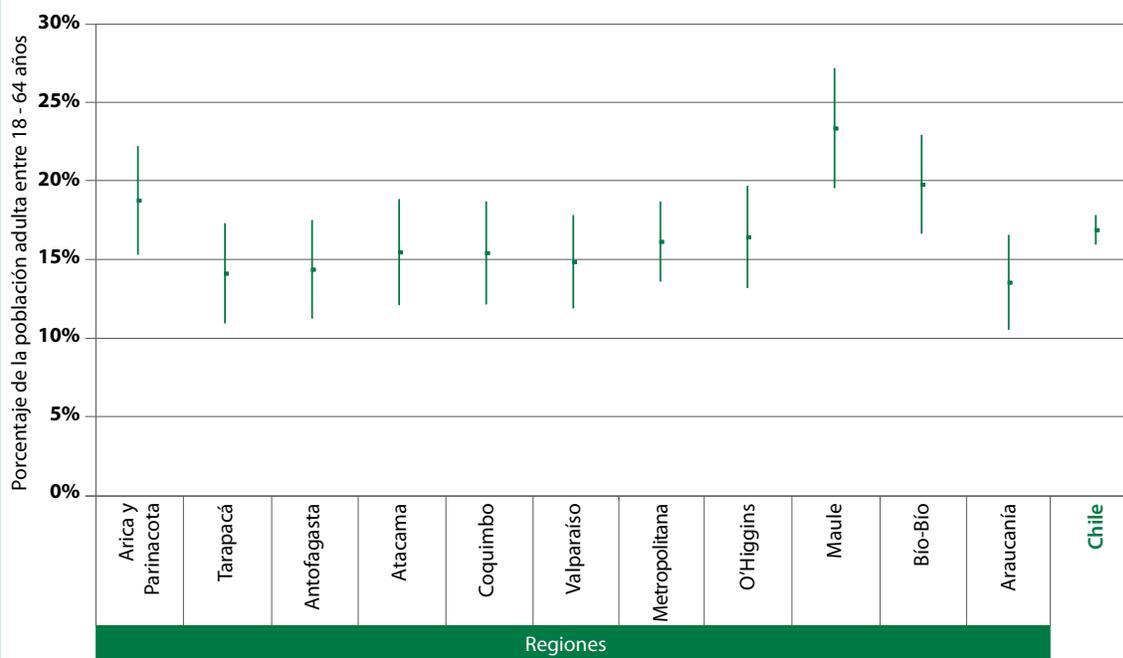
Por cuarto año consecutivo, el proyecto GEM Chile incluye la perspectiva regional al estudio del emprendimiento. Para ello se han generado alianzas investigativas con prestigiosas instituciones quienes son las representantes regionales del GEM, de este modo, además de las 2000 encuestas que se realizan a nivel nacional, se suma un sobremuestreo que incluye 500 encuestas a la población adulta regional.

La finalidad de esta aproximación regional es obtener datos significativos de cada una de las regiones participantes, lo que al mismo tiempo permite aumentar la muestra nacional. Esto da la posibilidad de estudiar con mayor detalle la dinámica regional. Con esta cuarta medición re-

gional se avanza en la comprensión del fenómeno emprendedor nacional, ya que evidentemente las condiciones para el emprendimiento difieren entre una región y otra.

Como se observa en la Figura 7, la mayor proporción de personas involucradas en emprendimiento en etapas iniciales se encuentran en la región del Maule, seguido por la región del Bío-Bío. Por el contrario, la región con la menor proporción de emprendedores en etapas iniciales es la región de la Araucanía. En este sentido, se quiebra la tendencia observada en los ciclos anteriores, donde la región Metropolitana era donde se presentaban los menores niveles de emprendimiento en etapas iniciales.

Figura 7: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales por Región en Chile



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Otra dimensión del emprendimiento regional en etapas iniciales es la motivación para emprender. Para ello, se les pregunta a cada encuestado, considerado parte del TEA, que señale cuál fue el principal motivo por el que emprendió: si fue aprovechando una oportunidad de negocio, o lo hizo porque no encontraba otra forma de ga-

narse la vida, lo que para efectos metodológicos, se traduce en un emprendimiento por necesidad.

La Figura 8 grafica el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales de cada región participante en el GEM por motivación para emprender. Coincidente con el contexto actual es posible obser-

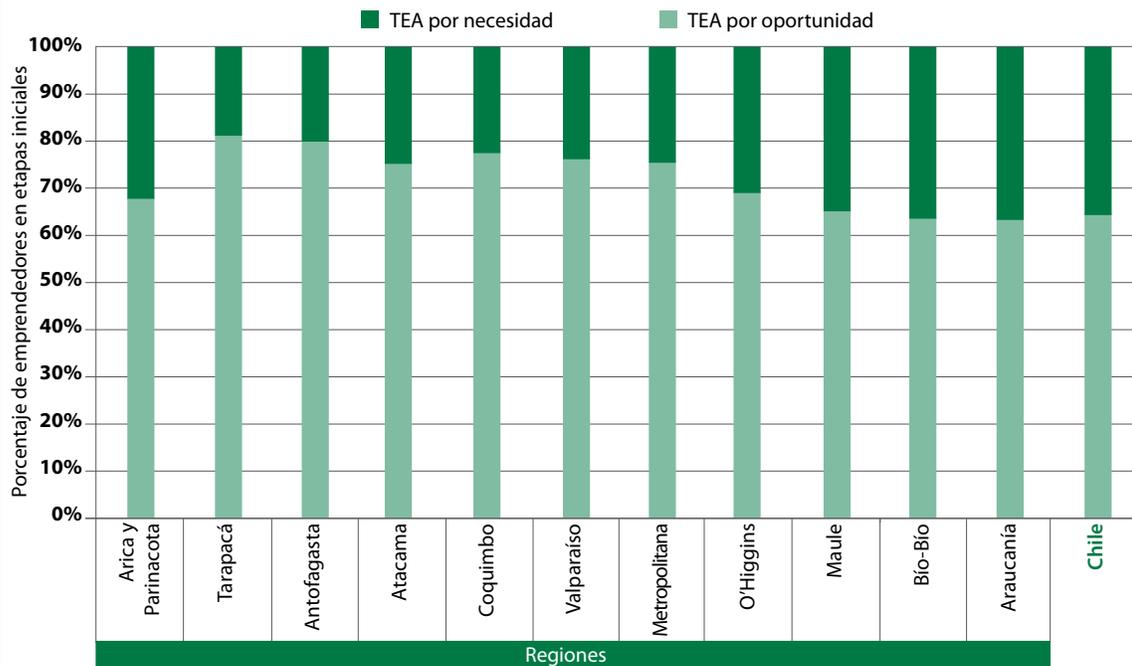
var que las regiones Maule y Bio-Bío son las que presentan los porcentajes más altos de emprendedores motivados por necesidad, tanto en términos absolutos como comparativos. De forma similar sobresale la región de la Araucanía, siendo la región con menos niveles de actividad emprendedora en etapas iniciales, una proporción importante de ellos lo hicieron motivados por necesidad. En el norte, por el contrario, se observan los menores niveles de emprendimiento por necesidad, esto ocurre específicamente en las regiones de Tarapacá y Antofagasta. Así también es en estas regiones donde, adicionalmente, los niveles de emprendimiento por oportunidad son mayores.

Cabe mencionar que es interesante cómo la figura se ajusta al contexto nacional ocurrido durante el año 2010, donde las regiones más afectadas por el terremoto son también las que presentan mayores niveles de emprendimiento por necesidad. Las regiones del norte, que no fueron afectadas y es donde se encuentra la zona minera, son

las que presentan menores niveles de emprendimiento por necesidad. Así también destaca que la región Metropolitana, donde se observaban los mayores niveles de emprendimiento por necesidad, este año disminuyó fuertemente, tanto proporcionalmente como en términos absolutos. Es necesario recordar que uno de los principales aspectos que afectó a la región Metropolitana durante el 2009 fue la crisis económica, sin embargo, así como se detallará más adelante, sus efectos ya han disminuido notablemente.

Con este esfuerzo regional Chile se destaca en el estudio GEM como uno de los países que ha desarrollado importantes estudios regionales, al igual que España que tiene equipos en todas las Comunidades Autónomas del país, las cuales desarrollan informes particulares para cada una de ellas. Siguiendo este ejemplo y tal como se hizo el año pasado, cada una de las instituciones regionales participantes desarrollará su propio informe².

Figura 8: Porcentaje de Emprendedores en Etapas Iniciales por Motivación para Empezar en las Regiones Participantes de GEM Chile



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

² Mayor información sobre la actividad emprendedora en regiones es posible encontrarla en los informes regionales o en www.gemchile.cl

Motivaciones Emprendedoras

Como ya se había mencionado 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 3 el GEM identifica que las personas que son atraídas a emprender por oportunidad, son impulsados por dos motivadores: emprender porque quieren incrementar sus ingresos en comparación a los que obtendrían, por ejemplo, siendo empleados y aquellos individuos que manifiestan querer 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.

En contraparte los emprendedores por necesidad incluyen a las personas que sostienen que no tienen otra manera de ganarse la vida. Con esta medición, hay que tener en consideración que es posible que el GEM esté subestimando el emprendimiento por necesidad y sobreestimando el emprendimiento por oportunidad. Esto porque la pregunta relevante del cuestionario del GEM fuerza a los entrevistados a elegir entre “no existen mejores opciones de trabajo” y “explotar una oportunidad de negocio”. Frente a esto, las personas tienen poco espacio para elegir una opción entre esos extremos y aquellos que se encuentran en un punto intermedio tienden a optar por la última opción más frecuentemente, aún cuando pudieran estar “más cerca” de emprender por necesidad.

Para ejemplificar y hacer un análisis comparativo, la Figura 9 muestra a los países de la OECD que han participado en este ciclo incluyendo a Chile³. Esta figura está ordenada de forma as-

cedente por los motivos de oportunidad. Como se observa, los países de más altos ingresos per cápita, como los nórdicos, tienen una mayor proporción de motivación por oportunidad y algunos de los países que se han visto más afectados por la crisis económica, más emprendimiento por necesidad (Kelley, Bosma y Amorós, 2011).

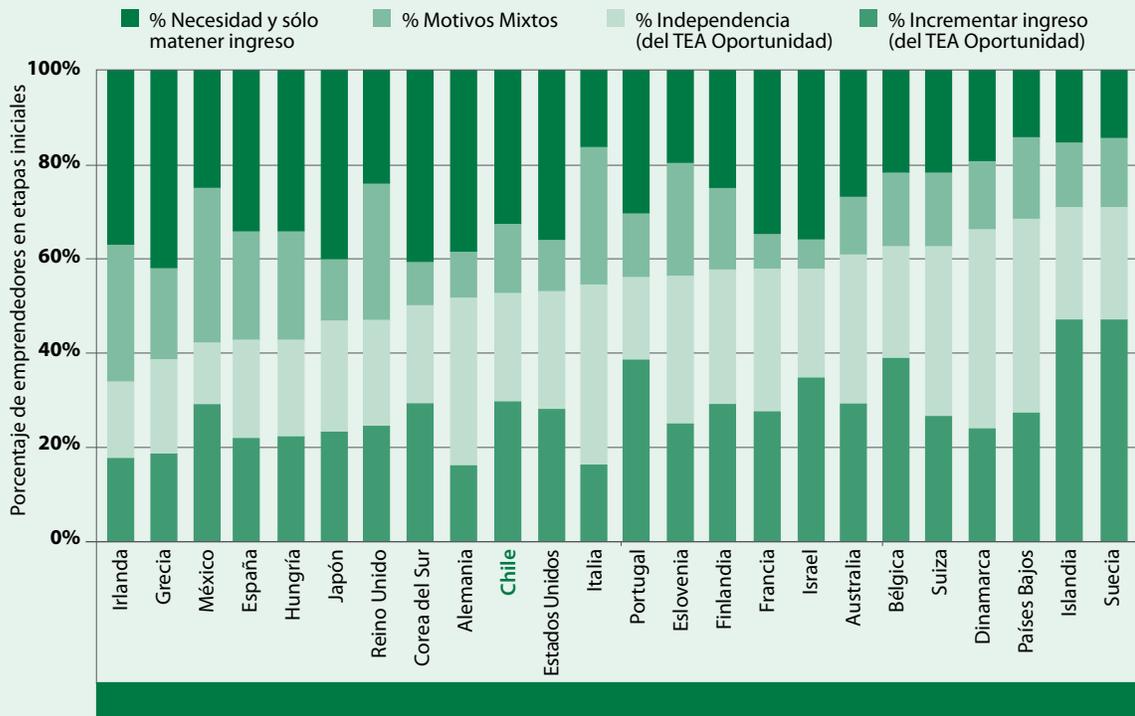
Las cifras de nuestro país, indican que el 52,6% de los emprendedores en etapas iniciales se encuentra motivado por oportunidad (29,8% buscaba incrementar los ingresos y 23,1% independencia económica), el 13,7% tiene motivos mixtos, el 29,3% está motivado por necesidad (no tienen otra forma de ganarse la vida) y el 4,4% manifestó sólo querer aumentar sus ingresos. La cifra por oportunidad presentó un aumento considerable respecto al ciclo pasado, que era de 42,7%, principalmente debido a que los motivos mixtos disminuyeron considerablemente, dado que era 25,6%. El porcentaje de emprendedores por necesidad más aquellos que sólo querían mantener sus ingresos se mantiene constante (fue 31,7% en 2009).

Esta situación demuestra un aumento efectivo de los emprendimientos motivados por oportunidad, pero también que aquellos que se motivan por necesidad no han podido “encontrar” otras opciones de ingresos. Estos resultados se pueden explicar primero por el “efecto de la crisis” que en ciclos anteriores “empujó” a un porcentaje de la población a emprender, ante la pérdida de su empleo o bien las restricciones para encontrar uno, efecto que al parecer, al menos para este 30% de los emprendedores no ha disminuido. Sin embargo, un signo de la relativa rápida recuperación en Chile de la crisis económica, es el aumento de los emprendedores por oportunidad. Estos aspectos se analizarán más adelante en un apartado específico.

Otra forma de analizar las motivaciones para emprender consiste en examinar a los emprendedores nacientes. Históricamente, los resultados del GEM indican que las personas que inician un emprendimiento lo hacen mayoritariamente por oportunidad. La Figura 10 muestra los porcentajes de cada categoría del total de los emprendedores nacientes, también en los países de la OECD.

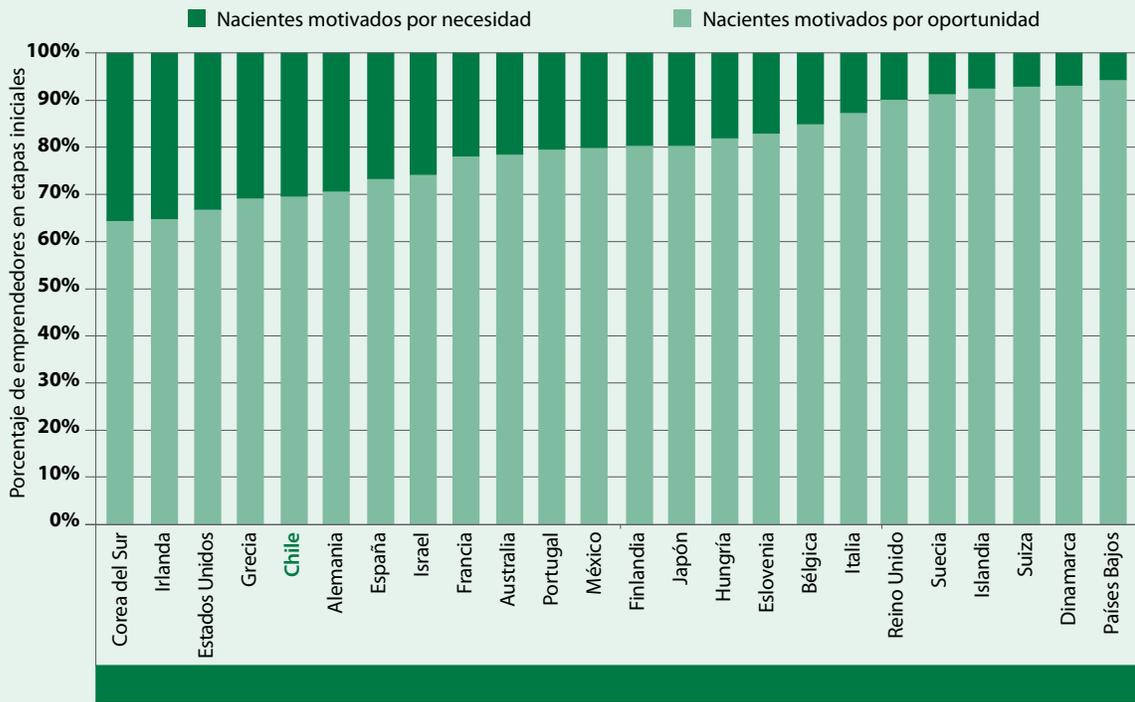
³ El usar sólo los países de la OECD ayuda a temas de edición y diseño, este gráfico no presenta los datos correspondientes a todos los países participantes en el GEM 2010. Si desea obtener más información puede encontrarla en Kelley, Bosma y Amorós (2011) “Global Entrepreneurship Monitor; 2011 Global Report”. Babson College, Universidad del Desarrollo.

Figura 9: Balance de los Motivadores para Emprendedores en Etapas Iniciales



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Figura 10: Emprendedores Nacientes por Motivación para Empezar



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Como se puede observar, los países siguen patrones similares siendo algunos de los países más desarrollados los que tienen un mayor porcentaje de emprendedores nacientes por oportunidad. En Chile, el 7,7% de los emprendedores nacientes tuvo como motivación una oportunidad de negocio, por otra parte se observa un aumento del porcentaje de la población adulta que emprende por necesidad de un 2,4% en el 2009 a un 3,3%, en el presente ciclo. Estos valores indican que el 30% de los emprendedores nacientes estuvieron motivados por una necesidad, mientras que el 70% restante, lo hizo aprovechando una oportunidad de negocio. Respecto del periodo 2009 la proporción estos últimos disminuyó de 75% a 70%.

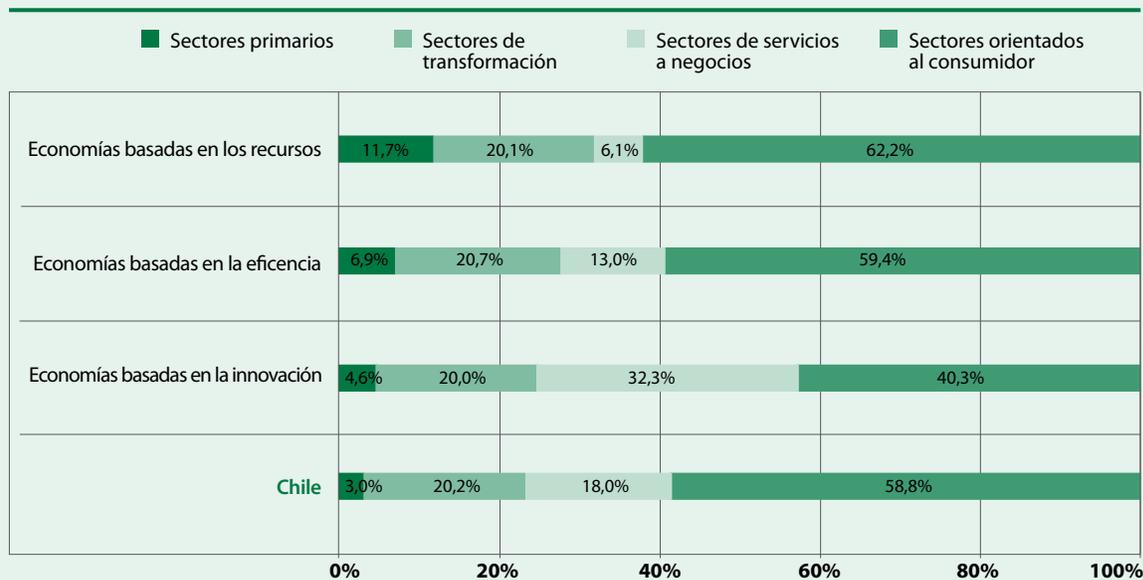
Finalmente, la información expuesta nos permite constatar que en Chile sigue prevaleciendo un mayor porcentaje de emprendedores que comienzan un negocio motivados por oportunidad. Este indicador es una buena señal del desarrollo de nuestro país. Sin embargo, cuando se compara con las economías más desarrolladas de la OECD aún hay muchas cosas por hacer. Tener menos emprendimiento por necesidad debería ser un indicador de mayor desarrollo socio-económico, aspecto que dependerá de que

se cumplan mejores condiciones en todo el “ecosistema emprendedor”, tal como se analizará en el cuarto capítulo de este reporte.

Distribución por Sectores

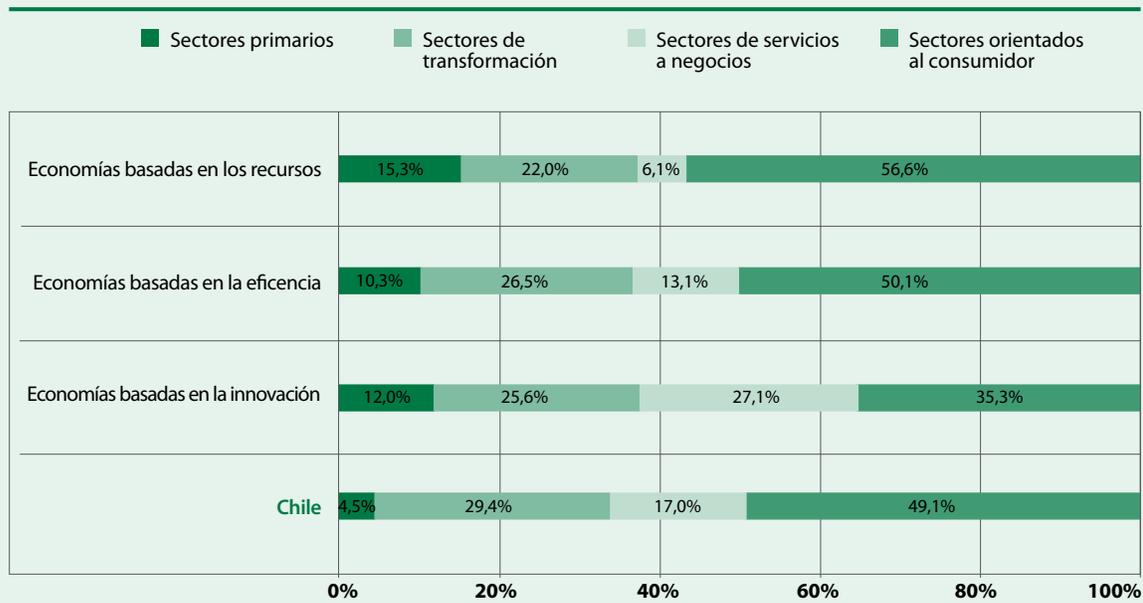
Las Figura 11 y 12 muestran la distribución de los emprendimientos, ya sean iniciales o establecidos, por sectores industriales y según fase de desarrollo económico, agrupando todos los países participantes en el GEM de este ciclo comparados con Chile. La distribución por sectores varía conforme cambia la fase de desarrollo, sin embargo, se mantiene la tendencia observada en el reporte del ciclo anterior. El sector de extracción prevalece más en las economías basadas en los recursos, y los servicios empresariales son más frecuentes en las economías basadas en la innovación. La reducción del porcentaje de emprendimientos orientados a servicios a consumidores conforme se avanza entre las tres fases de desarrollo es particularmente notable. Este sector suele tener necesidades de recursos relativamente bajas y con frecuencia de naturaleza local, particularmente en los países de escaso nivel de desarrollo en transporte y en infraestructura comercial.

Figura 11: Distribución por Sectores en Emprendimientos en Etapas Iniciales



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Figura 12: Distribución por Sectores en Emprendimientos Establecidos



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Chile presenta resultados que se pueden considerar en la transición entre economías basadas en eficiencia a las basadas en innovación. Estos resultados específicos reflejan que tanto los emprendedores en etapas iniciales como los establecidos, presentan un mayor porcentaje en sector servicios al consumidor, con un 58,8% en iniciales y un 49,1% en establecidos. El segundo sector más común es el sector servicio de transformación, con un 20,2% en etapas iniciales y un 29,4% en establecidos. Hay que destacar que el sector servicios al consumidor es más común en los emprendimientos iniciales, porque en los establecidos aumentan el porcentaje en el resto de los sectores.

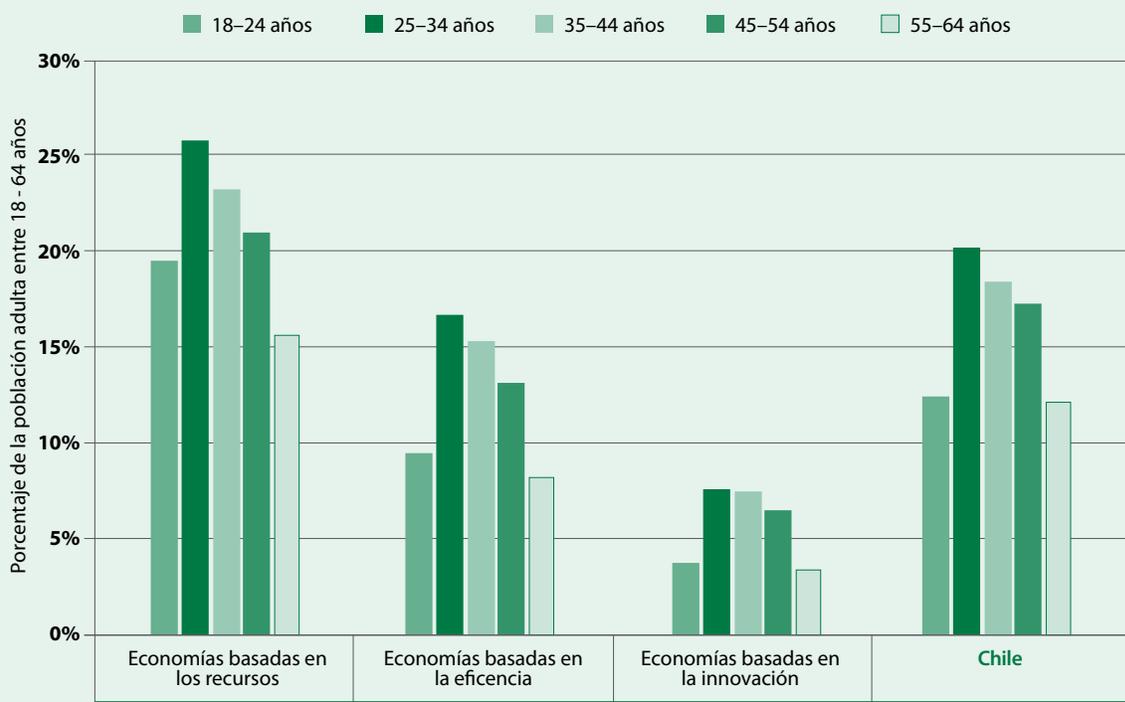
Edad y sexo

Las variables de edad y género resultan ser muy relevantes para poder analizar la actividad emprendedora. 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.

La Figura 13 muestra la distribución por grupos de edad en emprendedores en etapas iniciales a nivel global en cada una de las fases de desarrollo económico y se compara con los datos de Chile. La distribución por edades es muy similar para cada una de las fases de desarrollo. El grupo de edad de 25 a 34 años tiene la mayor tasa de prevalencia para cada fase. Además, se observa una disminución de las tasas de emprendimiento conforme aumenta la edad. Este patrón de “U invertida” refleja cómo el deseo de iniciar un negocio disminuye a medida que aumenta la edad y, asimismo, la percepción de las habilidades tiende a aumentar con la edad.

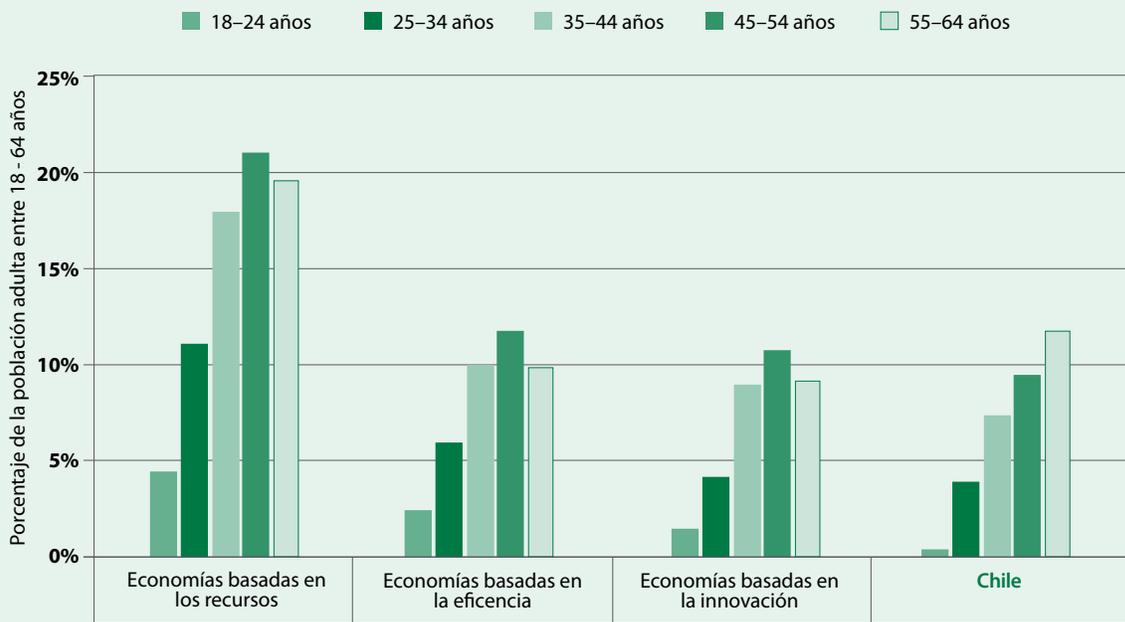
La distribución por edad para los emprendedores establecidos se grafica en la Figura 14. En ella podemos observar cómo los emprendedores se tienden a agrupar en edades más tardías conforme su emprendimiento se establece, aspecto que se acentúa en Chile, donde el mayor porcentaje de los emprendedores establecidos se localiza en el rango de edad entre 55 y 64 años. La explicación a la distribución por edades se debe al ajuste del

Figura 13: Emprendimiento en Etapas Iniciales según Grupo de Edad y Fase de Desarrollo Económico



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Figura 14: Emprendimientos Establecidos según Grupo de Edad y Fase de Desarrollo Económico



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

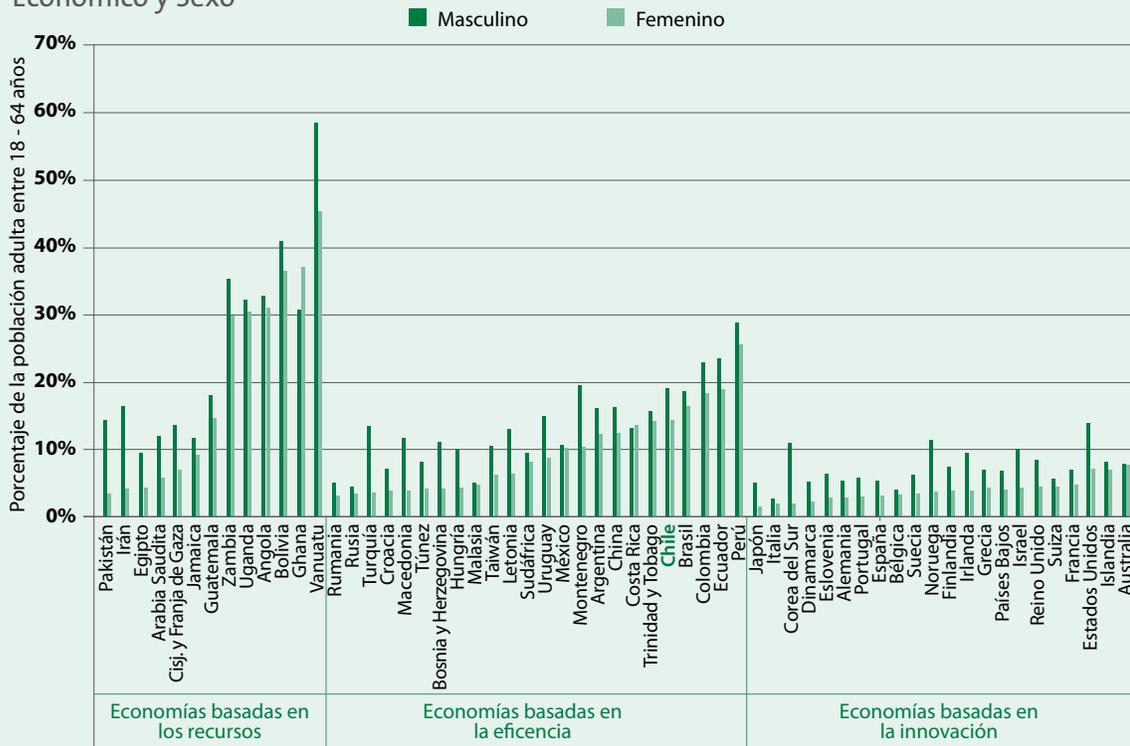
ciclo emprendedor al ciclo de vida. Es de esperar que la persona conforme aumenta su edad, tenga emprendimientos establecidos y que sean los jóvenes quienes presenten mayores niveles de emprendimientos iniciales. Cabe mencionar que esta distribución se mantuvo relativamente estable respecto a los datos recogidos en el 2009.

En Chile la edad promedio ponderada (entre 18 y 64 años) para emprendedores en etapas iniciales es de 37 años –prácticamente igual que ciclos anteriores–, mientras que en establecidos es de 45,5 años. Esta edad promedio es mayor a la observada a nivel global en los países del GEM. De hecho, el promedio en Chile de las personas que manifiesta estar iniciando una empresa (emprendedores nacientes) es de 36 años y el promedio de edad de los nuevos empresarios es de 38 años.

En relación a la distribución por sexos, la Figura 15 muestra las diferencias de TEA entre hombres y mujeres para cada país participante en el GEM 2010, ordenados por fase de desarrollo económico y tasa de participación femenina.

Los niveles de TEA por sexo varían considerablemente dentro de cada fase, lo cual refleja la cultura y costumbres nacionales en torno a la participación femenina y la actividad económica. En las economías basadas en los recursos, por ejemplo, países de África subsahariana presentan tasas de TEA femenino similares a la observada en los hombres incluso mayores como Ghana. Por otro lado, la situación es muy diferente para la mayoría de los países de Oriente Medio, lo cual no es más que el reflejo de diferentes culturas y costumbres. Finalmente, en las economías basadas en la eficiencia, la brecha entre sexos es bastante menor en los países de América Latina y en muchos casos, aunque no en todos los países de Europa, las tasas de TEA masculino son sustancialmente más altas que en las mujeres. En las economías basadas en la innovación, la regla general es que los hombres tienen el doble de probabilidades de estar involucrados en emprendimientos en etapas iniciales que las mujeres, sin embargo, esta brecha es menor en Bélgica, Islandia y Australia.

Figura 15: Tasa de Emprendimiento en Etapas Iniciales (TEA) según Fase de Desarrollo Económico y Sexo



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2010

En el caso de Chile, la incidencia por sexos en las actividades emprendedoras suele ser mayor en los hombres. El 19,2% son hombres que manifiestan ser emprendedores en etapas iniciales versus el 14,4% de mujeres que manifestaron lo mismo. En el caso de los establecidos, el 8,1% son hombres y el 3,9% mujeres⁴.

Así, el 55,2% del total de emprendedores en etapas iniciales y el 66,1% del total de los emprendedores establecidos son hombres, mientras que los porcentajes en etapas iniciales y establecidas de mujeres son 44,8% y 33,9% respectivamente.

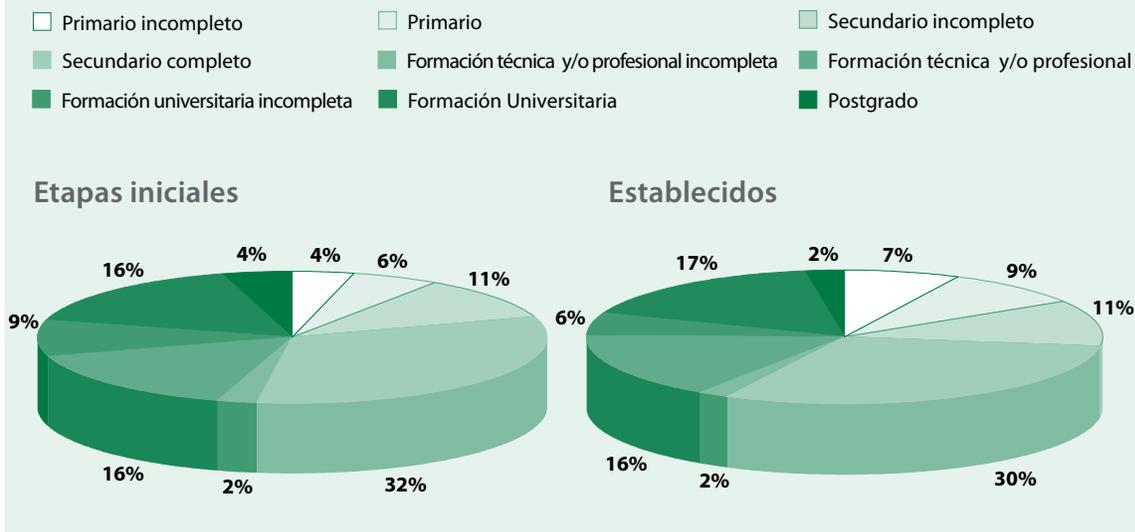
Al igual que en otros años, se realizará un reporte específico sobre mujeres y actividad emprendedora en Chile, donde el enfoque está concentrado principalmente en las diferencias que existen respecto a los hombres y el desglose del perfil que tienen las emprendedoras chilenas.

Nivel Educativo

Usando los datos de los encuestados involucrados en actividades emprendedoras, ya sea en estado inicial o establecido, la Figura 16 muestra la proporción de cada uno de los niveles de educación formal utilizando las denominaciones que comúnmente se usan en el país. Se observa que los emprendedores en etapas iniciales, en su mayoría, poseen estudios secundarios y superiores (incluye todos los estudios post-secundaria). Situación que se mantiene en los establecidos.

Para este ciclo del GEM, se observa que se mantiene la tendencia observada en los años anteriores y, en términos generales, prácticamente la mitad de los emprendedores en Chile tiene niveles educativos más allá de la educación secundaria obligatoria. No obstante, la distribución de los niveles educacionales varía conforme se analiza según tipo de emprendimiento. El emprendimiento por necesidad, en general, se asocia con menores niveles educativos.

Figura 16: Proporción del Nivel de Estudios en Actividad Emprendedora



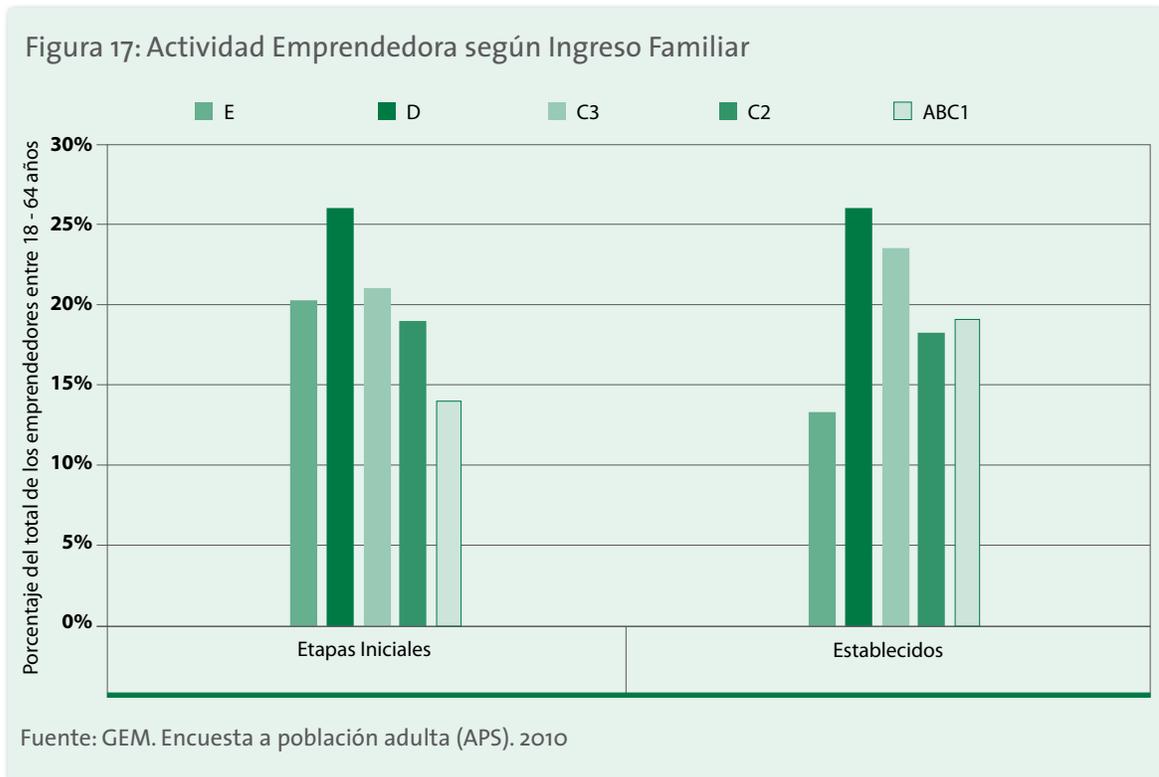
Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

⁴ Más información en Amorós, Guerra y Pizarro (2010) "GEM Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile 2009-2010". Disponible en www.gemchile.cl

Nivel de Ingresos

Un indicador relevante para determinar el nivel de vida de los emprendedores y los ingresos que reciben de sus emprendimientos, es situarlos en diferentes niveles de renta familiar o nivel de ingresos. Usando los criterios más convencionales y conocidos para los chilenos es que se ha determinado usar las cinco categorías más comunes utilizadas en el país⁵ que se muestran en la Figura 17. De este análisis podemos inferir que se mantiene la tendencia de que a medida que se consolida la actividad emprendedora, tienden a subir los ingresos.

Como también se observa en la Figura 17, existe una fuerte tendencia a que los emprendedores pertenezcan a los sectores de clase media. Tanto en los emprendedores iniciales como establecidos, el mayor porcentaje se encuentra en el sector económico D y C3, destacando un porcentaje importante de emprendedores iniciales pertenecientes al grupo E y uno importante de establecidos pertenecientes al ABC1. Cabe mencionar, que esta situación podría explicarse debido a los establecimientos de los emprendimientos y, por consecuencia, el aumento de los ingresos.



Situación Laboral de los Emprendedores

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 autoem-

pleadas 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 son una fuerza laboral importante para el negocio pues desarrollan labores dentro de la empresa. La Figura 18 muestra la distribución porcentual del tipo de empleo, tanto en emprendedores en etapas iniciales como establecidos.

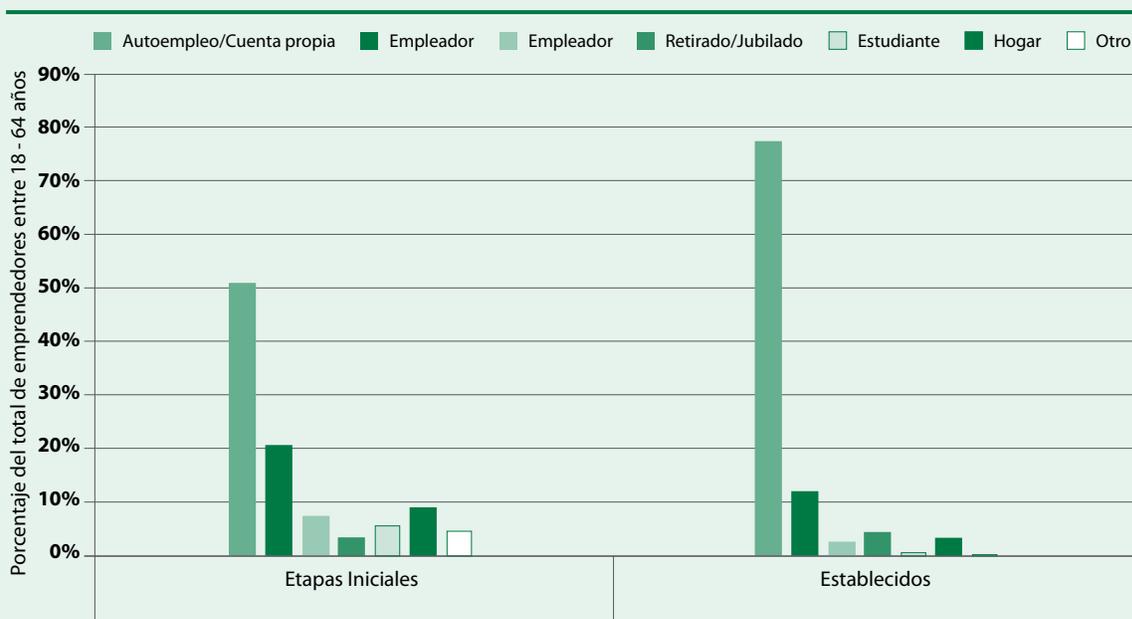
⁵ Los niveles corresponden a la siguiente distribución del ingreso: E \$1 – 230.000; D \$230.001 – 400.000; C3 \$400.001 – 680.000; C2 \$680.001 – 1.200.000; ABC1 más de \$ 1.200.001

Para el ciclo actual se destaca que el 50,5% de los emprendedores iniciales se declaró como autoempleado, tendencia que se mantiene respecto al ciclo anterior. Sin embargo, los establecidos siguen presentando un 77,1% de autoempleados, lo que indica que la tendencia sigue siendo que la mayoría de los emprendedores establecidos no tenga empleados formales. La

intención a generar empleos se analizará en la siguiente sección.

Se destaca nuevamente el bajo porcentaje de emprendedores que se declara desocupado como buen indicador de la rapidez con la que se involucran formalmente las personas en la constitución de nuevos negocios o empresas.

Figura 18: Actividad Emprendedora según Tipo de Empleo



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Descontinuación de los Negocios

Los porcentajes de personas que pasan de ser emprendedores en etapas iniciales a emprendedores establecidos también disminuyen conforme el país se desarrolla. Esto refleja una rotación de quienes son nuevos emprendedores a quienes discontinúan, lo cual es particularmente notable en las economías basadas en la innovación. Para analizar esta dinámica también se les pregunta a los encuestados que han discontinuado algún emprendimiento, sobre la principal razón 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. En un estudio de Headd (2003), dio cuenta que un tercio de los propietarios 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 ne-

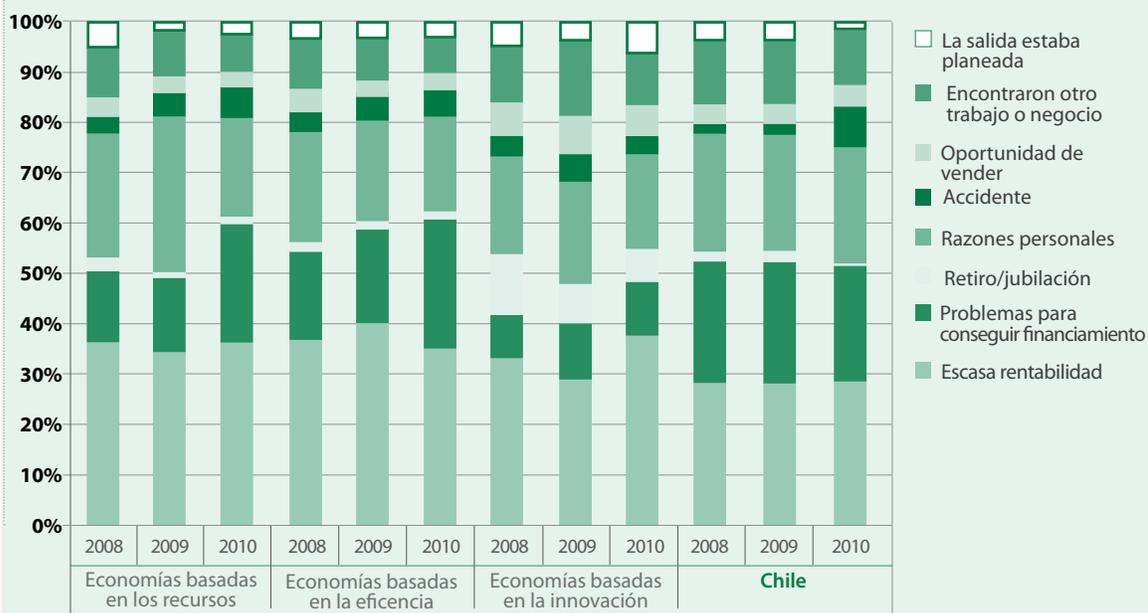
gocio, éste no es el fin de sus carreras emprendedoras, sino un nuevo comienzo. “El reciclamiento de emprendedores” (Mason y Harrison, 2006) se manifiesta de dos maneras; en primer lugar, los emprendedores que se salieron pueden volver a entrar y en segundo lugar, los emprendedores que se han salido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

Los resultados comparativos del periodo 2008-2010 obtenidos de esta pregunta se resumen en la Figura 19.

Cabe mencionar que los resultados generales para este ciclo del GEM son muy similares a los observados en los ciclos anteriores pese a las diferencias en la muestra. Los problemas económicos (incluye que el negocio no era rentable y problemas de financiamiento) son cita-

dos como la principal razón para discontinuar por cerca de más del 50% de los encuestados a nivel mundial y, paralelamente, fue el motivo más citado en las economías basadas en los recursos y en la eficiencia (cerca del 60% en ambos casos), mientras que en las economías basadas en la innovación fue el principal motivo citado por cerca del 47% de los encuestados. Que el negocio no era rentable fue el problema financiero más frecuente y los problemas de financiamiento son menos habituales en las economías basadas en la innovación, esto porque en estos países, por lo general, el marco de finanzas para emprendedores está más desarrollado. La oportunidad de vender y, en particular, la jubilación son las motivaciones más comunes en las economías basadas en la innovación y los motivos personales fueron reportados por el 20-30% de los encuestados en todos los tipos de economía.

Figura 19: Razones Expresadas tras la Descontinuación de un Emprendimiento según Tipo de Economía



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Estos resultados dan una imagen coherente de la discontinuación de los negocios y se ajusta al modelo GEM. En las economías basadas en recursos, la tasa de discontinuación es muy alta y los motivos personales son también una de las principales razones por las que los emprendedores ponen fin a sus negocios. En las economías basadas en la eficiencia hay menos emprendedores que discontinúan, lo cual es un reflejo del aumento de la importancia del emprendimiento en cada país. Finalmente, en las economías basadas en la innovación, la tasa de discontinuidad es aún menor, tanto en términos absolutos como en proporción del total de negocios, lo cual es representativo de una mayor calidad del capital humano y de un entorno más favorable.

Para el caso de Chile se muestra que efectivamente los problemas relacionados con la rentabilidad del negocio y acceso a financiamiento (problemas financieros) son la principal causa por la que algunos emprendedores discontinuaron sus negocios. No obstante, un porcentaje importante (20,4%) manifestó que las causas se relacionaban con motivos personales. Estas razones pueden incluir maternidad, matrimonio, viudez, sólo por nombrar algunos y el porcentaje es importante pues indica que no siempre hay razones financieras ligadas a la discontinuación. Sin embargo, en este ciclo el efecto del terremoto del 27 de febrero de 2010 fue indicado como una de las causas de la discontinuación del negocio con un 7,8%. Los efectos del terremoto en la percepción y actividad emprendedora se analizarán con más detalle en el capítulo tercero.

2.3 | Aspiraciones Emprendedoras

En esta sección, se presentan los principales resultados correspondientes a las aspiraciones emprendedoras. El GEM ha venido estudiando de forma longitudinal esta temática a modo de brindar una mirada más cualitativa al emprendimiento. Los principales resultados se enfocan hacia indicadores de empleo, expectativas de crecimiento, innovación y orientación hacia mercados internacionales. Estos resultados combinan los indicadores de tres años, es decir el periodo 2008-2010.

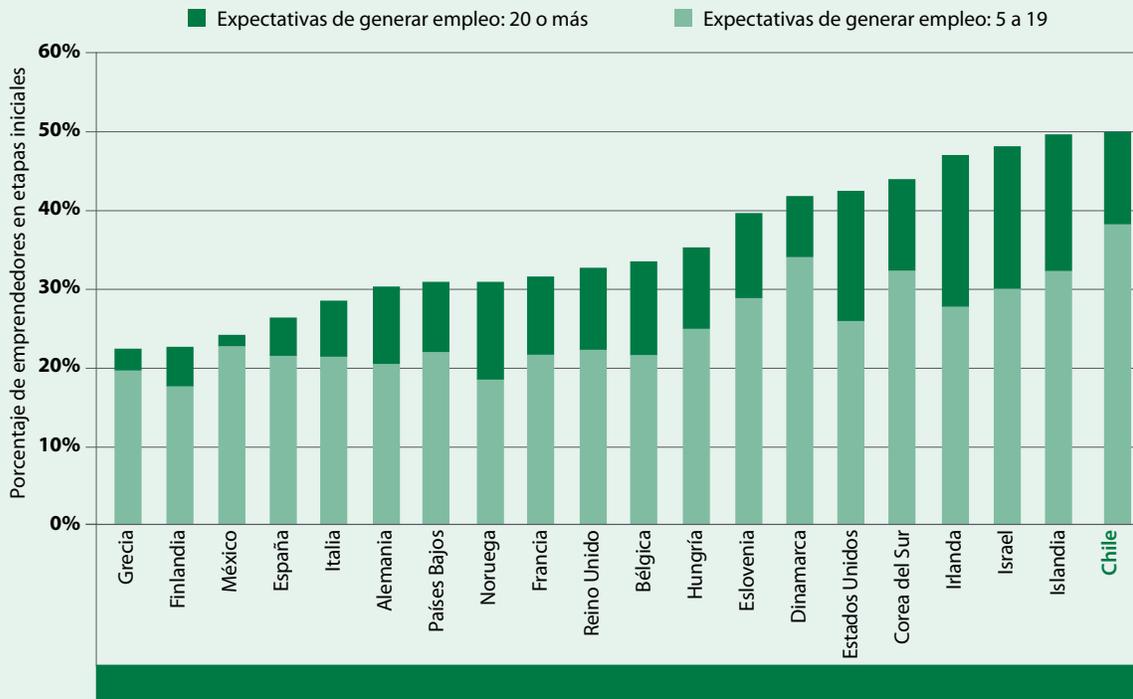
Expectativas de Alto Crecimiento

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 en etapas iniciales 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 los nuevos emprendedores, sólo el 9% de ellos se puede categorizar como emprendedor en etapas iniciales con expectativas de alto crecimiento, mientras que el 55% de los mismos espera crear cinco o más puestos de trabajo. Los emprendedores con gran crecimiento son, también, conocidos como “gacelas”, ya que reciben mucha atención de los políticos, debido a que sus empresas generan un alto número de empleos (Autio, 2007; Acs, 2008).

En la Figura 20, se observa la distribución entre los emprendimientos iniciales con altas expectativas de crecimiento (creación de más de 20 puestos de trabajo en 5 años) y aquellos que son moderados (creación de 5 a 19 puestos de trabajo en 5 años). Al igual de lo que se hizo en la sección anterior se compara Chile con los países miembros de la OECD que han participado en el GEM. Resulta interesante que justamente Chile se destaca como el país de este grupo donde existe el mayor porcentaje de emprendedores en etapas iniciales que han manifestado tener la intención de crear empleos (50%) combinando los datos en el periodo 2008-2010. En el caso específico de las altas expectativas de crecimiento (más de 20 empleados) se destacan Irlanda e Israel.

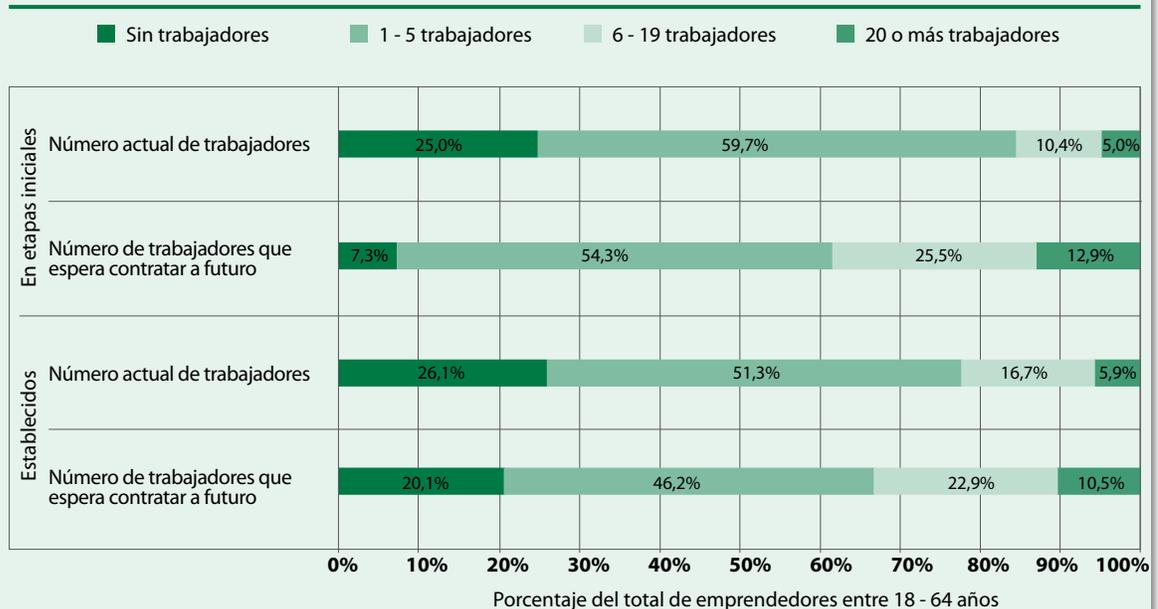
A nivel nacional, podemos analizar de forma separada el número actual de trabajadores y potencial número de trabajadores que pretende contratar un emprendedor según etapa del emprendimiento sólo para el ciclo 2010 (Ver Figura 21).

Figura 20: Prevalencia Relativa de Altas y Moderadas Expectativas de Crecimiento en Etapas Iniciales: Porcentajes del TEA 2008-2010



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

Figura 21: Número de Trabajadores y Potencial Número de Trabajadores en los Negocios de las Emprendedoras según Etapa de Emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Como se observa, la mayor parte de los emprendedores –tanto en etapas iniciales como establecidas– actualmente tienen entre 1 a 5 trabajadores en sus negocios, seguido por quienes no tienen trabajadores, luego quienes tienen de 6 a 19 trabajadores y con porcentajes mucho más bajos, quienes tienen de 20 o más trabajadores. Tal distribución demuestra que en nuestro país los emprendimientos son preferentemente PYMES. No obstante, si se analiza el número de trabajadores que los emprendedores esperan contratar a futuro, se observa que pese a que los emprendimientos son medianos, aspiran a seguir creciendo.

Según las cifras, el 12,9% de los emprendedores iniciales y el 10,5 % de los establecidos aspiran a contratar más de 20 trabajadores en el futuro. Esta situación que indica una intención clara de crecimiento es consecuente con los datos agregados del periodo 2008-2010, mostrados anteriormente. Sin embargo, llama la atención un porcentaje no menor de emprendedores mayoritariamente establecidos que no tiene aspiraciones de contratar más trabajadores (20,4% de establecidos frente a un 7,3% de iniciales).

Competitividad

La innovación y el emprendimiento están íntimamente relacionadas, Schumpeter (1912 [1934]) argumentó que los emprendedores que influyen sobre el equilibrio del mercado lo hacen mediante la introducción de nuevos productos o las combinaciones innovadoras que impulsan a las empresas menos productivas y el avance de la frontera de producción. De este modo, el emprendimiento puede producir un efecto de mayor productividad y crecimiento económico.

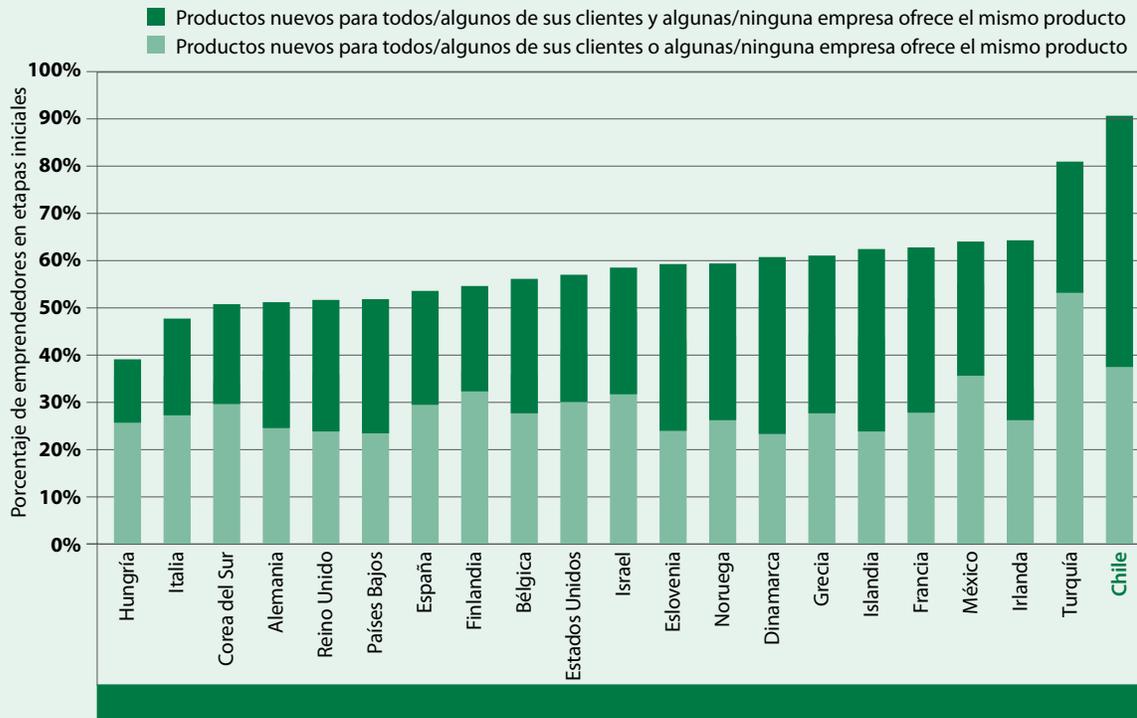
El GEM analiza un indicador de innovación relativa pidiéndoles a los emprendedores en etapas iniciales y a los establecidos que indiquen qué tan nuevos son sus productos o servicios para sus clientes. En segundo lugar, cada emprendedor califica el grado de competencia que enfrenta su empresa, en concreto, si él o ella perciben que muchos, pocos o ningún otro negocio ofrecen productos o servicios similares.

La Figura 22 evalúa a los países de la OECD del GEM en función de dos índices que combinan ambas medidas de innovación (la novedad del producto y el grado de competencia). El indicador hace una diferenciación entre la novedad del producto y la novedad del mercado, es decir, no muchas otras empresas ofrecen el mismo producto. En esencia, este índice mide el porcentaje de los empresarios que usan combinaciones de productos en el mercado.

Cabe mencionar que estos indicadores funcionan si tanto la disponibilidad de nuevos productos y servicios como la fuerza de la competencia se distribuyen uniformemente. Esto es una gran presunción. Al comparar entre los países podemos controlar en cierta medida las diferencias entre la disponibilidad del producto y la fuerza de la competencia, pero puede ser que algunos países obtengan una alta puntuación en estos índices, aún cuando los nuevos productos sean relativamente pocos y la competencia sea débil. Esto se puede dar en mercados pequeños, o bien como el caso de Chile y Turquía, donde al ser economías emergentes, la innovación es relativa dado que muchos productos o servicios no son nuevos en cuanto a su tiempo de creación, pero sí nuevos en dichos mercados. Por esta razón es que Chile podría estarse destacando, dado que el 90% de los emprendedores al menos consideraron algún nivel de innovación y menor competencia.

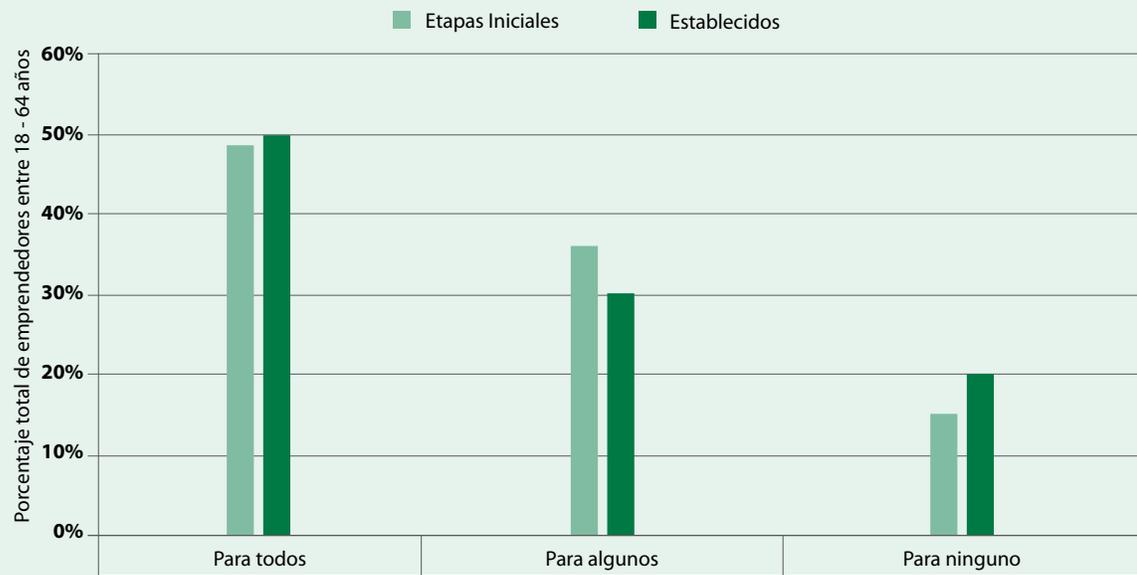
En el caso específico de Chile, se observa la tendencia de prácticamente la mitad de los emprendedores que considera que sus productos son nuevos para todos sus clientes. El 48,7% de los emprendedores iniciales y el 49,8% de los establecidos manifestaron que los productos o servicios eran nuevos para todos sus clientes, contra un 15,3% de iniciales y un 20,1% de establecidos que considera que sus productos o servicios no son nuevos para sus clientes. Estas cifras resultan ser muy positivas para el contexto emprendedor nacional y confirma datos del ciclo anterior, donde ya se infería que los emprendedores están tratando de incorporar la innovación en sus negocios y que sus clientes están accediendo a nuevos productos y servicios.

Figura 22: Porcentaje de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales y Nuevos Productos y Mercados, 2008-2010



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

Figura 23: Novedad de los Productos Ofrecidos
¿Qué tan nuevo es su producto o servicio para sus clientes?

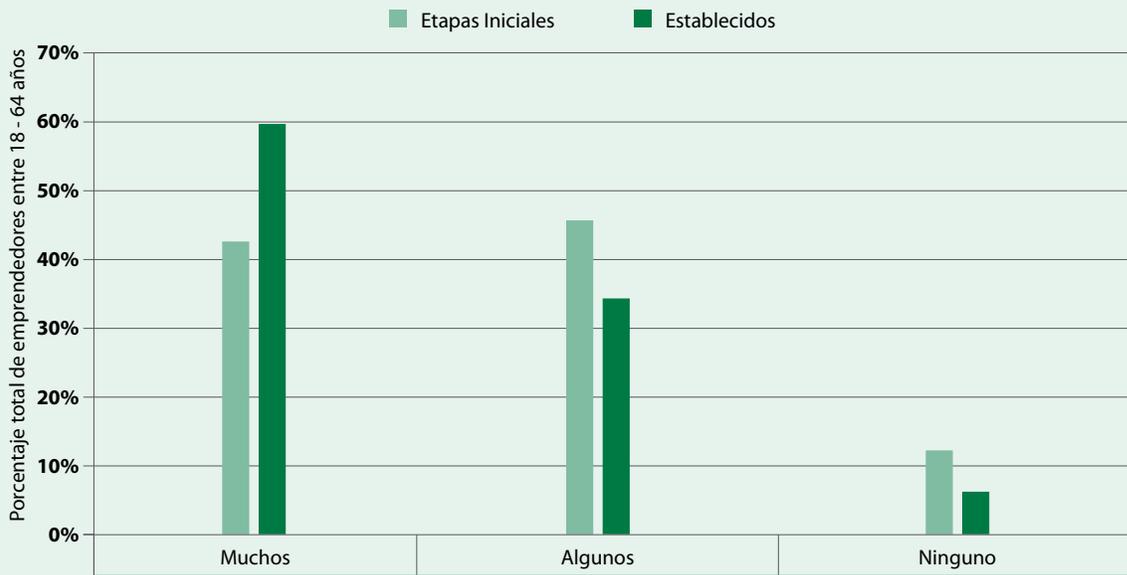


Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Sin embargo, pese a que sus productos o servicios se consideran nuevos para todos sus clientes, los emprendedores perciben altos grados de competencia esperada en el caso de los emprendedores establecidos y algún grado de competencia en el caso de los iniciales, como se puede ver en la Figura 24.

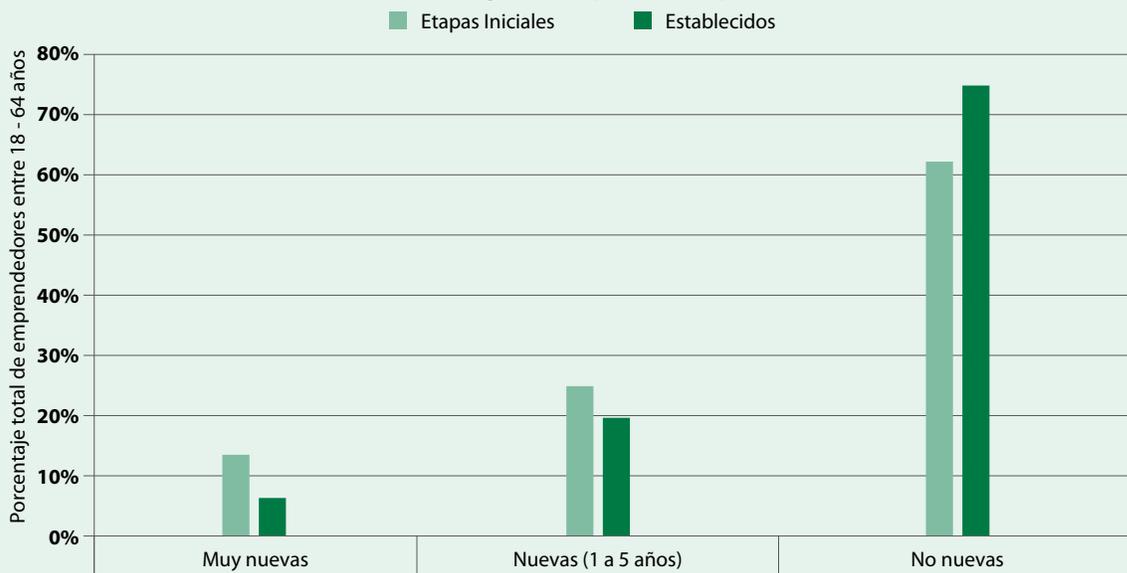
La Figura 25 muestra los niveles de incorporación de tecnologías y nuevos procesos a los emprendimientos. Se destaca el alto porcentaje de emprendedores de etapas iniciales como establecidos (acentuándose en este último grupo) que declara no usar nuevas tecnologías ni procesos.

Figura 24: Intensidad de la Competencia Esperada
¿Cuántos competidores ofrecen los mismos productos o servicios?



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Figura 25: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos
¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos que utiliza su empresa?



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

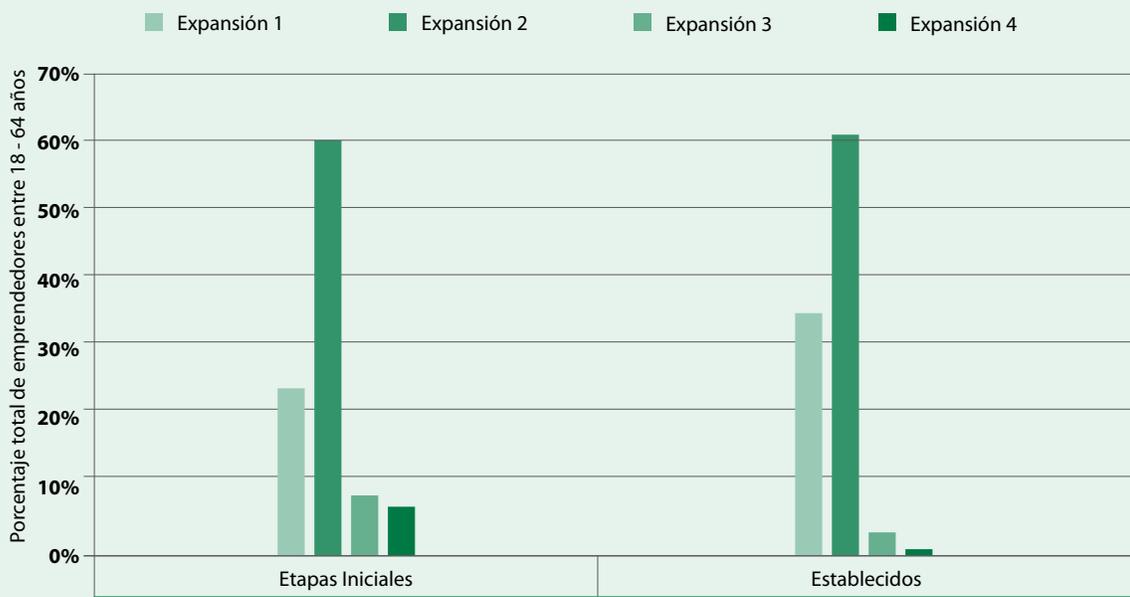
Por otro lado, podemos acercarnos al estudio de las aspiraciones emprendedoras a través del porcentaje de emprendedores que manifiesta expectativas de expansión de mercado. Como lo muestra la Figura 26, la mayor parte de los emprendedores declara tener una expansión 1 ó 2, lo que quiere decir que no tiene expansión o que tiene algún grado, pero sin usar nuevas tecnologías. La distribución de los grados de expansión conserva la tendencia observada el año pasado, con la diferencia que en el caso de los emprendedores establecidos aumentó el porcentaje de quienes tienen algún grado de expansión, pero sin el uso de tecnologías y disminuyó quienes no tienen expansión de mercado. Esta situación es favorable, pues habla de una evolución en el caso de este tipo de emprendimientos.

Otra forma de medir las aspiraciones empresariales se relaciona con la orientación de los emprendedores en etapas iniciales a mercados internacionales. La Figura 27 muestra la orientación hacia mercados internacionales en los países de la OECD, donde las barras más oscuras

reflejan una orientación internacional significativa, mientras que las barras más claras reflejan el porcentaje de emprendedores que declararon tener al menos un cliente en el exterior. Los resultados de esta figura son consistentes con los indicadores tradicionales de comercio internacional: los países desarrollados con un mercado relativamente pequeño tienen una fuerte orientación internacional, como el caso de Islandia, lo cual se puede trasladar a los emprendedores.

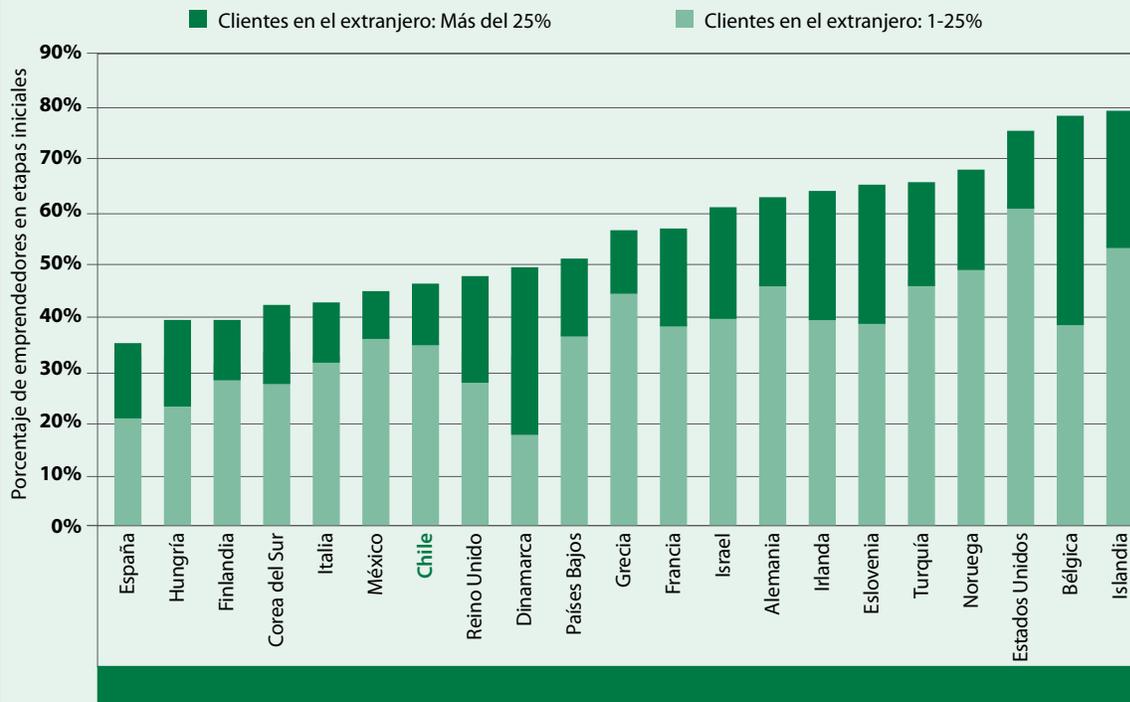
Finalmente, para el caso de Chile si bien se destaca que la mayor parte de los emprendedores no tiene clientes en el extranjero, se observa un crecimiento en el porcentaje de emprendimientos en etapas iniciales que al menos tiene un cliente en el extranjero. El porcentaje aumentó de un 25,9% en 2009 a un 38,9% en el presente ciclo. Esto es un aspecto positivo que también permite inferir que los emprendedores en el país están empezando a orientar sus actividades a mercados extranjeros en etapas más tempranas. Respecto a los emprendedores establecidos los porcentajes se mantiene prácticamente iguales.

Figura 26: Expectativa de Expansión de Mercado



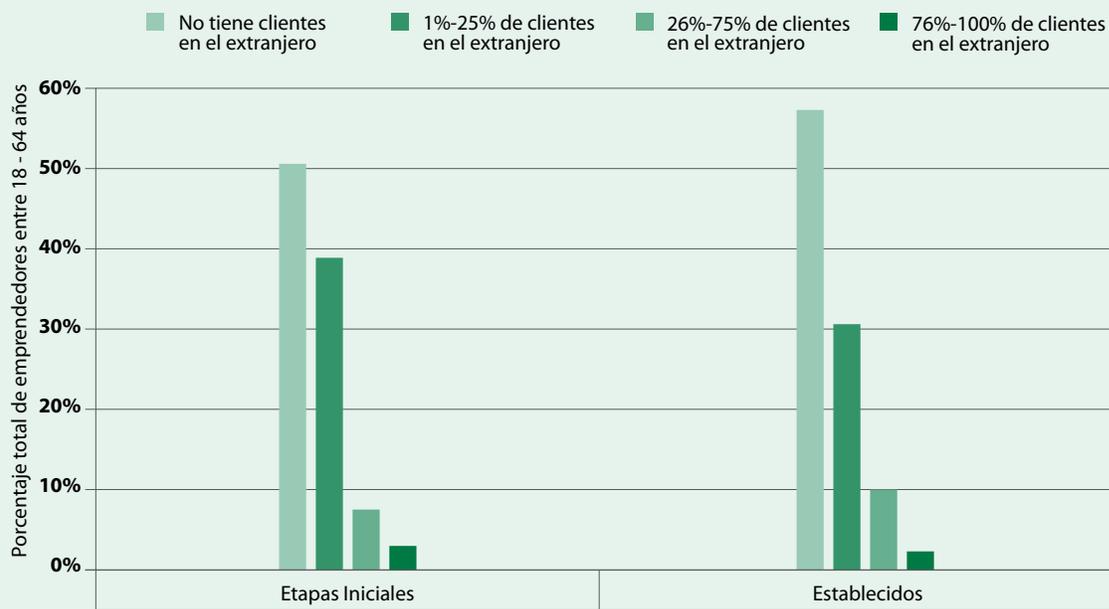
Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Figura 27: Porcentaje Emprendedores en Etapas Iniciales según Orientación a Mercados Internacionales, 2008-2010



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

Figura 28: Actividad emprendedora y exportación



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

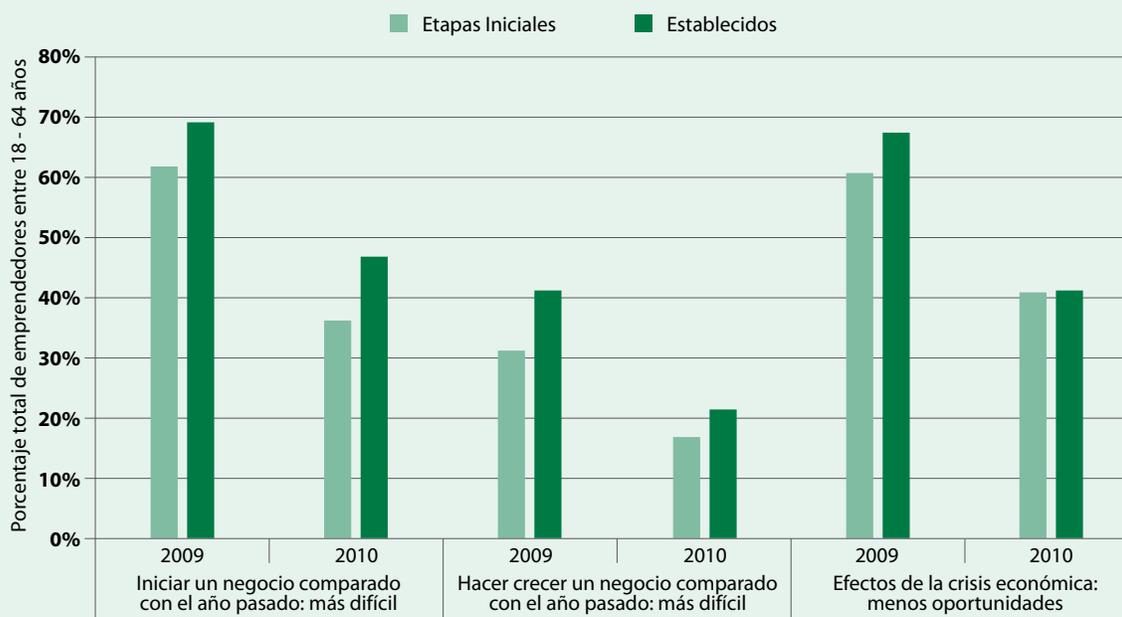
3 Actitudes, Actividades y Aspiraciones Emprendedoras ante la Coyuntura: La Crisis Económica y el Terremoto del 27F

Durante el 2010 muchos de los países sobre todo algunas economías desarrolladas siguieron sufriendo los efectos de la crisis económica iniciada en septiembre del 2008 y que se profundizó durante el 2009. Esta crisis durante el 2010 tuvo casos notorios como el España, Irlanda y Grecia aunado a los resabios de la recesión económica generada en Estados Unidos. Sin embargo, en América Latina los efectos durante el 2010 tuvieron diferentes dimensiones e implicancias. En Chile esta crisis – que si bien contagió a nuestra economía principalmente a través de los mercados financieros–, los resultados o “daños” no fueron muy profundos en términos generales. Existe cierta evidencia de que algunos emprendedores actuaron adelantándose a los ciclos (Koellinger and Thurik, 2009). Como se informó en el reporte 2009 las crisis son oportunidades de cambio y esto también atrae a nuevos

emprendedores que “llenen los espacios” de las empresas que se han visto con problemas a raíz de los ciclos económicos.

En el presente ciclo se volvieron a incorporar en la encuesta del GEM, tres preguntas acerca de las percepciones que tienen los emprendedores sobre la crisis y los efectos de ésta en sus negocios. Estas preguntas fueron en relación a si era más fácil iniciar un negocio con respecto al año anterior, si era más fácil hacer crecer un negocio y finalmente si había más oportunidades. A modo de resumen, la **Figura 29** muestra la distribución de las alternativas más negativas en relación a los tres indicadores mencionados. De este modo, muestra el porcentaje de emprendedores iniciales y establecidos por cada indicador agrupando las categorías de respuestas; más difícil y menos oportunidades.

Figura 29: Efectos generales de la crisis comparativo 2009-2010



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

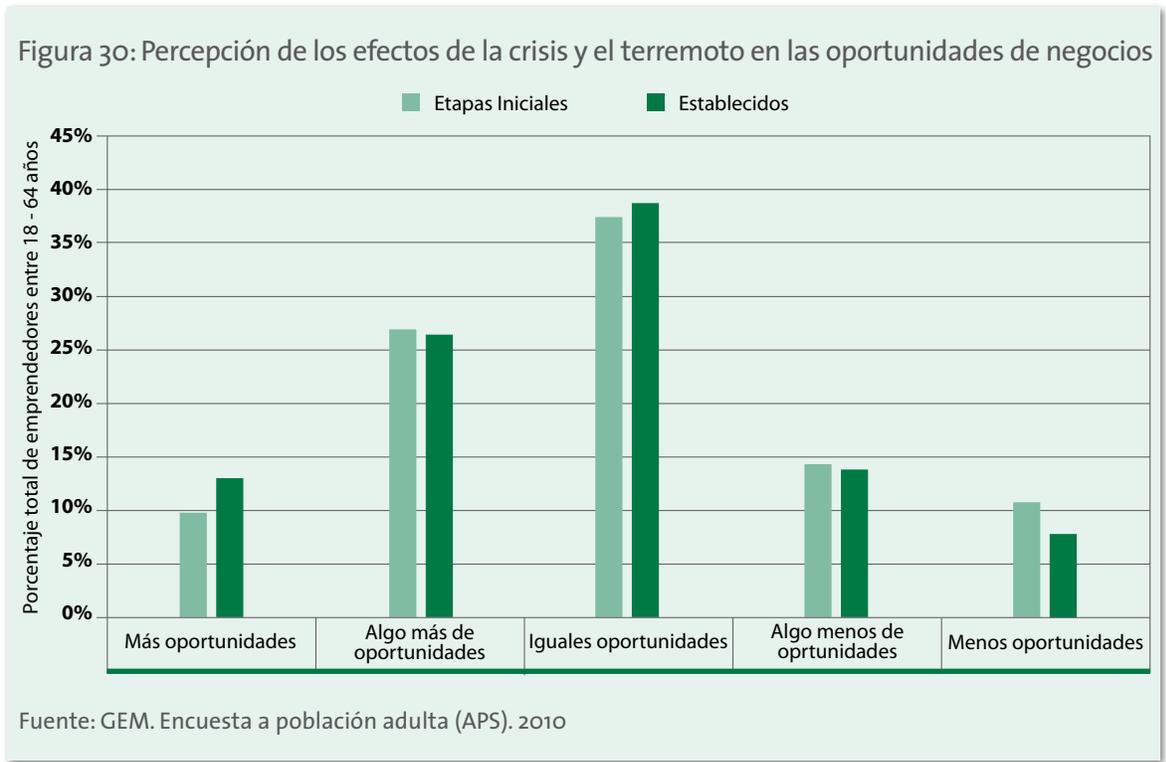
Los resultados de este gráfico demuestran que el indicador que en el 2009 tendió a agrupar las respuestas más negativas “iniciar un negocio”, bajó de 69% a un 47% de los emprendedores establecidos y de un 61,7% a un 36,3% de los iniciales. Hay que tener en consideración que este indicador agrupó las alternativas: algo más difícil y difícil. El indicador “efectos de la crisis económica en oportunidades” bajó considerablemente del 2009 al 2010 en ambos grupos de emprendedores. Finalmente, el indicador “hacer crecer un negocio”, el cual tendió a agrupar respuestas mucho más positivas en 2009, también muestra cifras muy menores del 17% y 21,5% en 2010. Con esto podemos inferir que si bien los “efectos totales” de la crisis económica no han desaparecido del todo, es evidente que las opiniones de los emprendedores fueron mucho más positivas, lo cual es consistente con el balance general de esta desaceleración económica: Chile “está saliendo bien librado de la crisis”.

Pero sin duda, más allá de la crisis económica, el acontecimiento que marcó la agenda del país

fue el terremoto del 27 de febrero del 2010. El Equipo GEM Chile fue consciente de que las consecuencias de dicho terremoto también afectarían la actividad emprendedora sobre todo en las regiones donde los efectos del movimiento sísmico y posterior maremoto causó mayores daños. Por este motivo se decidió añadir tres preguntas similares a las que se habían preguntado con respecto a la crisis económica:

1. Comparando la situación actual con la anterior al terremoto, ¿cómo considera que es poner en marcha un negocio como el suyo?
2. Comparando la situación actual con la anterior al terremoto, ¿cómo son sus expectativas de crecer su negocio?
3. ¿Qué tipo de impacto tiene el terremoto sobre las oportunidades de emprender en un negocio del mismo tipo que el suyo?

La Figura 30 muestra las actitudes de los emprendedores sobre las oportunidades que éstos percibían durante el 2010 posterior al terremoto, diferenciando por etapa de emprendimiento.



Teniendo como punto de comparación la situación previa al terremoto es posible observar que prácticamente el 40% de los emprendedores considera que esta catástrofe geográfica no tuvo ningún efecto sobre las oportunidades para llevar a cabo un negocio (ver Figura 30), lo cual resulta coherente si se tiene en consideración que el terremoto afectó directamente sólo a algunas regiones del país. Al respecto es importante señalar que prácticamente un tercio de los emprendedores que consideran que es más difícil iniciar un negocio posterior al terremoto, se concentran en dos regiones (Maule y Bío-Bío) y en el gráfico se diluye esa apreciación al incorporar el resto de los emprendedores de otras regiones⁶.

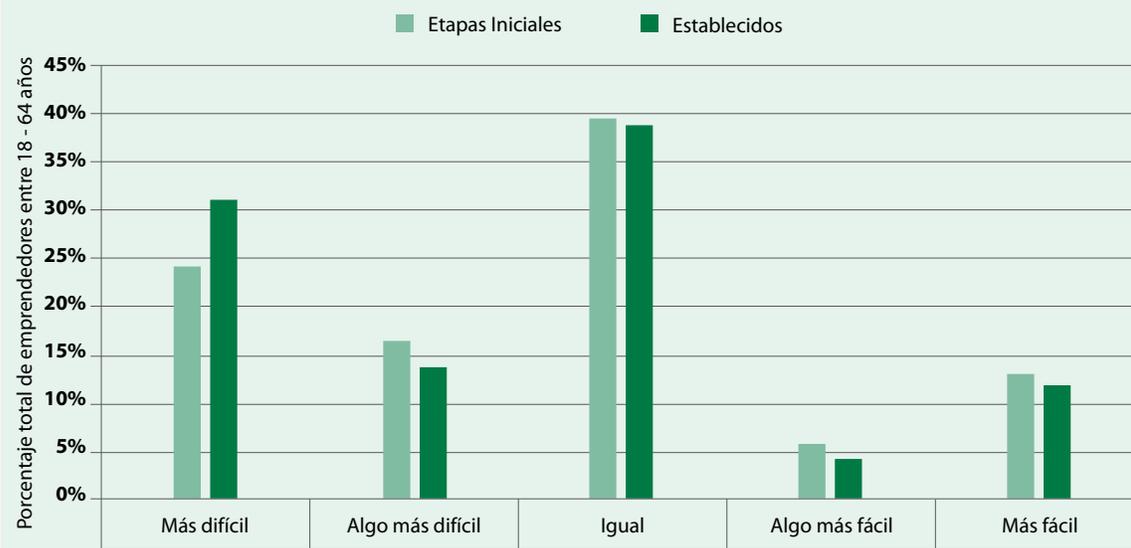
Pese a lo anterior, destaca que un 26,9% de los emprendedores iniciales y 26,5% de los establecidos poseen una actitud positiva, donde los efectos del terremoto fueron asimilados como una oportunidad para poder rehacer y reestructurar aquello que éste destruyó. Si bien el cambio en la actitud de los emprendedores se vio afecta-

da por el terremoto, especialmente en aquellos que pertenecen a las regiones más dañadas, la mayoría de los emprendedores encuestados tienden a percibir que no cambia o incluso hasta existían algo más de oportunidades.

Cabe mencionar que los emprendedores establecidos tienden a ser más positivos que los emprendedores en etapas iniciales, respecto a esta pregunta. Es posible que una de las razones que justifique esto se deba a la experiencia que éstos poseen y que, a partir de ella, desarrollen la capacidad de identificar oportunidades donde otros no ven. Aún cuando la diferencia es pequeña, esta figura estaría señalando que la actitud frente a la adversidad es levemente mejor en los emprendedores establecidos.

En cuanto a la generación de negocios, se les consultó a los emprendedores acerca de la dificultad percibida para crear nuevos negocios y se les diferenció por etapa de emprendimiento (ver Figura 31).

Figura 31: Percepción acerca de las dificultades existentes para crear un negocio comparado con las existentes previo al terremoto



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

⁶ Para el análisis detallado de los efectos del terremoto a nivel regional se desarrollarán los respectivos reportes regionales, donde se podrá observar con mayor profundidad las consecuencias del terremoto.

Como se observa en la Figura 31, los emprendedores consideraron que posterior al terremoto era más difícil emprender. Si bien ambos grupos de emprendedores presentan el mismo patrón, los emprendedores establecidos manifestaron más fehacientemente que iniciar un negocio presentará más obstáculos.

Al igual que en el indicador anterior, la mayor proporción de los emprendedores percibió que el terremoto no era un factor determinante para considerar cambios en la iniciación de negocios. Nuevamente la explicación es similar a la Figura 30, ya que existe una concentración geográfica para las opiniones que señalan que era más difícil crear un negocio posterior al terremoto.

En este caso es importante recordar que el terremoto afectó mucha infraestructura física en ciertas regiones: puentes, carreteras, sistemas de comunicación, etc., de la cual alguna aún no ha sido completamente restaurada, sin embargo, ésta es sólo un porcentaje pequeño del total de los daños iniciales. En la mayoría de los casos, en los meses inmediatos, ya se habían creado alternativas que permitían seguir con un funcionamiento prácticamente normal de todas las actividades.

Finalmente, la última pregunta especial es acerca de la percepción de las oportunidades existentes para hacer crecer su negocio comparándola con la situación previa al terremoto. La Figura 32 refleja que la mayoría de los emprendedores, tanto en etapas iniciales como establecidos, consideró que no hubo cambios significativos en este sentido.

Sin embargo, es posible destacar, a diferencia de los indicadores anteriores, que existe una leve tendencia de los emprendedores en etapas iniciales a percibir que el crecimiento del negocio iba estar simplificado por el contexto del momento. Una posible explicación a esto puede ser que algunas empresas establecidas vieron dificultades en cumplir algunos de sus compromisos acordados previo al terremoto y que frente a este nuevo escenario ya no estaban en condiciones de cumplir. Así también los problemas de comunicación y la catarsis colectiva del

momento pudieron provocar en las personas y las empresas la búsqueda de la primera alternativa disponible, frente a lo cual muchos nuevos emprendedores vieron una ventana de oportunidades para penetrar en el mercado.

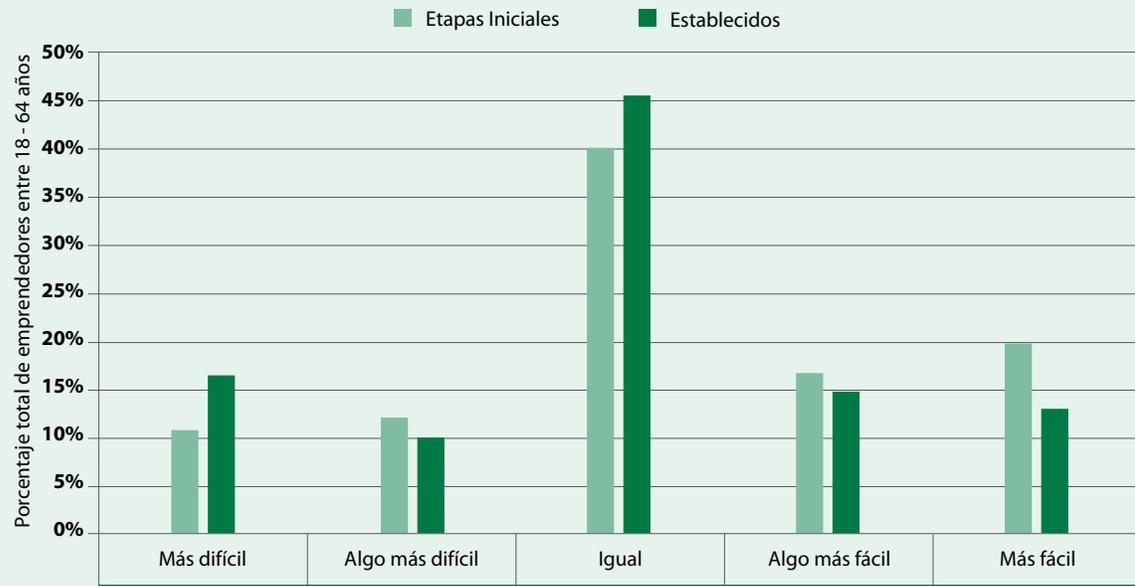
Los emprendedores establecidos por el contrario, según estas cifras, se encuentran nivelados, ya que es posible ver una distribución prácticamente simétrica. Aquellos que consideraron que iban a haber mayores dificultades y algo más, son prácticamente la misma cantidad de emprendedores que consideran lo opuesto. El 26,2% de los emprendedores manifestaron percibir alguna de las alternativas que señalan mayores niveles de dificultad, mientras que el 27,6% tiende a inclinarse hacia el otro extremo, considerando que crecer iba a ser más fácil o algo más fácil.

A partir de estas preguntas es posible concluir que la percepción de los efectos del terremoto a nivel país tienden a considerar que la cantidad de oportunidades no cambiaría, y que el crear y crecer los negocios tampoco tendría que verse afectado. Estos resultados no sólo son interesantes por sus implicancias, sino que son indicios de un espíritu de superación frente a la adversidad importante y que, pese a que el terremoto fue una catástrofe de gran magnitud, fue indiferente para los emprendedores respecto a sus actitudes, actividades y aspiraciones.

Si se comparan ambos grupos de emprendedores –los emprendedores en etapas iniciales respecto a los establecidos– sobre los tres factores estudiados posterior al terremoto, es posible observar que la actitud de los establecidos es levemente superior a la de los emprendedores en etapas iniciales, sin embargo, estos últimos tienden a mostrarse mejor respecto a la percepción de sus actividades y aspiraciones.

Así también es posible comprobar que las secuelas de la crisis económica mundial, se encuentran muy disminuidas y la mayoría de los efectos observados durante el año 2009, ya han quedado atrás. La percepción ante los efectos de la crisis en los emprendedores comprueban que efectivamente el país se ha estado recuperado rápidamente.

Figura 32: Percepción de las oportunidades existentes para hacer crecer su negocio en relación a las existentes el año pasado



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2010

4 Contexto Emprendedor en Chile

4.1 | Modelo GEM y Encuesta a Expertos

Así como fue mencionado en la primera sección del reporte, el modelo del GEM (ver Figura 4) indica que aún cuando el impulso emprendedor depende de las actitudes, actividades y aspiraciones de los emprendedores, también es potenciado o limitado por el entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora.

Para establecer cómo es este entorno, en este capítulo, se evaluarán las principales condiciones que determinan el emprendimiento en Chile y si éste está potenciado o limitado por el contexto en el que se desarrolla. Estas Condiciones de la Actividad Emprendedora (EFCs por su sigla en inglés) se describen en la Figura 33.

Figura 33: Condiciones de la Actividad Emprendedora que analiza la encuesta a expertos del GEM

1. APOYO FINANCIERO:

Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo subvenciones y subsidios. Esto incluye toda la cadena de financiamiento, desde capital semilla (nuevos emprendimientos) hasta mercados de capitales sofisticados (grandes empresas).

2. POLÍTICAS DE GOBIERNO:

Se refiere al grado en que las políticas del gobierno (reflejadas en regulaciones e impuestos) y la aplicación de éstas tienen como objetivo: (a) el apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento y (b) ser neutras entre el efecto que ocasionan a las nuevas empresas y a las ya establecidas.

3. PROGRAMAS DE GOBIERNO:

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

4. EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN:

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

5. TRANSFERENCIA DE I+D:

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

6. INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL:
 Se refiere tanto a la disponibilidad de servicios comerciales, contables, y legales, como a la existencia de instituciones que promueven el surgimiento de negocios nuevos, pequeños o en crecimiento.

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

8. ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA:
 Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un precio y oportunidad tal, que no representen una discriminación para las firmas nuevas, pequeñas o en crecimiento.

9. NORMAS SOCIALES Y CULTURALES:
 Se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan o desalientan acciones individuales que puedan llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

Para la medición de este contexto emprendedor, la metodología del GEM establece una encuesta estandarizada (NES por su sigla en inglés), la cual es respondida por expertos de diferentes áreas relevantes para el desarrollo del emprendimiento. Los expertos, de acuerdo a la metodología del GEM, son personas destacadas, ya sea por su reputación o experiencia en alguna de las 9 EFCs. Para este periodo participaron 476 expertos de 11 regiones del país.

La encuesta contiene 92 preguntas en escala de Likert de cinco puntos (donde “1=completamente falso” y “5=completamente cierto”), agrupadas en 17 variables. Éstas reflejan las 9 condiciones específicas a los temas de emprendimiento e innovación (ver Figura 33).

Para describir la contribución de cada variable al desarrollo del emprendimiento se realiza una conversión de la escala de Likert a un índice que fluctúa entre -2 a +2. Esta forma de presentar el índice de cada variable permite distinguir más fácilmente el aporte de cada EFC. Así también se realizará esta conversión al interior de cada variable, donde adicionalmente se excluirán las respuestas que no muestran preferencia (respuestas con valor 3), así sólo se registrarán las opiniones de acuerdo (respuestas con valores 4 y 5) y se contrastarán con las opiniones en desacuerdo (respuestas con valores 1 y 2)⁷, destacando así la varianza de los datos. La conversión de la escala original a la nueva queda definida de la siguiente forma:

Escala Original	Significado	Escala Modificada	Significado
1	Completamente falso	-2	Muy bajo
2	Más bien falso	-1	Bajo
3	Ni cierto ni falso	0	Medio
4	Más bien cierto	+1	Alto
5	Completamente cierto	+2	Muy Alto

⁷ En los gráficos, las respuestas negativas serán indicadas como un porcentaje con signo negativo. Este signo no obedece la lógica matemática (debido a que no existen los porcentajes negativos), sólo hace referencia al porcentaje de expertos que no están de acuerdo con la afirmación.

Cuadro 4 | Contexto Emprendedor de Chile y el Mundo

Cuando el escenario global aún está luchando para salir de la recesión del 2008-2009, para el año 2010 en el GEM fueron analizadas 59 economías, cubriendo el 84% del PIB mundial y más del 52% de la población mundial. Para la NES fueron encuestados más de 3.000 expertos de todo el mundo. A partir de esa información, es posible observar en la Figura 34 el nivel de Chile y compararlo respecto a las tres fases de desarrollo económico establecidas en el informe de Competitividad Global 2010-2011 (Schwab, 2010).

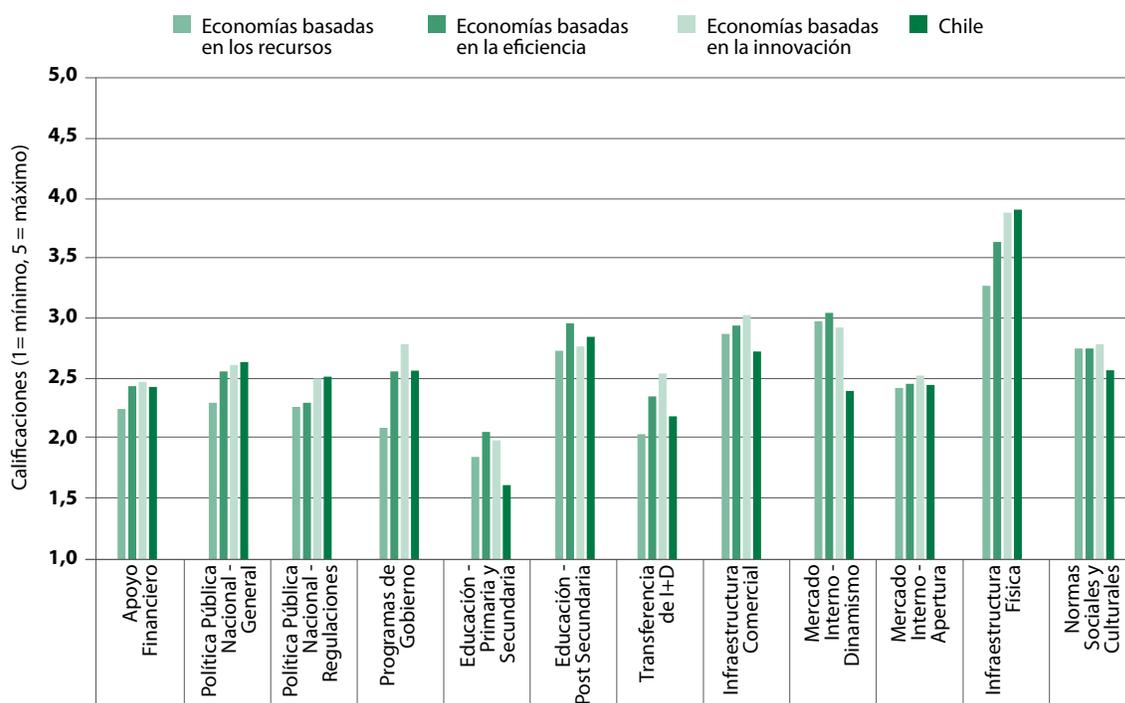
El análisis de las respuestas para esta figura está dividido en 12 categorías, donde el conjunto de éstas comprenden la percepción de las EFCs. El cambio de 9 a 12 categorías se debe principalmente a estudios científicos, donde se demuestra que políticas de gobierno, educación y capacitación, y apertura al mercado interno se deben subdividir cada una en dos componente (Levie y Autio, 2008).

Cabe recordar que Chile pertenece a las economías basadas en la eficiencia, sin embargo, está en transición hacia la siguiente fase de innovación.

Actualmente el contexto emprendedor del promedio de estas últimas, es mayor y por lo tanto ofrecen un mejor entorno para emprender del que se observa en Chile actualmente. Pese a lo anterior, es posible ver que nuestro país destaca comparativamente por su política pública en los aspectos generales –lo cual hace referencia básicamente a que el apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad para la política pública del gobierno–, así también por la educación enfocada en emprendimiento a nivel post-secundario y, finalmente, por su infraestructura física. De las anteriores destaca principalmente la infraestructura física, debido a que este año 2010 el país sufrió de uno de los peores terremotos de la historia.

El buen nivel, comparativamente hablando, de la educación para el emprendimiento a nivel post-secundaria se ve mermado por la baja evaluación que posee la educación para el emprendimiento en la etapa primaria y secundaria. De estos resultados, es posible inferir que en los primeros niveles educacionales, la preparación para el de-

Figura 34: Evaluación del Contexto Emprendedor 2010



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

sarrollo emprendedor es muy baja, por lo tanto, es importante reforzar en cantidad y calidad la formación educacional en emprendimiento.

Es importante señalar, sin embargo, que en general la mayoría de las economías que fueron estudiadas en el periodo 2010 comparten los principales elementos positivos y negativos, siendo infraestructura física, dinamismo en el mercado interno e infraestructura comercial, los aspectos favorables para el entorno. Transferencias de I+D, regulación de las políticas públicas y educación

primaria y secundaria para el emprendimiento, son las principales falencias que afectan limitando el desarrollo del emprendimiento de los países analizados (Kelley y otros, 2011).

Por otra parte, el país se encuentra en una situación desfavorable comparativamente en infraestructura comercial y respecto al dinamismo del mercado, lo que estaría indicando cierta rigidez de los mercados –tanto de bienes y servicios de consumo, como a las empresas– respecto a los cambios anuales.

Al comparar el contexto emprendedor de Chile respecto a los años anteriores (Figura 35) es posible ver que se ha producido un descenso generalizado en el entorno emprendedor llegando a valores similares a los observados en el 2008 y rompiendo esa tendencia que se observaba desde el año 2007 de aumento sostenido en la percepción de los expertos sobre las nueve condiciones de la actividad emprendedora.

Si bien este fenómeno podría explicarse principalmente por diversos aspectos que hicieron del 2010 un año “particular”. Dentro de los aspectos políticos se encuentra el cambio de gobierno. En lo economí-

co, aún estaban las secuelas de la crisis económica global. Finalmente, está el terremoto que repercutió tanto en lo social como en político y económico. Sin importar la perspectiva de dónde se mire cada uno de los eventos, es irrefutable que todos estos fueron factores que de una u otra manera afectaron la actividad económica del país durante el año 2010.

Si bien el retroceso respecto al año 2009 se debe a una serie de motivos, las condiciones que más disminuyeron en su evaluación son la transferencia de I+D y los programas de gobierno. Respecto a la última, los expertos critican su poca efectividad y que son insuficientes para la demanda actual.

Figura 35: Evolución del Contexto Emprendedor de Chile, 2005-2010



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES).

4.2 Análisis General de las Condiciones Específicas para Empezar

Cada año son elegidos una cierta cantidad de personas que ejercen como expertos a nivel nacional. El modelo del GEM establece un mínimo de 36 expertos nacionales, donde debe haber por lo menos cuatro expertos por cada condición mencionada en la Figura 33. Para este periodo fueron encuestados 51 expertos nacionales. Si bien, en total se cuenta con 476 expertos, 425 (89,2%) de ellos son expertos regionales y responden la encuesta enfocados sólo en la región donde habitan. Así, una vez reunida la información de las distintas regiones –representando así las diferentes realidades que se viven en el país–, se calculan los valores nacionales.

Es importante mencionar que los expertos nacionales son también elegidos de las diferentes regiones, evitando así un enfoque centralizado de análisis. Pese a lo anterior, es posible observar algunas diferencias entre quienes responden a nivel país (expertos nacionales) y el promedio de toda la muestra (expertos nacionales y regionales). Así, como es posible observar en la Figura 36, los expertos nacionales evalúan el contexto emprendedor de peor forma que el conjunto de todos los expertos. La evidencia muestra que los primeros tienden a ser más críticos en su evaluación. El conjunto de todos los expertos, a diferencia de los primeros, tienden a calificar de forma menos extrema, sea positiva o negativamente, cada una de las categorías analizadas.

Figura 36: Opinión Expertos Nacionales y Total de Expertos



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

En la mayoría de estas condiciones, la visión del total de expertos tiende a ser más optimista que la de los expertos nacionales. Sin embargo, tanto en infraestructura comercial y profesional, tanto en el acceso a financiamiento, son las únicas excepciones donde el conjunto de todos los expertos son más drásticos para evaluar su desempeño. Las mayores diferencias entre estos dos grupos se

observan en las normas sociales y culturales, infraestructura comercial y profesional, y educación y capacitación para el emprendimiento.

Respecto a las normas sociales y culturales, la principal diferencia entre los expertos nacionales y el total de expertos se debe a la responsabilidad de quien gestiona la propia vida de

las personas donde ambos grupos, estando de acuerdo, lo hacen en distinto grado. Los expertos nacionales son más enfáticos al considerar que es el individuo el principal responsable de gestionar la propia vida de las personas. Sin embargo, eso no está tan claro para el total de expertos donde incluso un poco más de la mitad de ellos considera que la cultura nacional enfatiza que es la comunidad quien cumple esa función.

En la infraestructura comercial y profesional, el principal punto de discrepancia se encuentra respecto al soporte que pueden dar los proveedores, consultores y subcontratistas. Según los expertos nacionales este soporte es grande, ya que existe la cantidad suficiente para satisfacer las necesidades de las nuevas empresas y las que están en crecimiento. Para el caso del total de expertos, por el contrario, no se tiende a ser tan categórico. Prácticamente la mitad de ellos considera que la cantidad de proveedores, consultores y subcontratistas no es suficiente. La principal explicación a este fenómeno estaría dada por una concentración geográfica de éstos en Santiago y una escasa presencia a nivel regional.

Para el caso de la educación y capacitación para el emprendimiento, la principal diferencia entre estos grupos se encuentra en los sistemas de formación profesional y formación continua. Al respecto se discute si quienes poseen una formación en administración, dirección y gestión de empresas tienen una formación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas. En este aspecto la proporción de expertos nacionales que la considera inadecuada es mayor a la proporción del total de expertos. Cabe señalar dentro de este tópico de educación que, de forma unánime, los expertos nacionales consideran que la enseñanza primaria y secundaria no entrega ningún aporte al desarrollo del emprendimiento.

A partir de las diferencias entre estos grupos se observa que quienes deben evaluar con una perspectiva nacional tienden a ser más radicales al momento de analizar cada una de las EFCs, en cambio, quienes deben contestar sólo pensando en su propia región son más cautos. Esto podría darse por el nivel de información que se maneja en los distintos roles (experto

nacional y experto regional), donde la probabilidad de dar una respuesta categórica varía a medida que se pide un juicio más general versus uno regional.

4.3 | Transferencia de Investigación y Desarrollo

NIVEL: -0,99

Al igual que en 2009, la transferencia de I+D es el área peor evaluada de todas las EFCs. Todas las preguntas incluidas en este ítem han sido evaluadas muy negativamente por los expertos (ver Figura 37). La principal diferencia, respecto a la evaluación del año anterior, tiene relación a los subsidios gubernamentales y si éstos permiten adquirir las nuevas tecnologías. En esta pregunta, durante el año 2009, un 30% de los expertos consideraba que efectivamente eran adecuados. Para este año, ese valor disminuyó a 19%.

Estos resultados, sin embargo, no debieran sorprender, debido a que se sabe –entre otros aspectos que también afectan– la escasa innovación tecnológica a nivel empresarial. La proporción del gasto en I+D ha permanecido estable hace bastante tiempo, donde el 60-65% es gasto público. Esta proporción de gasto privado es bajísima si se compara con los niveles que muestran otros países de la OECD, donde el 65% o más provienen del sector privado. En Chile, la mayoría de las empresas se encuentra lejos de la frontera tecnológica. Se estima que actualmente sólo el 5% de las empresas posee programas de investigación en conjunto con universidades y sólo un 2,2% lo hacen con organismos públicos de investigación. De lo anterior se deduce que hasta el momento la ley de incentivo tributario no ha sido efectiva en elevar el gasto de las empresas.

Aún cuando se reconoce que el aporte privado a la transferencia de I+D es insuficiente, también es importante mencionar que el sector público también debe aumentar su aporte. El gasto público en I+D de Chile ha aumentado de 0,34% del PIB en 2004 a 0,45% del PIB en 2010⁸, lo cual es poco, considerando que es necesario un aumento sustantivo en innovación para producir la inflexión y saltar al nivel de desarrollo del resto de los países de la OECD. Conscientes de este

⁸ Durante el año 2010 el gasto total del sistema nacional de innovación (SNIC) se incrementó en un 13,5%, donde los principales aumentos estuvieron en el capital humano avanzado (50%), capital humano (20%), ciencia de base (15%) e innovación empresarial (14%).

déficit, el gobierno tiene como meta que para el 2018 el 0,8% del PIB sea para la investigación, doblando así la inversión actual.

Actualmente existen iniciativas públicas que intentan promover el gasto en I+D, como el Fondo de Fomento de Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDEF), administrado por CONICYT, el cual administra alrededor de unos US\$20 millones. Este fondo puede financiar a lo más el 60% del costo del proyecto total, un 20% lo deben hacer las universidades y el 20% restante lo debe financiar una empresa privada o algún auspicio externo. Si bien estos estándares pueden ser considerados similares a la forma en cómo se administran los fondos a nivel internacional, no han sido completamente eficaces en atraer al sector privado. Por otra parte está InnovaChile, que posee un presupuesto aproximado de US\$60 millones, donde se fomenta la transferencia tecnológica a través de: (i) estudios de mercados para detectar oportunidades, (ii) entregando capital inicial para las nuevas empresas y (iii) mejorando las cadenas comerciales en áreas industriales claves.

Es importante señalar que para el desarrollo de la inversión pública en I+D también cola-

boran organizaciones multilaterales, como por ejemplo Banco Mundial a través de la Iniciativa Científica Milenio, la cual tiene por objetivo la creación de centros de excelencia en ciencias. Esta iniciativa es administrada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (Minecon) y a partir de ella se han creado tres instituciones y 15 núcleos. Así también está el Programa de Ciencia para la Economía del Conocimiento – también financiado en conjunto por el Banco Mundial y el Gobierno de Chile y es dirigido por CONICYT– que promete llevar alrededor de US\$100 millones hacia la I+D.

Pese a lo anterior, la percepción generalizada es que no existen los incentivos suficientes para fomentar la inversión privada y el actual gasto público no logra que Chile sea un país con grandes innovaciones. Dados los niveles observados en la encuesta a expertos, en esta condición, la percepción es que todo es insuficiente. Para torcer lo que se ha evidenciado estos últimos años es necesario que el gasto fiscal sea muy superior al actual y que se aumenten los incentivos para atraer el mundo privado, por ejemplo a través de una rebaja en los impuestos o con subsidios directos que beneficien a quienes inviertan en la I+D.

Figura 37: Evaluación de la Transferencia de I+D



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

4.4 Educación y Capacitación para el Emprendimiento

NIVEL: -0,88

Como ha sido la tónica desde el inicio del GEM en Chile, la educación presenta una evaluación deficiente por parte de los expertos. Así se puede observar en la Figura 38 que para las tres primeras preguntas, referentes a la educación primaria y secundaria, los valores son muy similares a los del año anterior, donde se observa una evidente disconformidad respecto a las habilidades y conocimientos que se entregan en la educación para el emprendimiento. Sin embargo, Coduras y otros (2009), destacan que Chile muestra grandes niveles de educación para el emprendimiento, tanto formal como informal, destacando a nivel mundial por sus tasas de educación voluntaria. Según este mismo informe, la educación para el emprendimiento aumenta la auto eficacia y la conciencia emprendedora en la sociedad.

Una de las ventajas de entregar buena educación para el emprendimiento en la etapa primaria y secundaria es que mientras antes se conectan las personas con un entorno emprendedor, más probabilidades tienen las personas de convertirse en emprendedores (WEF, 2009), esto se da por ejemplo con los hijos de padres autónomos, los cuales tienen mayores niveles de actividad emprendedora (Henley, 2007).

Si bien existen iniciativas tanto a nivel gubernamental (llevadas a cabo por instituciones como el Ministerio de Economía) como privadas (como la Fundación Mercator, Fundación Chile y Educación Empresa), las cuales ofrecen guías y herramientas necesarias donde se enseña a emprender, su nivel de impacto en la población es limitado. Según la evaluación de los expertos se induce que los anteriores no lograrían complementar el déficit actual.

Respecto a la preparación en las universidades, durante el año 2009 un 31% de los expertos la consideraba adecuada, esta percepción decayó y para este año sólo uno de cada cuatro expertos la evalúa positivamente. Aún cuando es posible que el sistema universitario no esté capacitado para entregar las competencias, motivaciones y habilidades en materia de innovación y emprendimiento, son herramientas que deben entregarse y es importante crear la instancia para ofrecerlas (Blenker y otros, 2008). A partir de esto, muchos gobiernos están generando los cambios necesarios para permitir el desarrollo de la educación para emprendimiento.

Al igual que en el caso de las universidades, la enseñanza de administración y negocios y la educación técnica han sido evaluados de peor manera que el año pasado. En el caso de la primera, el porcentaje de expertos que no consideran que en la formación en administración, dirección y gestión de personas proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las existentes pasó de 32% a 42%. La formación técnica, en cambio, el porcentaje de expertos que también opinan que no es suficiente ni adecuada la formación saltó de 49% a 57%.

Un estudio particular en el sur de Chile estimó que la tasa de actividad emprendedora juvenil es de un 9,4% para un conjunto de estudiantes de enseñanza media en siete liceos técnicos-profesionales (Coduras y Amorós, 2010). Si se consideran estos niveles de emprendedores, es posible que los expertos estén apuntando a la falta de calidad de los programas actuales más que a la cantidad de ellos. Sería necesario, por tanto, no sólo aumentar los programas de educación y formación emprendedor, sino que incorporar dentro de ellos aspectos como la detección de oportunidades y el diseño de productos o servicios innovadores.

Figura 38: Evaluación de Educación y Capacitación para el Emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

4.5 | Acceso al Mercado Interno

NIVEL: -0,74

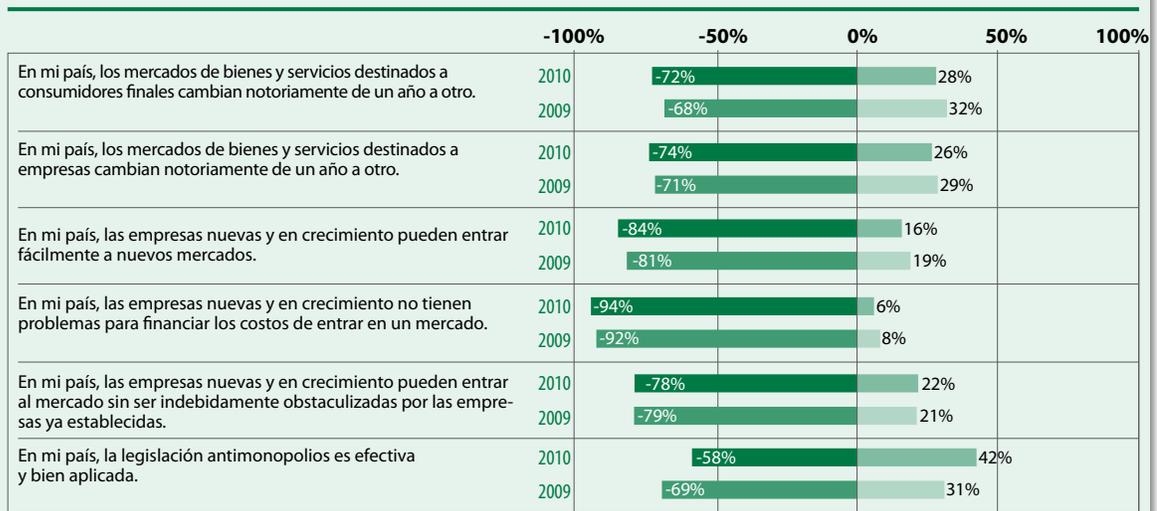
En este factor se examinan principalmente dos aspectos: el primero tiene relación con las barreras de entrada al mercado, y el segundo con el dinamismo que éste presenta. Respecto al primer punto los expertos perciben una gran barrera que dificulta la entrada de las nuevas empresas al mercado. Dentro de estas barreras, tal vez uno de los principales obstáculos que deben enfrentar las nuevas empresas es el costo de entrada a los mercados. Si bien en algunos casos, el costo de entrar es alto producto de las características propias de su industria (por ejemplo cuando los costos fijos son muy altos), en otros son las empresas ya establecidas las que han desarrollado estrategias que dificultan la incorporación de nuevos competidores.

Dentro de los aspectos analizados, destaca el aumento de la percepción sobre la efectiva aplicación de la legislación antimonopólica, la cual en el año 2009 sólo un 31% de los expertos la evaluaba positivamente. Para el año 2010, este porcentaje aumentó a un 42%, donde si bien la mayoría de los expertos considera que no es efectiva en su totalidad, cada vez son menos proporcionalmente.

Por otra parte, también es posible observar que se percibe un muy bajo dinamismo en los mercados. Esto puede estar fomentado, entre otros aspectos, por la gran informalidad que existe en algunos mercados específicos, donde la protección a la propiedad intelectual es un tema pendiente y donde aún no se ha encontrado una solución que disminuya drásticamente los niveles actuales de piratería. Esto ocurre sobre todo en industrias tecnológicas, donde los niveles de “pirateo” de software están muy extendidos. Otro aspecto que también influye es la poca innovación que, aún cuando se percibe como un aspecto valorado –tanto por las empresas como por los consumidores– se tiende a preferir lo tradicional por sobre lo vanguardista. Para el caso de las empresas, esto se traduce a la utilización de proveedores conocidos, antes de apostar por otros nuevos.

Si bien, aún cuando se puede considerar que los costos de entrada y el poco dinamismo del mercado interno son factores que perjudican y frenan el desarrollo de la actividad emprendedora, se debe mencionar que esto también pueden servir como incentivo a que las nuevas empresas se internacionalicen, eligiendo como mercado objetivo otros países, que ofrezcan características atractivas para el desarrollo de sus negocios.

Figura 39: Evaluación de la Facilidad para Acceder a Nuevos Mercados y Clientes



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

4.6 Apoyo Financiero

NIVEL: -0,60

Aún cuando la evaluación de los expertos respecto del apoyo financiero para el emprendimiento en Chile era bastante negativa durante el año 2009, ésta ha seguido empeorando. Como se aprecia en la Figura 40, los expertos perciben que hay una insuficiente disponibilidad de fondos para la creación de nuevas empresas.

La literatura académica menciona que las primeras fuentes de capital que ocupan las nuevas empresas provienen de los fundadores, amigos y familiares (también conocidas como las 3 F's, por sus iniciales en inglés). A estas fuentes de capital también se les denomina "love money", debido a que estos fondos son prestados principalmente por los lazos afectivos más que por ser una inversión en una buena idea de negocio.

A medida que las empresas crecen van necesitando mayores recursos financieros. Estos pueden provenir de sus mismos propietarios o de fuentes externas⁹. Es en ese momento cuando

surge la interrogativa sobre dónde y cómo poder conseguir el financiamiento. Existen diferentes instituciones, privadas y públicas, que entregan apoyo financiero para los nuevos negocios, para lo que éstas deben cumplir con ciertos requisitos dependiendo de cada prestamista.

Un ejemplo de las instituciones públicas es CORFO, la cual dependiendo de la necesidad específica del emprendedor posee diferentes garantías para ofrecer. Dentro de éstas se encuentran garantías para la reconstrucción (para quienes se vieron afectados por el terremoto del 27 de febrero), para el comercio exterior (principalmente para empresas exportadoras), garantía de reprogramación (donde esta institución actúa como aval, frente a deudas de las empresas con instituciones financieras), inversión y capital de trabajo (para ser usada en operaciones de crédito, leasing y leaseback), el crédito CORFO (donde es la propia institución la que con sus recursos entrega financiamiento a las micro y pequeñas empresas), entre otras.

Por el mundo privado se encuentran los bancos comerciales, los cuales cuentan con fondos específicos para el desarrollo de las pymes o los inversio-

⁹ Uno de los beneficios del endeudamiento es que permite crecer de forma más acelerada a que si lo hicieran sólo con capital propio.

nistas ángeles, que pueden actuar como redes de inversionistas o de forma individual. La percepción de los expertos indica que aún es muy bajo el nivel de aporte financiero que se entrega, principalmente por los privados. El Estado para compensar eso

entrega también recursos, sin embargo, este año la percepción de la cantidad de subsidios gubernamentales disminuyó un 10% respecto del año pasado, sin embargo, aún se mantiene positiva la evaluación del aporte estatal.

Figura 40: Apoyo Financiero para el Emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

4.7 | Infraestructura Comercial y Profesional

NIVEL: -0,54

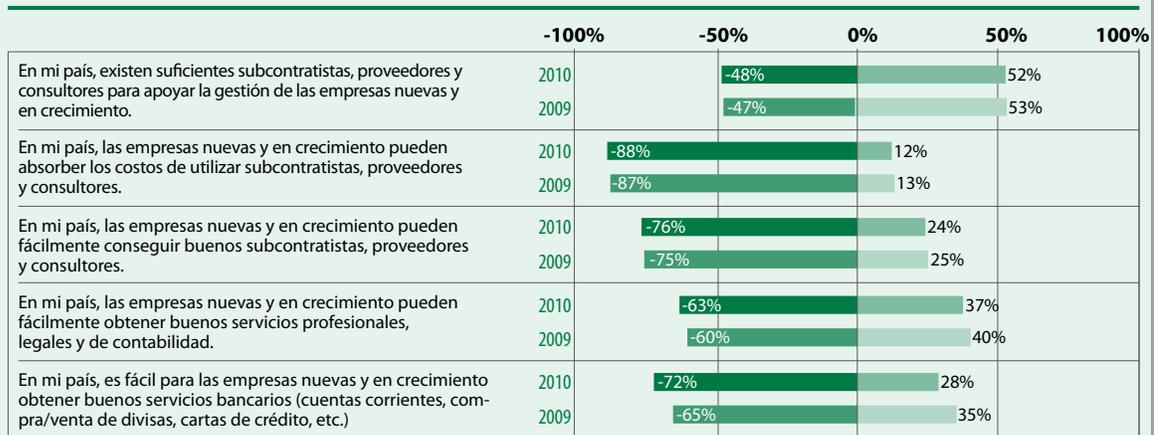
No es posible observar cambios significativos respecto a lo observado el año 2009 sobre la percepción de la infraestructura comercial y profesional. Los resultados de la encuesta a expertos indican que existe una leve tendencia a considerar que hay suficientes subcontratistas, proveedores y consultores para apoyar la gestión de las nuevas empresas, sin embargo, acceder a ellos no es tan sencillo y una de las razones sería el alto costo que implica contratar sus servicios. Prácticamente dos de cada tres expertos perciben que conseguir buenos asesores legales, laborales, contables y fiscales es complejo.

La variable que sufrió la mayor diferencia respecto al año 2009 tiene relación a la obtención

de buenos servicios bancarios. Este año el 72% de los expertos encuestados considera que es un proceso complejo, lo cual es un 7% más que el año pasado, donde el 65% de ellos opinaba de esa manera.

Los altos niveles de desacuerdo sobre el acceso a buenos servicios profesionales, legales y contables puede deberse a varias razones. Por una parte, esta evaluación pone de manifiesto problemas de calidad en este tipo de servicios, ya que si bien los expertos estiman una cantidad relativamente suficiente, se percibe que sólo una pequeña fracción de ellos ofrecen buenos servicios. Otro motivo también puede deberse a la escasa red de contacto que los expertos perciben que poseen los emprendedores, y ante esta carencia la posibilidad de obtener buenos servicios se reduce. Por lo tanto podría tratarse de un problema de falta de información, de la calidad de los servicios disponibles o ambos.

Figura 41: Evaluación de la Infraestructura Comercial y Profesional



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

4.8 Políticas de Gobierno

NIVEL: -0,46

Las evaluaciones de las políticas de gobierno respecto del año pasado son muy similares en prácticamente todos los puntos analizados, excepto cuando se pregunta si el apoyo a la nueva empresa y en crecimiento es una prioridad a nivel gubernamental. Para el año 2010 prácticamente el 60% de los expertos considera que sí es una prioridad para el gobierno, mientras que el año 2009 la opinión estaba más dividida y sólo la mitad de ellos lo consideraba como tal. La percepción de este aumento también es compartido –aunque en un menor grado– en los gobiernos locales. Los expertos que afirman que a nivel regional también se tiene como prioridad el apoyo a las nuevas empresas y las que están en crecimiento aumentaron de 44% a 48%. Este aumento da indicios de la percep-

ción sobre qué tan alineado se encuentran los gobiernos locales con el gobierno nacional. Éstas son las principales variables que explican el aumento de la evaluación de las políticas de gobierno durante este año.

Al igual que años anteriores el principal acuerdo entre expertos tiene relación con el plazo que toma la obtención de autorizaciones y licencias para poder operar. La gran cantidad de trámites burocráticos que se deben realizar dificultan la puesta en marcha de las nuevas empresas. De acuerdo al ranking Doing Business, del Banco Mundial, se requieren aproximadamente de 22 días para poder iniciar un negocio en Chile. Si bien esto muestra una disminución de lo observado otros años –donde el tiempo necesario para iniciar un negocio era de 27 días–, aún es muy lejano del tiempo estimado en los otros países de la OECD, donde el promedio es de 13 días.

Figura 42: Evaluación de las Políticas de Gobierno para el Emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

4.9 Programas de Gobierno

NIVEL: -0,42

Durante este año se ha “quebrado” la tendencia observada durante los últimos años donde cada vez se observaba una evaluación menos negativa sobre los programas de gobierno. La evaluación de los expertos critica principalmente la necesidad de tener que recurrir a varias agencias de gobierno para poder obtener la información necesitada. Este aspecto también fue el más criticado durante los años anteriores y apunta básicamente a la falta de coordinación entre las agencias de gobierno.

Así como es posible observar en la Figura 43, prácticamente todos los puntos analizados presentan una peor evaluación que el año anterior. La única excepción en este aspecto tiene relación a las competencias y eficacia de las personas que trabajan en los organismos de gobierno. Este es un aspecto esencial y si bien se celebra que la percepción de los expertos es que los funcionarios son de mejor calidad –ya

sea porque quienes trabajan actualmente tienen una mayor preparación previa o han sido capacitados–, es necesario recalcar que no es una opinión unánime y existe el 46% de los expertos percibe que no lo son.

Respecto del periodo anterior destaca que la percepción de qué tan efectivos son los programas de gobierno dirigidos a las nuevas empresas, durante el año 2009, un 51% de los expertos consideraba que sí eran efectivos, sin embargo, para este año la evaluación disminuyó en un 20%. Sólo el 31% de los expertos perciben que los programas de gobierno dirigidos a las nuevas empresas son efectivos, mientras el 69% considera que no lo son. Este es un aspecto que se debe considerar drásticamente y evaluar las posibles razones del porqué se produjo este aumento en la disconformidad del trabajo de los programas de gobierno. Ciertamente la misma Figura 43 entrega parte de las razones, donde prácticamente el 70% de los expertos perciben que los actuales programas de gobierno no son capaces de entregar los requerimientos solicitados por quienes les piden ayuda.

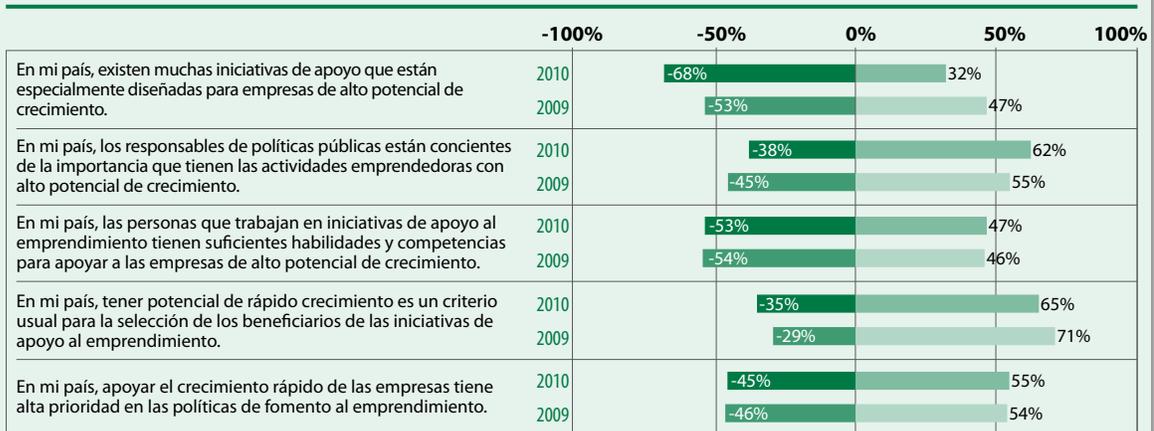
Así también resalta que disminuyó la percepción de que las incubadoras y los parques tecnológicos entregan un apoyo eficaz. Resulta interesante que ocurra este fenómeno en este mercado, ya que es relativamente joven y está en constante crecimiento. Durante los años 2008 y 2009 un porcentaje cercano al 55% de los expertos consideraba que sí entregaban un aporte, en cambio para este periodo el porcentaje disminuyó al 44%. Este resultado debe ser tomado como un llamado de alerta para que las incubadoras y parques tecnológicos modifiquen las actuales prácticas y mejoren la calidad de sus servicios.

Por otra parte, al evaluar la preocupación del gobierno por el desarrollo de las empresas de alto potencial de crecimiento se puede observar que si bien se considera que no existen muchas iniciativas para apoyarlas, quienes diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de éstas. La percepción del resto de las variables analizadas –competencias de quienes trabajan en estos temas, criterios de selección y el grado de prioridad– se mantienen relativamente constantes respecto a la evaluación del ciclo anterior.

Figura 43: Evaluación de los Programas de Gobierno para el Emprendimiento



Figura 44: Evaluación de la Preocupación del Gobierno por el desarrollo de Empresas de Alto Potencial de Crecimiento



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

4.10 Normas Sociales y Culturales

NIVEL: -0,36

Esta categoría, junto a programas de gobierno son las que han tenido la mejor evolución de acuerdo a la evaluación de los expertos a través de los años. Si bien se observa una leve disminución respecto de la evaluación del año pasado, los expertos perciben que prácticamente la sociedad no ha tenido un fuerte cambio en las normas que afectan el desarrollo de la actividad emprendedora en Chile.

En este contexto, uno de los principales cambios en comparación al año anterior es el aumento en la percepción sobre el énfasis que le da cultura nacional a la capacidad, autonomía e iniciativa personal. Si bien continúa dándose que la mayoría de los expertos perciben que no se da el énfasis suficiente, un porcentaje importante de expertos (42%) percibe que la cultura nacional sí lo hace. Si se considera que el año anterior sólo el 33% estaba de acuerdo con esta afirmación, la percepción de esta variable ha mejorado de forma importante.

Sin embargo, los resultados de la variable anterior contrastan con lo observado en las si-

guientes, donde se percibe que la sociedad no estimula la toma de riesgo ni el desarrollo de la creatividad y la innovación. En este sentido, las evaluaciones de los expertos inducen a considerar que la sociedad es demasiado conservadora y tiende a apaciguar el desarrollo de ideas vanguardistas que rompen los esquemas o estructuras tradicionales.

Pese a lo anterior, se percibe que existe una alta valoración social a los emprendedores exitosos, donde se les reconoce como personas preparadas y competentes (Figura 46). Un importante propulsor de esto son los medios de comunicación, los que impactan principalmente de dos formas: (1) quienes entregan sus historias de emprendimiento se sienten valorados y reconocidos por la sociedad, por lo que les sirve como estimulante para seguir con el desarrollo de su negocio y (2) sirve como un ejemplo motivador para otros potenciales emprendedores de cómo es posible convertirse en empresario. Este último punto es importante, ya que sirve como impulsor en una sociedad donde los expertos perciben que la mayoría de las personas considera como carrera deseable el ser empresario, pero sólo aproximadamente un 17% de ellos lo concretan en la práctica.

Figura 45: Evaluación de las Normas Sociales y Culturales Proclives al Emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

Figura 46: Valoración Social del Ser Empresario



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

4.11 Infraestructura Física

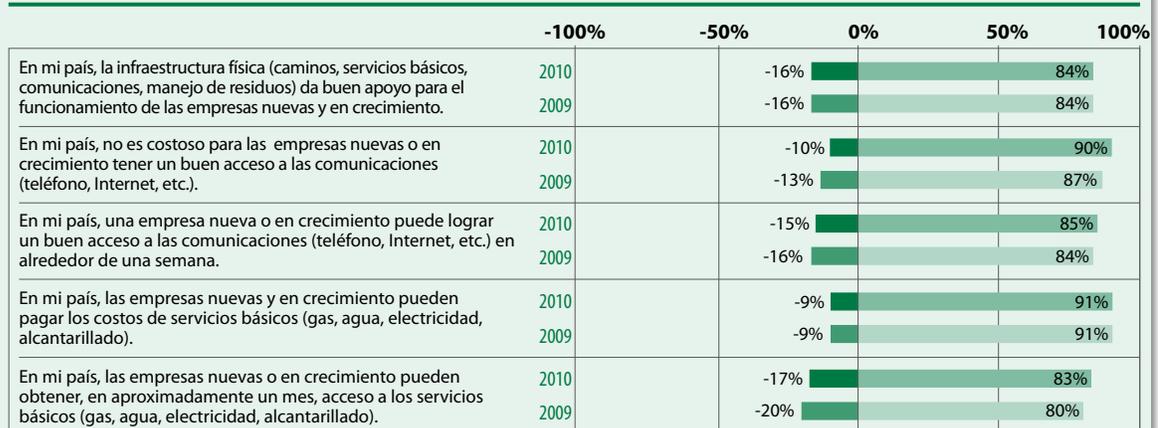
NIVEL: 1,02

Esta categoría es la única evaluada de forma positiva por los expertos y eso se ha mantenido durante todos los años que se ha realizado el GEM en Chile. Extrañamente a lo que se hubiese podido esperar, en el año 2010 donde se vivió uno de los peores terremotos de la historia, la percepción sobre la infraestructura física se mantiene estable respecto a los años

previos. Esto implica que los expertos consideran que el terremoto no tuvo un efecto importante sobre la actividad emprendedora en este aspecto en específico.

A partir de la Figura 47 es posible observar que los expertos consideran que el precio de los servicios tecnológicos básicos, como internet y teléfono, son prudentes y no representan un gran esfuerzo para las empresas nuevas y en crecimiento el poder contar con ellos en plazos inferiores a una semana.

Figura 47: Evaluación de Acceso a Infraestructura Física para los Negocios



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

Así también los servicios básicos –como por ejemplo la luz, agua y gas– son servicios que la mayoría de las empresas nuevas pueden costear y su instalación no debiese tomar más un mes. En este aspecto no se observan diferencias respecto a los años anteriores y la evaluación de los expertos indica que esta categoría es un facilitador para el desarrollo de la actividad emprendedora.

Los resultados de la encuesta a expertos revelan que el país no se vio perjudicado a nivel global por los efectos del terremoto respecto a la infraestructura física para el desarrollo de la actividad emprendedora. Estos resultados son importantes, sobre todo por los potenciales efectos que pudieron ocurrir, si se compara con otros países que también han tenido que lidiar con los efectos de catástrofes naturales.

4.12 | Condiciones que Impulsan y Obstaculizan la Actividad Emprendedora

En la misma encuesta a expertos, una vez que responden las preguntas de la encuesta estandarizada, se les solicita que indiquen desde su perspectiva cuáles son los principales

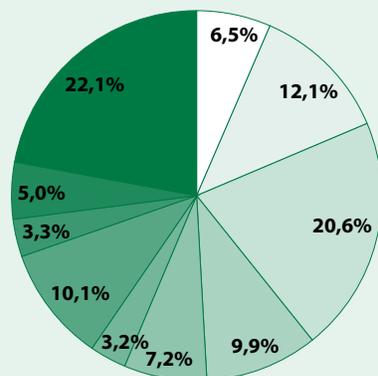
factores¹⁰ que potencian y limitan el desarrollo emprendedor en Chile. Los resultados de esto se pueden observar en la Figura 48.

Dentro de los principales obstáculos se encuentra el apoyo financiero (19,0%), las políticas de gobierno (15,8%), los programas de gobierno (11,8%) y la educación para el emprendimiento (11,3%). Por otra parte, los principales factores que están impulsando el desarrollo de la actividad emprendedora son los programas de gobierno (20,6%), las políticas de gobierno (12,1%), la apertura al mercado interno (10,1%) y la educación para el emprendimiento (9,9%).

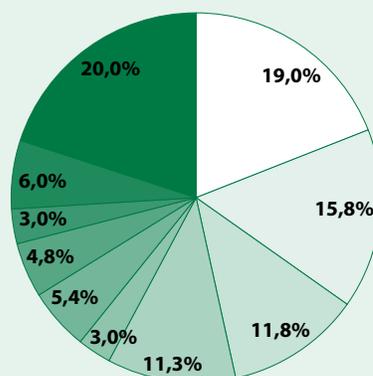
El hecho de que existan coincidencias entre las condiciones que limitan y potencian el desarrollo de la actividad emprendedora podría tener a lo menos un par de lecturas. Una de ellas sería respecto a la valoración de los esfuerzos que se están realizando en cada una de estas áreas, donde pese a que aún falta un largo camino que se debe recorrer para estar en los niveles deseados, se están realizando acciones en la dirección correcta. Sin embargo, otra lectura de estos datos puede referirse a que éstos estarían demostrando cierta discrepancia de opiniones entre expertos sobre a las iniciativas que son realizadas por quienes desarrollan las políticas públicas.

Figura 48: Condiciones Determinantes del Emprendimiento en Chile

Condiciones que potencian el emprendimiento



Condiciones que limitan el emprendimiento



- Apoyo financiero
- Políticas de gobierno
- Programas de gobierno
- Educación y capacitación
- Transferencia de I+D
- Infra. comercial y prof.
- Apertura al mercado
- Acceso a la infra. física
- Normas sociales y culturales
- Otros

Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

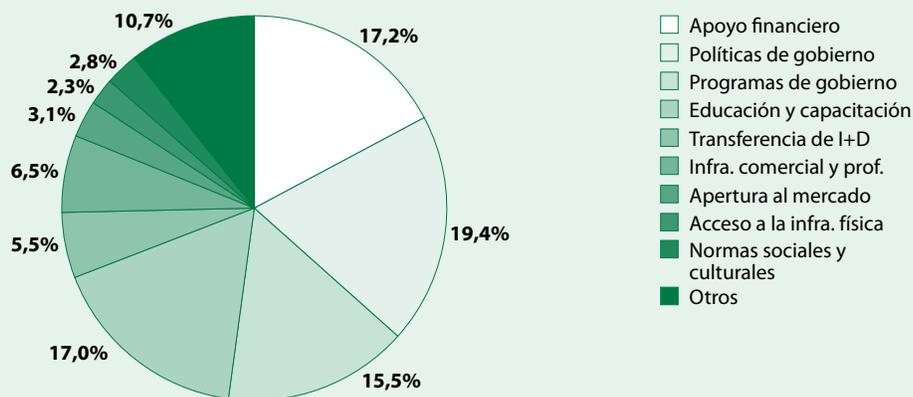
¹⁰ Bajo la denominación de "otros" se encuentran los siguientes aspectos: (1) capacitación para el emprendimiento, (2) clima económico, (3) características del mercado del trabajo, (4) percepción de la composición demográfica y (5) contexto político, institucional y social.

Las condiciones elegidas por los expertos son principalmente factores asociados al manejo de los recursos públicos, dejando en segundo plano las áreas vinculadas a los aspectos económicos y sociales. La Figura 49 muestra cuáles son las acciones prioritarias que recomiendan los expertos para fomentar el desarrollo de la actividad emprendedora en Chile. Nuevamente, los resultados están concentrados en las mismas áreas que son percibidas como las principales limitantes del emprendimiento: políticas de gobierno (19,4%), apoyo financiero (17,2%), educación (17,0%) y programas de gobierno (15,6%).

Estos resultados estarían indicando que para mejorar el desarrollo de la actividad em-

prendedora en Chile habría que concentrarse principalmente en estas cuatro condiciones, las cuales si son efectivas debiera observarse un aumento en las tasas de actividad emprendedora por oportunidad, al menos en un mediano plazo. Los expertos encuestados ponen un mayor énfasis en la creación de políticas públicas que incentiven la creación de nuevos negocios, una mayor disponibilidad de recursos financieros que les permita desarrollarse y sobrevivir al valle de la muerte¹¹, programas educacionales que estimulen la creatividad, el espíritu emprendedor y la iniciativa personal y mejores programas de gobierno que sirvan de soporte para estos nuevos negocios.

Figura 49: Medidas para Mejorar el Entorno Emprendedor



Fuente: GEM. Encuesta Nacional de Expertos (NES). 2010

¹¹ Se denomina valle de la muerte al periodo de tiempo que pasa una empresa con un flujo de caja negativo.

5 | Consideraciones Finales

El Proyecto GEM en Chile ha tenido una evolución importante en los últimos años, fundamentalmente por el crecimiento en la cobertura geográfica que abarca 11 de las 15 regiones del país. La evaluación regional permite analizar el contexto emprendedor bajo una óptica más local que da cuenta de la dinámica emprendedora de cada región participante. Gracias a este esfuerzo conjunto, el GEM se ha consolidado como una fuente importante de información que analiza el emprendimiento en la población adulta del país profundizando en variables relacionadas con las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras. Asimismo, con la metodología del GEM se ha podido analizar factores del contexto emprendedor chileno a través de la información proporcionada por un grupo de expertos y emprendedores a lo largo del país.

El ciclo analizado incluye los datos recabados durante el año 2010 un año que sin duda fue marcado por los efectos del terremoto del 27F. Cuando la economía de Chile parecía salir “victoriosa” de los efectos de la crisis económica de finales del 2008 y el 2009, el terremoto obligó a replantear muchos escenarios, debido a que los daños de este sismo no sólo fueron estrictamente económicos (por más que se tenga una cifra monetaria más o menos cercana). Sin embargo, toda crisis también abre oportunidades para construir y en este caso para “reconstruir”. En las regiones más afectadas los emprendedores jugaron y siguen jugando un rol importante en la recuperación y activación económica como “amortiguadores” laborales, principalmente a través de actividades de autoempleo, pero también en la generación de nuevas oportunidades de negocios.

Por otro lado, observamos que en promedio hubo un aumento en la percepción de buenas oportunidades por parte de la población en general, regresando a indicadores previos a la crisis económica del 2008-2009. La actividad emprendedora en Chile también experimentó un aumento moderado. Un dato importante es que los emprendedores motivados por necesidad, es decir aquellos que inician una actividad emprendedora o autoempleo porque era su única “salida” a su situación laboral, no aumentaron y los datos siguen mostrando que en el país el principal motivo por el cual las personas emprenden es la búsqueda de oportunidades de negocio. De hecho, los emprendedores por oportunidad también crecieron. Algunos emprendedores por oportunidad adquieren un rol esencial en la dinámica competitiva si son capaces de generar más empleo, lo cual no sólo redundaría en desarrollo económico, sino en movilidad y desarrollo social. Los resultados de este ciclo apuntan a que los emprendedores chilenos quieren desarrollar sus negocios, generando crecimiento y empleo, no sólo “quedarse” con actividades de autoempleo. La pregunta casi obligada es si esto se hace a un ritmo y velocidad adecuada, especialmente si se compara con otras economías más desarrolladas. La respuesta es que si bien se ha avanzado mucho, sobre todo en mejorar el contexto general para emprender, aún no tenemos los indicadores que se requieren para ser una economía “basada en la innovación y el emprendimiento”.

Por el lado del contexto emprendedor, observamos que expertos encuestados perciben un retroceso generalizado respecto a las variables analizadas, perdiéndose así la tendencia que se observaba a través de los últimos años.

En específico, las opiniones relacionadas con la transferencia de I+D y educación para el emprendimiento siguen siendo las más criticadas. Por otra parte, los programas de gobierno pro-emprendimiento, que era una de las variables que presentaba un mejor avance a través de los años, para este periodo los expertos fueron más críticos respecto al desempeño de estos programas, principalmente por la falta de eficiencia. Respecto al resto de variables se mantiene la percepción negativa, pero con valores similares al periodo pasado, lo que dado el difícil escenario no debiera ser entendido necesariamente como un indicador de retraso del apoyo de las políticas públicas o abandono de las autoridades. Estos resultados, sin embargo, recalcan que los expertos encuestados recomiendan que es necesario mejorar el contexto en general, de tal manera

de consolidar un ecosistema emprendedor que contribuya a incentivar una mayor creación de empresas, generando una serie de externalidades positivas para el país.

Finalmente esperamos que el 2011 se pueda seguir consolidando la dinámica emprendedora del país con más emprendimientos de mayor calidad, mayor innovación en los modelos de negocio y sobre todo una mayor generación de empleo. Reafirmamos nuestro compromiso para que el Proyecto GEM Chile pueda seguir aportando al desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva de la investigación académica y que los datos y resultados analizados incentiven a tener más y mejor emprendimiento y hacer de Chile la primera nación latinoamericana en alcanzar el anhelado desarrollo.

6 Expertos Consultados

Agradecemos, nuevamente, a todos los expertos que de forma desinteresada contribuyeron al presente Reporte GEM Nacional 2010. 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.

Abel Grant Díaz
Adolfo Arata Andreani
Adrian Magendzo
Aída Acosta
Alan Farcas
Aldo Carpanetti
Aldo Luis Passalacqua Restini
Aldo Signorelli Bonomo
Alex Araneda
Alexis Chacón
Álvaro Fuentes Maldonado
Álvaro Palma Quiroz
Álvaro Wilson
Amilcar Morales
Ana Acuña Villarreal
Ana Alicia Orrego Moreno
Ana Fabres Muñoz
Ana Julia Fernández
Ana María Espíndola
Ana María Ponce
Andrea Bustos Rivera
Andrea Catalán Lobos
Andrea Murillo
Andrea Rojas Acuña
Andrea Seguel Meza
Andrés Esquivel Peña
Andrés Hoppe Daiber
Andrés Jara Valdivia
Andrés Villalobos Serrano
Andrés Viveros Cifuentes
Angie Caballero
Arturo Basadre
Arturo Campomanes
Arturo Soto
Atilio Carrasco
Bárbara González Olmos
Beatriz Durán Mocoain
Ben-Hur Leyton Barrios
Benjamín Martínez Torres

Bernardina Cisternas Arapio
Bernardita Ruffinelli
Bernardo Guerrero
Bernardo Riveros Donoso
Blanca Ester Medina Acuña
Blanca Velasco Villafaña
Brenda Lillo
Bronia Castillo Lemee
Carlos Acuña
Carlos Hurtado
Carlos Isaacs
Carlos Morales
Carlos Quiroz
Carlos Riveros Astudillo
Carlos Varela Acevedo
Carlos Venegas
Carlos Villarroel González
Carmen del Río Pereira
Carmen Gloria Aravena
Carmen Greco Silva
Carolina Comandary
Carolina Cortés Brown
Carolina González Isla
Catalina Córdova González
Catherine Jelinek
Cecilia Andrea Escobar Espinoza
Cecilia González Zuñiga
Cecilia Silva Herrera
Celia González Bravo
Christian Díaz Ramírez
Christian Linzmayer Chávez
Ciro Albornoz Burgos
Claudia Bobadilla Ferrer
Claudia Ojeda
Claudia Solange Jofré Goede
Claudia Zapata La Torre
Claudio Acuña
Claudio Barahona
Claudio Escobar

Claudio Lapostol Vargas
Claudio Rivera Basso
Claudio Vásquez
Cristián Albornoz Becerra
Cristián Wolfgang Gimpel Muñoz
Cristián Barros Rozas
Cristián Cortes
Cristián Ibieta Asenjo
Cristián Inostroza Schulín-Zeuthen
Cristián Jofré Arnes
Cristián Lineros
Cristián Sotomayor
Cristóbal Bugmann Moreno
Daniel Arias
Daniel Díaz
Daniel Elton Reyes
Daniel Fuentealba Núñez
Daniel Lindley
Daniela Hagedorn
Darcy Fuenzalida
Darío Polloni Schwencke
Diego Benavente
Doris Gutiérrez Ruiz
Edgardo Alvarez
Edgardo Pino
Eduardo Gallardo
Eduardo Reitz Aguirre
Eduardo Rojas Aros
Eduardo Santander
Eduardo Silva Chávez
Edward Johns
Elias Tefarikis Urquieta
Elicer Chamorro
Elisabeth von Brand
Elizabeth Bastías
Ema del Carmen Contreras Fuentes
Emanuel Friedman Corvalán
Emilio Deik Morrison
Erick Díaz Fuentes

Erick Hurtado Ortiz	Héctor Muñoz	Juan Luza Contreras
Etienne Lefranc Hernández	Hermán Ángel Milla	Juan Morales
Eugenio Cobarrubias	Hernán Cabrera Lolic	Juan Muñoz
Evelyn Retamal Ibáñez	Hernán Chadwick Piñera	Juan Pablo Tobar León
Evelyn Zaro	Hernán Kong	Juan Pedro Stolz
Federico Winkler	Hugo Arancibia Santibáñez	Juan Rendic
Felipe Cisternas Cruz	Hugo Navarrete	Juan Riffo Cofré
Fernanda Prohens	Ian MacPherson Springmüller	Juan Rodrigo Arcaya Puente
Fernanda Vicente	Iris Sepúlveda	Juan Rodríguez Silva
Fernando Cabrales	Isabel Coll	Juan Sandoval Nehme
Fernando Contreras	Issa Kort Garriga	Juan Vallejo Cerda
Fernando Cortez	Iván Escares Díaz	Julia Li Kao Tirado
Fernando del Río	Iván López Padilla	Julia Salas
Fernando Estay	Iván Valdebenito Isler	Julie Zanforlin
Fernando Flores	Iván Valenzuela Díaz	Julio Dittborn
Fernando Herrera	Ivonne Etchepare	Karla Villagra
Fernando Lee	Izaskun Bengoechea	Kenneth Gent
Fernando Ruiz Altamirano	Jacques Albagli Ventura	Kresimir Ljubetic Rich
Francisco Cabrera Contreras	Jaime Arancibia Torres	Leandro Sturla
Francisco Duboy Urbina	Jaime Baeza Gil	Lenka Marangunic Hinojosa
Francisco Illanes Baltierra	Jaime Lobos Cabero	Leonel Claros Clemente
Francisco Javier Barros Lara	Jaime Villanueva Águila	Leonora Obreque
Francisco José Zañartu Covarrubias	Jan Stengel Meierdicks	Lidia Mamani
Francisco Ramírez	Janet Caipa	Liliana Quinteros Tagle
Francisco Vodanovic	Javier Kuhlmann Jullian	Lilybel Armijo Eyzaguirre
Franco Demaria Torres	Jeannette Cifuentes Roca	Livio Belair
Frank Fernández Mendizabal	Jenny Veliz	Loreto Gutiérrez Bravo
Gabriel Rodríguez Medina	Jenny Zepeda Domínez	Lucas Silva Sepúlveda
Gabriela Gómez	Jorge Alache González	Lucía Silva Baltazar
Gabriela Montenegro Rojas	Jorge Arias Portales	Lucio Kries Figueredo
Gastón Bastis	Jorge Atton	Luis Angulo Rantul
Gastón Galleguillos Burgos	Jorge Carabantes	Luis Armando Morales
Geraldo Jussakos	Jorge Espinoza Benavides	Luis Guillermo Contreras Dueñas
Gerardo Weinstein Fischer	Jorge Farías Avenaño	Luis Gutiérrez
Germán Echeopar	Jorge Fredes	Luis Mella Salinas
Gigliola Bongiorno Farías	Jorge Medel Mansilla	Luis Moncayo
Gloria Castro	Jorge Moller Rivas	Luis Valencia
Gloria Moya Coloma	Jorge Retamal Rubio	Luis Valenzuela Camus
Gonzalo Flores Muñoz	Jorge Ruz	Luz Eugenia Contreras Fuenzalida
Gonzalo Hojas	Jorge Salas Escobar	María Eugenia Olivares Godoy
Gonzalo Muñoz	Jorge Sanhueza Urzúa	Manfred Schwerter
Gonzalo Olivari Alomar	José Antonio Castro	Manuel Pino León
Gonzalo Pizarro Partal	José Farías Carreño	Manuel Uribe
Gonzalo Vargas Truyol	José Guzmán Vial	Marcela Espinoza Harismendy
Graciela Quilodrán Díaz	José Hernán Núñez Ramos	Marcela Hernando
Gregorio Campusano Dorador	José Higuera	Marcela Jofré Miranda
Gregorio Paz	José Luis Araya Urrutia	Marcela Pastenes Asmad
Guadalupe Zamora Arancibia	José Manríquez Contreras	Marcela Zaide Bize
Guido Muñoz Sarria	José Miguel Sepúlveda Donoso	Marcelo Alarcón Ramírez
Guillermo Molina	José Oñate Blanco	Marcelo Larrondo Calderón
Guillermo Reyes	José Pablo Domínguez Bustamante	Marcelo Tapia
Guillermo Valdés Suarez	José Vilches Vergara	Marcelo Torres Tapia
Guillermo Zenteno Rivera	José Villalobos Veloso	Marcelo Ubilla Rebolledo
Gustavo Díaz	Juan Carlos Torres Bustamante	Marcelo Vergara Soto
Gustavo Lundstedt Lagos	Juan Céspedes Vásquez	Marcia Lagos
Gustavo Mallat	Juan Godoy Agüero	Marco Morales Vargas
Hardy Omar Chávez Velásquez	Juan Ignacio Zamorano Suárez	Marcos Delucchi Fonck
Héctor Jorquera	Juan José Gutiérrez	María Angélica Ponce Ortiz
Héctor Manuel Pardo Cabezón	Juan Luis Olavarría	María Banda Garay

María Belén Silva	Oscar Torres Cortés	Rodrigo Zúñiga Morales
María Bustamante Tapia	Pablo Bernar Vargas	Rosa Zacconi Quiroz
María Camila Brontis Vega	Pablo Campomanes	Rosita Maripanguí González
María Carla Arellano Garrido	Pablo Hernández	Roxana Belaúnde Galleguillos
María Casilda Bustos Abud	Pablo Iturbe	Roxana Ximena Toro Barrientos
María de los Ángeles Romo	Pablo Kendall Jaque	Sandra Espinoza Paredes
María Elena Rodríguez Jiménez	Pablo Vásquez Saavedra	Sebastián Adlerstein Domínguez
María Francisca Pizarro Graniffo	Patricia Acosta Morales	Sebastián Álvarez
María José Sáez Águila	Patricia Arevalo Fernández	Sebastián Flores Flores
María Loreto Jiménez Araya	Patricia Carreño	Sebastián González
María Martinetti Catanzaro	Patricia Leguizamon Rodríguez	Sergio Cruz
María Teresa Bustos	Patricia Lineros	Sergio Gahona
María Teresa Díaz Espina	Patricia Martínez Barberi	Sergio Giaconi Mozó
Mariana Riveros Pino	Patricia Zúñiga	Sergio Medina
Marianne Duhalde Schwarzenberg	Patricio Garrido	Sergio Rojas Olivares
Maribel Bustos Mendoza	Patricio Ponce Novack	Sergio Roldán Sáez
Marie Lyon Amand de Mendieta	Paula Alvarado Henríquez	Sergio Toro
Mariela Herrera	Paulette L'Huisser Escobar	Silvia Gascón Utreras
Mariela Rojas	Paulina Andrea Concha Santos	Silvio Mattos Araya
Mario Callasaya Funes	Paulina Leiva Muñoz	Sofía Chang Mora
Mario Consigliere Bozzolo	Paulo Díaz Canales	Sofía Cid Cid
Mario Dorochesi Fernandois	Pedro Antonio Olate Fuentes	Solange Mondaca
Mario Pereira	Pedro Maturana Hernández	Susana Rivera Valdés
Marko Kutulas	Pedro Sanhueza	Sylvio Campos Ortega
Marlene Sánchez Tapia	Pedro Vera Castillo	Tesla Elizabeth Contreras Fernández
Marlene Vásquez Siau	Pía Bravo Castro	Tim Delhaes
Marta Leiva Tapia	Pilar Majmud Vargas	Timothy Taffe
Marynella Salvador Villamar	Rafael Fuertes Arellano	Tomás Flores
Matías Vicente	Ramón Arrau de la Cerda	Tony Gunckel Sandoval
Mauricio Arzumendi	Raúl Alée	Úrsula Weber Fuentes
Mauricio Gevara	Raúl Mardones Silva	Vanessa Acuña Bravo
Mauricio Gidi	Raúl Sanchez	Vanessa Hernández
Mauricio Guaita	Raúl Stegmaier	Verónica Ciuffardi Hiriart
Mauricio Guerrero Nuñez	Renan Álvarez	Verónica González Barraza
Mauricio Matamoros Leal	Renato Hauri	Verónica Savarenes Espinoza
Mauro Mosciatti Olivieri	René Fredes Ramírez	Veruschka Montes
Maximiliano Frigerio	Reynaldo Badilla	Vicente Hernández Hermosilla
Mayke Olivares	Ricardo Andrade Hidalgo	Víctor Díaz López
Mercedes Álvarez S.	Ricardo Correa Martínez	Víctor Hugo Moreno Bosso
Miguel Alonso Romanini	Ricardo Gómez	Víctor Manuel Grez Cer
Miguel Mellado Suazo	Ricardo Muñoz Miranda	Víctor Perl Bascuñán
Milena Mollo Juechura	Ricardo Ovalle	Víctor San Juan Brinck
Milos Miskovic	Ricardo Valero Hernández	Vilma Olcay Vallejos
Moisés Saravía Ruiz	Roberta Lama Bedwell	Vivian Palma Letelier
Muriel Ríos Segura	Roberto Álamos	Waldo Alfaro Martínez
Mylene Malig Balbontín	Roberto Galleguillos	Waldo Fuentemavida Troncoso
Nancy Rodas Flores	Roberto Herrera	Waldo Mundaca
Nancy Sánchez Amaro	Roberto Rock	Walter Hans Sellhorn Martínez
Natacha Rovira	Roberto Vega Fernández	Warner Patricio Sanhueza Guzmán
Nelson Araneda	Rocío Fonseca	Wilhelm Müller Schulz
Nelson Núñez	Rodolfo Zaror Zaror	Wladimir Alejandro Román Miquel
Néstor Jofré Núñez	Rodrigo Germany Pincheira	Wladimir Carquin
Nicolás Brenner	Rodrigo Guzmán Ubilla	Ximena Clark Núñez
Nicolás Perret García	Rodrigo Mendiburo Zanabria	Ximena Cruz Schmidt
Nino Baltolu Rasera	Rodrigo Piña Soto	Yeny Osorio Lozán
Olga Pizarro Stiepovic	Rodrigo Sánchez Giraldez	Yesenia Vásquez Vergara
Oscar Ávila Méndez	Rodrigo Siderakis Villalobos	

7 | Referencias

Acs, Z.J. (2008). Foundations of High Impact Entrepreneurship, Foundations and Trends® in Entrepreneurship, 4(6), 535-620.

Acs, Z. J. y J. E. Amorós (2008). Entrepreneurship and Competitiveness Dynamics in Latin America. Small Business Economics, 31(3), 305-322.

Acs, Z. J., D. B. Audretsch, P. Braunerhjelm y B. Carlsson (2003). The Missing Link: The Knowledge Filter and Endogenous Growth, Center for Business and Policy Studies. Stockholm, Sweden.

Acs, Z. J. y L. Szerb (2009). Gearing Up to Measure Entrepreneurship in a Global Economy, Mimeo, Faculty of Business and Economics, University of Pecs.

Amorós, J. E., C. Bustamante, G. Echeopar y D. Ortega (2010). Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile 2009. Ediciones Universidad del Desarrollo. Santiago de Chile.

Amorós, J.E., C. Fernández y J. Tapia (2011). Quantifying the Relationship Between Entrepreneurship and Competitiveness Development Stages in Latin America. International Entrepreneurship and Management Journal Forthcoming. DOI: 10.1007/s11365-010-0165-9.

Amorós, J. E., M. Guerra y O. Pizarro (2010). Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2009-2010. Ediciones Universidad del Desarrollo: Santiago de Chile.

Auto, E. (2007). Global Entrepreneurship Monitor 2007 Global Report on High Growth Entrepreneurship. London, UK: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.

Banco Mundial (2010). Doing Business 2010-2011. En línea <http://espanol.doingbusiness.org/>

Blenker, P., P. Dreisler y J. Kjeldsen (2008). A Framework for Development Entrepreneurship Education in a University Context. International Journal of Entrepreneurship and Small Business 5(1): 45-63.

Bosma, N. S., K. Jones, E. Autio y J. Levie (2008). Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report. London, U.K.: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.

Cantillon, R. (1755). Essai sur la Nature du Commerce en Général (The Nature of Trade in General), Paris: Institut National D'études Démographiques.

Coduras, A. y J.E. Amorós (2010). Global Entrepreneurship Monitor: Informe especial sobre emprendimiento en la etapa escolar secundaria. Proyecto Piloto Puerto Montt, Chile. Ediciones Universidad del Desarrollo. Santiago de Chile.

Godin, K., J. Clemens, y N. Veldhuis (2008). *Measuring Entrepreneurship: Conceptual Frameworks and Empirical Indicators*, Studies in Entrepreneurship and Markets, 7. Fraser Institute.

Headd, B. (2003). *Redefining Business Success: Distinguishing Between Closure and Failure*, Small Business Economics 21, 51-61.

Henley, A. (2007). *Entrepreneurial Aspiration and Transition into Self-Employment: Evidence from British Longitudinal Data*. Entrepreneurship & Regional Development, 19(3), 253-280.

Kelley, D., N. Bosma y J.E. Amorós (2011). *Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report*. Babson College and Universidad del Desarrollo.

Kihlstrom, R. E. y J. J. Laffont (1979). *A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion*, Journal of Political Economy, 87, 719-49.

Koellinger, P., y R. Thurik (2009) "Entrepreneurship and the Business Cycle" Tinbergen Institute Discussion Paper. TI. 2009-032/3, Erasmus School of Economics, Erasmus University Rotterdam, EIM Business and Policy Research, Zoetermeer, The Netherlands, Tinbergen Institute.

Levie, J. y E. Autio (2008). *A Theoretical Grounding and Test of the GEM Model*. Small Business Economics, 31(3), 235-263.

Mason, C. y R. Harrison (2006). *After the Exit: Acquisitions, Entrepreneurial Recycling and Regional Economic Development*, Regional Policy, 40(1), 55-73.

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

Schwab, K. (2010) *Global Competitiveness Report 2010-2011*. World Economic Forum. Geneva, Switzerland. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf

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

World Economic Forum (2009). *Global Competitiveness Report 2009-2010*. En línea: <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/index.htm>

8 | Anexo 1

Actitudes y Percepciones Emprendedoras

Medida	Descripción
Actitudes y Percepciones Emprendedoras	
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades, pero señala que el miedo al fracaso es un disuasivo para formar una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que los emprendedores gozan de un alto estatus y reconocimiento social.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, los medios de comunicación exhiben con frecuencia historias de nuevos negocios exitosos.
Actividad Emprendedora	
Tasa de emprendimientos nacientes	Porcentaje de la población (18 a 64 años) activamente involucrado en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no han pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.
Tasa de nuevos emprendedores(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos u otra retribución por un periodo entre los 3 y los 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.

Continúa

Medida	Descripción
Actividad Emprendedora	
Tasa de emprendedores(as) establecidos(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocios establecido, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea por venta, cierre o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.
Motivación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales, que manifiesta como motivación iniciar un negocio por oportunidad (ser independientes o incrementar sus ingresos) o por necesidad (no tienen otra opción real de empleo).
Aspiraciones Emprendedoras	
Actividad emprendedora en etapas iniciales con altas expectativas de crecimiento (HEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio y que espera emplear por lo menos 20 personas en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada al mercado de nuevos productos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial que señalan que sus productos o servicios son nuevos para al menos algunos de sus clientes y que no hay muchos negocios que tengan una oferta similar.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a mercados internacionales: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) en etapas iniciales que indica que al menos un 25% de sus clientes provienen de mercados extranjeros.
Actividad emprendedora en fase inicial en sectores tecnológicos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial (como fue antes definido) que es activo en el sector de la “alta tecnología” o “media alta”, de acuerdo a la clasificación de la OECD (2003).

9 | Ficha Metodológica

ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA	
TIPO DE ESTUDIO	10% de encuestas cara a cara y 90% de encuestas administradas telefónicamente (red fija).
UNIVERSO	Población chilena, adulta y mayor de 18 años.
MUESTRA	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2002 - INE.
TAMAÑO MUESTRAL	2000 casos nacionales más sobre muestreo regional de 500 casos extra en 10 regiones y 195 para la Región Metropolitana.
TOTAL MUESTRA	7195 casos válidos.
FECHA DE TRABAJO DE CAMPO	Mayo-Julio del 2010.
ENCUESTADOR	Opina S.A.

ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES	
TIPO DE ESTUDIO	Encuesta auto-administrada.
MUESTRA	476 expertos de 10 regiones del país más la Región Metropolitana de Santiago.
FECHA DE TRABAJO DE CAMPO	Del 1 de Junio del 2010 al 15 de Agosto del 2010.
ENCUESTADOR	Miembros del Equipo GEM Chile.

10 | Acerca de los Autores

José Ernesto Amorós

Licenciado en Administración de Empresas y M.Sc. Marketing, Tecnológico de Monterrey, México. Doctor en Management Sciences por ESADE Business School, Universitat Ramon Llull, Barcelona, España. Se desempeña como profesor e investigador en temas de emprendimiento. Es director de Global Entrepreneurship Research Center (GERC) de la Universidad de Desarrollo.

Carlos Poblete Cazenave

Ingeniero Comercial y Magister en Ciencias de la Administración de la Universidad del Desarrollo. Se ha desempeñado como consultor en innovación e investigador en temas de economía y emprendimiento. Actualmente, es coordinador del Global Entrepreneurship Research Center (GERC) de la Universidad del Desarrollo.

11 | Coordinación del GEM Chile

El proyecto GEM Chile es desarrollado por el Global Entrepreneurship Research Center de la Universidad del Desarrollo.

Global Entrepreneurship Research Center-GERC
Universidad del Desarrollo

<http://negocios.udd.cl/gemchile/>
Contacto: Carlos Poblete Cazenave
Coordinador GERC
capobletec@udd.cl
Tel: (562) 32 79 158

12 | Coordinación del GEM Chile en Regiones

LOS EQUIPOS REGIONALES QUE COLABORARON EL DESARROLLO DEL GEM CHILE EN EL PERIODO 2010.			
REGIÓN	Institución	Departamento Encargado	Equipo
REGIÓN DE ARICA Y PARINACOTA	Universidad de Tarapacá	Área de Emprendimiento, Liderazgo y TICs de la escuela Universitaria de Ingeniería Industrial, informática y de Sistemas de la Universidad de Tarapacá.	Vesna Karmelic Roberto Gamboa Dante Choque Hernando Bustos
REGIÓN DE TARAPACÁ	Universidad Arturo Prat	Corporación de Desarrollo de la Universidad Arturo Prat	Mauricio Vega Fernando Rosales Paula Gonzalez
REGIÓN DE ANTOFAGASTA	Universidad Católica del Norte	Centro de Emprendimiento y de la Pyme	Gianni Romaní Miguel Atienza
REGIÓN DE ATACAMA	Agencia Regional de Desarrollo Productivo Atacama	Agencia Regional de Desarrollo Productivo Atacama	Marynela Salvador Rodrigo Basco
REGIÓN DE COQUIMBO	Universidad Católica del Norte	Escuela de Ingeniería Comercial	Karla Soria
REGIÓN DE VALPARAÍSO	Universidad Técnico Federico Santa María	Departamento de Industrias, Economía y Negocios	Cristóbal Fernández Jorge Cea José Luis Cortés
REGIÓN METROPOLITANA	Universidad Mayor	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	María Cristina Betancour Massiel Guerra
REGIÓN DEL LIBERTADOR GENERAL BERNARDO O'HIGGINS	Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	Braulio Guzmán Aracelly Tapia Sandra Diaz Antonio Iturra

REGIÓN	Institución	Departamento Encargado	Equipo
REGIÓN DEL MAULE	Universidad Católica del Maule	Facultad de Ciencias de la Ingeniería	Andrés Valenzuela Alejandro Sottolichio
REGIÓN DEL BÍO-BÍO	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	Jorge Espinoza
	Universidad del Desarrollo	Facultad de Economía y Negocios	José Ernesto Amorós Carlos Poblete Pedro Silva
REGIÓN DE LA ARAUCANÍA	Universidad de la Frontera	INCUBATEC- Incubadora de Negocios de la Universidad de la Frontera	Gerardo Lagos Carlos Isaacs Claudina Uribe Franklin Valdebenito Pedro Araneda

13 | Auspiciadores

InnovaChile de CORFO

InnovaChile es el área de Corfo, a cargo de impulsar la innovación y el emprendimiento en las empresas, tanto en aquellas consolidadas como nuevas, en las universidades y en otras entidades académicas y tecnológicas. Su trabajo se desarrolla en el marco de la política de innovación impulsada por el Gobierno del Presidente Sebastián Piñera.

Desde su creación en el año 2005, InnovaChile ha apoyado más de 4 mil proyectos de innovación. Más de 10 mil empresas, emprendedores y centros de investigación, han mejorado su competitividad.

InnovaChile promueve los valores del emprendimiento y la innovación desde una mirada global, apoyando el desarrollo de negocios que generen un alto impacto económico y social, y facilitando el acceso a herramientas que permitan a las empresas y organizaciones crear valor a través del emprendimiento y la innovación.

Más información en www.corfo.cl

ENDEAVOR

Endeavor es una organización sin fines de lucro, presente en 12 países, que promueve el surgimiento y desarrollo de nuevos empresarios en mercados emergentes. El apoyo está enfocado en disminuir las barreras de acceso a la información, el capital y las redes de contacto, temas claves para el éxito de las nuevas empresas. Los emprendedores Endeavor reinvierten su tiempo y conocimientos para promover una cultura emprendedora y apoyar a otros emprendedores, pues se cree firmemente que los empresarios emergentes, creadores de nuevas empresas, son individuos capaces de generar una economía de crecimiento e innovadora.

Su metodología de trabajo se basa en un proceso de búsqueda y selección, en donde se eligen a empresarios emergentes que estén desarrollando compañías innovadoras, con potencial de crecimiento y con claras ventajas competitivas en su sector. Una vez seleccionados, se convierten en “emprendedores Endeavor” y se les brinda apoyo, acceso a redes locales e internacionales de contacto y capital, y programas que permiten el adecuado crecimiento y desarrollo de sus negocios. Cabe mencionar que Endeavor no realiza inversiones financieras en las empresas seleccionadas, sino que brinda apoyo directo a los emprendedores seleccionados a través de su red de ejecutivos, consultores y académicos voluntarios, quienes están dispuestos a donar su tiempo para contribuir al crecimiento de las empresas Endeavor. Finalmente, la organización utiliza las historias de los emprendedores Endeavor como ejemplos para promover una cultura empresarial mediante la continua realización de actividades de educación y difusión en el ámbito empresarial, donde los mismos emprendedores Endeavor participan de distintas actividades como talleres, conferencias, casos de estudio, etc. de manera de transmitir su experiencia y motivar a los jóvenes a considerar el camino empresarial.

En Chile, Endeavor cuenta con 56 emprendedores Endeavor, una red de voluntarios compuesto por destacados profesionales, un staff de 7 personas full-time liderado por el Director Ejecutivo –Alan Farcas–, y un Directorio de los empresarios Sven von Appen (Presidente), Salvador Said, José Luis del Río, Enrique Cueto, Christoph Schiess, Jean Paul Luksic, Soledad Saieh, José Ramón Gutiérrez, Jorge Errázuriz Grez y el cofundador de Endeavor, Peter Kellner.

Más información en: www.endeavor.cl

SOFOFA

La Sociedad de Fomento Fabril -SOFOFA- es una federación gremial sin fines de lucro, fundada el 7 de octubre de 1883 que surgió como una necesidad de hacer valer los derechos del sector industrial chileno y de transformar a Chile en un país eminentemente industrial.

Hoy reúne a empresas y gremios vinculados al sector industrial chileno, agrupando a cerca de 2.500 empresas, 38 asociaciones sectoriales y 8 gremios empresariales regionales, representados por las Asociaciones Industriales de Arica, Antofagasta, V Región, Curicó, Talca, Concepción, IX Región (Malleco y Cautín) y Valdivia. Todos estos miembros en conjunto engloban el 100% de la actividad industrial de Chile y el 30% del PIB.

Su independencia política, solidez de principios, enfoque técnico y prestigio de sus dirigentes, le ha permitido alcanzar un sitial importante en la vida nacional, y es escuchada con respeto por gobernantes y sectores políticos.

SOFOFA promueve el desarrollo industrial y el crecimiento económico del país, impulsando y/o proponiendo políticas públicas que fomenten la inversión, el emprendimiento, la capacitación permanente de los recursos humanos y la generación de empleos. Junto con ello, estimula la iniciativa privada, el libre mercado, y la apertura al comercio exterior.

Más información en: www.sofofa.cl

Universidad del Desarrollo

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

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

Hoy la UDD es la universidad chilena que cuenta con el mayor número de profesores que han sido certificados para la enseñanza de emprendimiento por Babson College.

En el año 2007 y 2008 el programa de MBA de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo ha ocupado el primer puesto a nivel latinoamericano en la enseñanza del emprendimiento en el Ranking de Escuelas de Negocios de la revista América-Economía.

Más información en: www.udd.cl



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



www.gemchile.cl