



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Nacional de Chile 2011

José Ernesto Amorós /
Carlos Poblete Cazenave

Con la colaboración de Carlos Albornoz


Universidad del Desarrollo

 Movistar Innova

SOFOFA | centro de
innova innovación
y emprendimiento


CORFO
sueña emprende crece



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Nacional **de Chile 2011**

José Ernesto Amorós /
Carlos Poblete Cazenave

Con la colaboración de Carlos Albornoz

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Nacional de Chile 2011

PRIMERA EDICIÓN

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Inscripción N° 215623

Santiago – Chile

ISBN: 978-956-7961-59-7

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio que el año 2011 fue constituido por equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Argelia, Argentina, Australia, Bangladesh, Barbados, Bélgica, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Chile, China, Colombia, Corea del Sur, Croacia, Dinamarca, Emiratos Árabes, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Guatemala, Hungría, Irán, Irlanda, Jamaica, Japón, Letonia, Lituania, Malasia, México, Noruega, Países Bajos, Pakistán, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwán, Trinidad y Tobago, Turquía, Uruguay, Venezuela. El Global Entrepreneurship Monitor 2011 Global Report y Extended Report 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.

Portada hecha por Ana María Oliver: Cuando decidí emprender esta aventura de expresar arte a través de la pintura, sabía que entraba a un mundo desconocido y quizás alocado. Esta expresión demanda un desafío permanente de creatividad y de inspiración que para mí debe volcarse en obras que contengan elementos que otorguen textura y vida, como piedras, arena, pasta y telas entre otros, destacando siempre por sus colores de fuerte intensidad. Soy una pintora autodidacta, que plasmo cada una de las etapas de la vida en mis cuadros.

Ana María Oliver; 09 - 871 7966; anitamoliver@gmail.com; www.artemixta.cl

Contraportada hecha por Marcia Rosenberg: Mis obras pretenden transmitir tranquilidad y calidez como también representar vivencias de mi vida. El apoyo de mi familia es importantísimo para conseguir la inspiración necesaria para plasmarla en mis pinturas. Considero fundamental incorporar en mis cuadros elementos, texturas y fondos lográndolo con óleos, acrílicos, pastas, barnices y telas.

Marcia Rosenberg; 08 - 479 3691; marcia.rosenberg@hotmail.com; www.artemixta.cl

Diagramación: Trinidad Concha G.

Impreso en Chile / Printed in Chile
Salesianos Impresores S.A. / Santiago de Chile
Fono: 56-2-5307914 / Rut: 96.751.950-2

Índice de Contenidos

Presentación	9
Resumen ejecutivo	10
¿Cómo es el emprendedor chileno?	12
1 Introducción	13
1.1 Acerca del GEM	13
1.2 Concepto de emprendimiento en el GEM	14
1.3 El modelo del GEM	16
El contexto para el emprendimiento	17
Emprendimiento: actitudes, actividad y aspiraciones	18
1.4 La metodología del GEM	19
1.5 Estructura del reporte	20
2 La perspectiva del emprendimiento a nivel global y nacional	22
2.1 Actitudes emprendedoras	22
2.2 Actividades emprendedoras	27
Motivaciones emprendedoras	33
Distribución por sectores	35
Edad y género	37
Nivel educativo	40
Nivel de ingresos	41
Situación laboral de los emprendedores	42
Discontinuación de los negocios	43
2.3 Aspiraciones emprendedoras	44
Expectativas de alto crecimiento	44
Competitividad	46
3 Contexto económico, político y social para emprender	52
3.1 Metodología de la encuesta a expertos	53
3.2 Análisis general de las condiciones para emprender	54
3.3 Condiciones de la actividad emprendedora en Chile	56
Transferencia de investigación y desarrollo	58
Apoyo financiero	59
Educación y capacitación para el emprendimiento	61
Acceso al mercado interno	62
Infraestructura comercial y profesional	63

	Normas sociales y culturales	64
	Políticas de gobierno	66
	Programas de gobierno	67
	Infraestructura física	68
3.4	Condiciones que complementan el contexto emprendedor	69
	Habilidades para crear nuevas empresas	69
	Respeto a la propiedad intelectual	70
	Apoyo al crecimiento de las empresas	70
	Apoyo a la mujer emprendedora	71
	Aprovechamiento de las oportunidades disponibles	71
	Innovación	72
	Motivación para emprender (legitimidad del emprendedor)	72
3.5	Condiciones que potencian y limitan el desarrollo de la actividad emprendedora	73
4	Actividad emprendedora de los empleados	75
	4.1. Introducción	75
	4.2. Definiciones	75
	4.3. La actividad emprendedora de los empleados en el mundo y Chile	77
	Una tipología de los países basados en los tipos de actividad emprendedora	81
	Características generales de las organizaciones con actividad emprendedora de los empleados	84
	4.4. Algunas características de los empleados emprendedores	85
	Percepciones e intenciones de los empleados emprendedores	86
	Características de la actividad emprendedora de los empleados	87
	Aspiraciones de la actividad emprendedora de los empleados	89
	4.5. Opinión de los expertos en Chile sobre la actividad emprendedora de los empleados	92
5	Consideraciones finales	94
6	Referencias	97
7	Expertos consultados	100
8	Anexo: principales medidas del proyecto GEM	104
9	Ficha metodológica	106
	Encuesta a población adulta	106
	Entrevistas a expertos nacionales	106
10	Acerca de los autores	107
11	Coordinación del GEM Chile	108
12	Coordinación del GEM Chile en regiones	109
13	Colaboradores	111
14	Patrocinadores	113

Índice de Figuras

Figura 1-1: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM	15
Figura 1-2: El modelo del GEM	16
Figura 1-3: Características de las fases de desarrollo y foco principal	18
Figura 1-4: El modelo y definiciones del GEM	20
Figura 2-1: Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en los 54 países participantes en el GEM 2011 según fase de desarrollo económico, con un intervalo de confianza del 95%	29
Figura 2-2: Actividad emprendedora en etapas iniciales y PIB per cápita, 2011	30
Figura 2-3: Actividad emprendedora en etapas iniciales por región en Chile	31
Figura 2-4: Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales por motivación para emprender en las regiones participantes de GEM Chile	32
Figura 2-5: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales	33
Figura 2-6: Emprendedores nacientes por motivación para emprender	34
Figura 2-7: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales	36
Figura 2-8: Distribución por sectores en emprendimientos establecidos	36
Figura 2-9: Emprendimiento en etapas iniciales según grupo de edad y fase de desarrollo económico	37
Figura 2-10: Emprendimientos establecidos según grupo de edad y fase de desarrollo económico	38
Figura 2-11: Tasa de emprendimiento en etapas iniciales (TEA) según fase de desarrollo económico y sexo	39
Figura 2-12: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora	40
Figura 2-13: Actividad emprendedora según ingreso familiar	41
Figura 2-14: Actividad emprendedora según tipo de empleo	42
Figura 2-15: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento según tipo de economía	43
Figura 2-16: Expectativas de crecimiento en etapas iniciales: porcentajes del TEA 2009-2011	45
Figura 2-17: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de las emprendedoras según etapa de emprendimiento	46
Figura 2-18: Porcentaje de actividad emprendedora en etapas iniciales y nuevos productos y mercados, 2009-2011	47
Figura 2-19: Novedad de los productos ofrecidos	48
Figura 2-20: Intensidad de la competencia esperada	49
Figura 2-21: Uso de nuevas tecnologías o procesos	49
Figura 2-22: Expectativa de expansión de mercado	50
Figura 2-23: Porcentaje emprendedores en etapas iniciales según orientación a mercados internacionales, 2009-2011	51
Figura 2-24: Actividad emprendedora y exportación	51

Figura 3-1: Modelo de cómo el proceso emprendedor afecta al crecimiento económico nacional	52
Figura 3-2: Indicadores del contexto para el emprendimiento según fase de desarrollo económico y Chile (1/2)	55
Figura 3-3: Indicadores del contexto para el emprendimiento según fase de desarrollo económico y Chile (2/2)	56
Figura 3-4: Evolución del contexto emprendedor de Chile, 2009-2011	57
Figura 3-5: Evaluación de la transferencia de I+D	59
Figura 3-6: Apoyo financiero para el emprendimiento	60
Figura 3-7: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento	61
Figura 3-8: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes	63
Figura 3-9: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional	64
Figura 3-10: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento	65
Figura 3-11: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento	66
Figura 3-12: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento	67
Figura 3-13: Evaluación de acceso a infraestructura física para los negocios	68
Figura 3-14: Evaluación de las habilidades para crear nuevas empresas	69
Figura 3-15: Evaluación de la protección sobre la propiedad intelectual	70
Figura 3-16: Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento	70
Figura 3-17: Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora	71
Figura 3-18: Evaluación de la percepción de oportunidades	71
Figura 3-19: Evaluación de la valoración de la innovación	72
Figura 3-20: Valoración social del ser empresario	72
Figura 4-1: Proceso emprendedor y definiciones operacionales del GEM incluyendo actividad emprendedora de los empleados	76
Figura 4-2: Prevalencia de la actividad emprendedora de los empleados (EEA)	79
Figura 4-3: Actividad emprendedora de los empleados versus el PIB per cápita	80
Figura 4-4: Indicadores de prevalencia de tres tipos de actividad emprendedora por etapa de desarrollo económico más Chile	81
Figura 4-5: Tipología de las economías según las tres dimensiones del emprendimiento	82
Figura 4-6: Soporte por parte de los empleadores hacia la actividad emprendedora de los empleados	85
Figura 4-7: Evaluación del contexto general nacional para las actividades emprendedoras de los empleados	92
Figura 4-8: Apoyo organizacional para las actividades emprendedoras de los empleados	93

Índice de Tablas

Tabla 2-1: Actitudes y percepciones emprendedoras en los 54 países pertenecientes al consorcio GEM durante el 2011 por fase de desarrollo económico	24
Tabla 2-2: Factores de influencia en la percepción de los encuestados según etapa del emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)	26
Tabla 2-3: Actividad emprendedora en los 54 países participantes en el GEM 2011 según fase de desarrollo económico	28
Tabla 2-4: Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales en países de América Latina y El Caribe	30
Tabla 3-1: Condiciones de la actividad emprendedora	52
Tabla 3-2: Promedio de cada condición de la actividad emprendedora en los países OECD	54
Tabla 3-3: Conversión de escala de Likert de 5 puntos a índice de -2 a +2	57
Tabla 3-4: Condiciones determinantes del emprendimiento en Chile	73
Tabla 4-1: Tasa de prevalencia de la actividad emprendedora en los empelados	77
Tabla 4-2: Tipos de economías basados en las tres dimensiones de actividad emprendedora: media/alta expectativas de creación de empleo de la actividad emprendedora en etapas iniciales (MHEA), en solitario/baja expectativa decreación de empleo de la actividad emprendedora en etapas iniciales (SLEA), y la actividad emprendedoras de los empleados (EEA)	83
Tabla 4-3: Distribución de la actividad emprendedora de los empleados entre el tamaño de la organización (año 2011)	84
Tabla 4-4: Demografía de la actividad emprendedora de los empleados	86
Tabla 4-5: Percepciones sobre el emprendimiento en empleados emprendedores, empleados generales y emprendedores independientes	87
Tabla 4-6: Riesgo asumido por los empleados emprendedores	88
Tabla 4-7: Relación entre la nueva actividad emprendedora y la relación con la organización	88
Tabla 4-8: Soporte de los empleadores a las iniciativas emprendedores de los empleados	89
Tabla 4-9: Expectativas de crecion de empleo por parte de los empleados emprendedores vs. TEA	90
Tabla 4-10: Percepción del grado de novedad de los productos o servicios hacia los clientes por parte de los empleados emprendedores comparado con TEA (en porcentaje de respuestas afirmativas)	90
Tabla 4-11: Percepción del grado de competidores que ofrecen los mismos productos o servicios para empleados emprendedores vs. TEA	91

Presentación

Hace una década había muy pocos datos sobre la “actividad emprendedora” en Chile. Si bien había algunas iniciativas organizadas como incubadoras de empresas, el “emprendimiento” era un ámbito donde no había definiciones muy claras. Justamente hace 10 años que se publicó el Primer Reporte del GEM en Chile y muchas cosas han cambiando. Hoy el emprendimiento es un “tema país”. El año 2012 ha sido declarado el Año del Emprendimiento. Quienes hemos trabajado en este tiempo estudiando el fenómeno del emprendimiento en Chile, hemos sido testigos de estos cambios. Y el proyecto GEM ha sido parte de esta historia.

A nivel internacional, el GEM se ha convertido en el más extenso proyecto de investigación sobre emprendimiento. El GEM ha medido la dinámica emprendedora de más de 90 economías. En Chile después de estos 10 años se ha constituido un referente dado su alcance nacional y regional, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más grandes del país. Actualmente el proyecto GEM cubre 11 regiones incluyendo la Región Metropolitana de Santiago gracias al esfuerzo de académicos y profesionales de ámbito del emprendimiento y creación de negocios. Esto, sin duda, ha permitido que los datos del GEM sean un importante aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública. Y después de 10 años seguimos creyendo firmemente en nuestra vocación de seguir ofreciendo datos de calidad para entender el complejo fenómeno del emprendimiento en Chile.

En este Reporte que da cuenta de los datos recopilados en el año 2011, queremos agradecer 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. También agradecemos el invaluable tiempo y ayuda de todas las personas que respondieron en calidad de expertos la encuesta sobre las condiciones nacionales y regionales para el emprendimiento. Asimismo, nuestro más sincero agradecimiento a los más de 7000 mujeres y hombres encuestados anónimos que son un pilar fundamental de esta investigación. Gracias a sus respuestas hoy tenemos más y mejor información sobre las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras.

Finalmente en el Año del Emprendimiento, como equipo GEM Chile, queremos dedicar este reporte a los emprendedores quienes finalmente son nuestra motivación para seguir adelante con este proyecto.

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 constituido 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 2011 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 primera 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 510 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 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 69% de la población adulta considera que las personas que alcanzan abrir un nuevo negocio obtienen un alto prestigio social, un 73% que el ser un empresario es una opción de carrera deseable y el 65% considera que los medios de comunicación hacen visible casos de emprende-

dores exitosos. Adicionalmente, el 57% de la población adulta chilena opinó que habrá buenas oportunidades para iniciar un nuevo negocio, un 62% cree poseer los conocimientos y habilidades para crear un nuevo negocio y el 27% reconoce que el miedo a fracasar le impide iniciar un nuevo negocio. En relación al ciclo anterior, en general, se deterioraron los indicadores sobre actitudes emprendedoras, sin embargo, aumentaron las intenciones de emprender; durante este periodo, el 46% de la población que no está involucrada en actividades emprendedoras manifestó deseo de querer iniciar un negocio.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

Actualmente, el GEM estima que en nuestro país, el 24% de la población adulta entre 18 y 64 años se considera un emprendedor en etapas iniciales. Esta cifra demuestra un aumento significativo en relación a la medida correspondiente al año anterior. En relación a los emprendedores establecidos, también se observó un aumento aunque leve, el 7% de la población adulta posee un negocio mayor a los 3,5 años de antigüedad.

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 56% de los emprendedores en etapas iniciales se encuentra motivado por una oportunidad de negocio (incluye a un 32% que buscaba incrementar sus ingresos y un 23% que buscaba independencia económica), mientras que un 33% declaró haber emprendido por necesidad, pues no tenía otra forma de ganarse la vida. El 11% restante señaló motivos mixtos de oportunidad y necesidad.

En términos generales, según la metodología empleada por el GEM podemos caracterizar al emprendedor chileno 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 servicios al consumidor.

ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

En relación a la creación de empleos, en la actualidad el 60% de los emprendedores en etapas iniciales y el 61% de los establecidos declararon tener de 1 a 5 personas trabajando en sus negocios. A futuro, el 49% de los iniciales y el 51% de los establecidos aspiran a contratar de 1 a 5 trabajadores, mientras que un 18% de los emprendedores iniciales y 14% de los establecidos aspira a contratar 20 trabajadores o más.

En relación a sus productos, el 48% de los emprendedores iniciales y el 41% de los establecidos manifestaron que sus productos eran nuevos para todos sus clientes. Mientras que un 17% de los iniciales y 4% de los 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 58% de los emprendedores se catalogaron como dueños de empresas con algún grado de expansión de mercado pero sin usar nuevas tecnologías.

CONTEXTO EMPRENDEDOR EN CHILE

Los resultados de la consulta a 510 expertos sobre los factores que conforman las Condiciones de la Actividad Emprendedora (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC) indican que las variables “Transferencia de I+D” y “Apoyo Financiero” son los factores peor evaluados y constituyen fuertes barreras para el desarrollo del emprendimiento en Chile. Por otra parte, se destaca el aumento en la apreciación de los expertos en relación al trabajo del gobierno, tanto en las políticas como programas pro-emprendimiento.

Al igual que en los periodos anteriores, la infraestructura física del país nuevamente es la única de las nueve EFCs que presenta una evaluación positiva, sin embargo, se destaca el clima económico que tuvo el año 2011 como fuerte impulsor de la actividad emprendedora.

TEMA ESPECIAL: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS EMPLEADOS

Para este ciclo, se consideró pertinente incorporar un tópico especial relacionado con la actividad emprendedora de los empleados (EEA) o intra-emprendimiento. En Chile este fenómeno no está muy extendido, dado que se estima que alrededor del 3,5% de la población adulta entre 18 a 64 años es emprendedor(a) que trabaja dentro de una organización. De éstos, el 70% de la EEA proviene de empresas pri-

vadas con fines de lucro y el restante 30% del sector público u ONGs.

En general es más frecuente que la actividad emprendedora de los empleados se encuentre en los niveles de ingresos más altos. El rango de edad está principalmente entre los 25 a 44 años y en general son hombres.

En relación a sus aspiraciones, destacan por sus altos niveles de expectativas de creación de empleo, donde el 51% manifestó un deseo de crear 20 o más empleos.

¿CÓMO ES EL EMPRENDEDOR CHILENO?

LAS 10 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR EN CHILE

GÉNERO

El 55,6% de los emprendedores iniciales son hombres y el 44,4% restante son mujeres. Mientras que de los emprendedores establecidos el 66,7% es hombre y el 33,3% es mujer.

EDAD

La edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 37 años, mientras que la edad promedio de los establecidos es de 46 años.

ESCOLARIDAD

El 62% de los emprendedores iniciales y el 59% de los establecidos tienen niveles educativos más allá de la educación obligatoria.

MOTIVACIÓN

El 55,6% de los emprendedores iniciales manifestó que su motivación para emprender fue una oportunidad de negocio y el 33,2% lo hizo por necesidad.

SECTOR ECONÓMICO

El 60,3% de los emprendedores iniciales y el 49,3% de los establecidos se encuentran insertos en el sector de servicio al consumidor.

DEDICACIÓN

El 40,6% de los emprendedores iniciales y el 69% de los establecidos se declaran autoempleados.

CREACIÓN DE EMPLEO

El 48,8% de los emprendedores iniciales y el 50,9% de los establecidos esperan contratar de 1 a 5 trabajadores en los próximos 5 años.

TECNOLOGÍA

El 56,3% de los emprendedores iniciales y el 78,4% de los establecidos no utilizan nuevas tecnologías en sus productos.

INNOVACIÓN

Prácticamente el 50% de los emprendedores iniciales considera que sus productos y servicios son nuevos para sus clientes.

EXPORTACIÓN

Cerca del 45% de los emprendedores encuestados manifestó que entre el 1% y el 25% de sus clientes se encuentran en el extranjero.

1. Introducción

Han transcurrido diez años desde que en el año 2002 se hiciera la primera medición de la dinámica emprendedora en Chile usando la metodología del Global Entrepreneurship Monitor, GEM. Tal como se destacaba en la edición del Reporte 2010 estos últimos años han estado marcados por un sinnúmero de hechos y cambios económicos, políticos y sociales tanto a nivel nacional como internacional. Un hecho constatado no sólo por el GEM, sino por diversos estudios, es que el emprendimiento y por consecuencia los propios emprendedores, son un componente esencial dentro de “la ecuación” del desarrollo. Chile como la economía más próspera y competitiva de América Latina no ha estado ajena al fenómeno del emprendimiento, ya sea a través de diversos programas y proyectos público-privados, pero también en la propia dinámica formal e informal de la sociedad. El emprendimiento ha sido una fuerza importante en la generación de cambios económicos y sociales. En Chile el concepto de emprendimiento en estos últimos años se ha instaurado no sólo en el mundo académico y de las políticas públicas, sino que ha trascendido a un amplio grupo de la sociedad que considera que la cultura emprendedora incluso va más allá del hecho de crear una empresa. Hoy en Chile y en muchos otros países “emprender” es ya un fenómeno transversal.

En el ciclo 2011 el GEM ha puesto énfasis en la transversalidad del emprendimiento, analizando en profundidad como tema especial la actividad emprendedora de los empleados. La investigación sobre el emprendimiento está considerando no sólo la actividad emprendedora independiente

(creación de nuevas empresas), sino también otro tipo de actividad emprendedora como la que se lleva a cabo dentro de organizaciones establecidas (también conocido como “intrapreneurship” o “corporate entrepreneurship”). Estos diversos tipos de actividad emprendedora van alineadas con el concepto de explotación de oportunidades independientemente si éstas son hechas por individuos y/o organizaciones (Shane y Venkataraman, 2000). En estudios que comparan el emprendimiento en diferentes contextos, estas distinciones son especialmente relevantes, ya que existen diferencias en el nivel de desarrollo económico y diferencias en la cultura nacional. Las instituciones pueden llevar a diferentes equilibrios entre la iniciativa emprendedora independiente (ambiciosa y no ambiciosa) y la actividad de los empleados emprendedores. Este punto de vista está también de acuerdo con la literatura que indica que el espíritu emprendedor es un aspecto omnipresente de la acción humana, pero que su manifestación depende del entorno institucional (Baumol, 1990; Boettke y Coyne, 2003).

1.1 ACERCA DEL GEM

En este contexto el proyecto GEM ha contribuido a entender la compleja relación entre emprendimiento y desarrollo. Desde la conformación del proyecto con un estudio en 10 países en el año 1999, el GEM ha procurado subsanar la carencia de datos por medio de la recolección de información relevante sobre la dinámica emprendedora. En el año 2004 se conformó la Global Entrepre-

neurship Research Association (GERA) para servir como órgano de supervisión de GEM. GERA es una organización sin ánimo de lucro regida por representantes de los equipos nacionales, las dos instituciones fundadoras y de las instituciones patrocinadoras.

La misión del GERA es contribuir al desarrollo económico global a través de la iniciativa emprendedora. Para lograr esto, la GERA busca incrementar el conocimiento sobre el emprendimiento en todo el mundo mediante la realización y difusión de investigación de clase mundial que:

- Descubre y mide factores que impactan el porcentaje de la actividad emprendedora entre las economías,
- Ayuda a identificar las políticas que pueden llevar a niveles adecuados de actividad emprendedora, y
- Aumenta la influencia de la educación en el apoyo a la iniciativa emprendedora.

De este modo, el GEM como proyecto se focaliza en tres objetivos fundamentales:

1. Medir las diferencias en la actividad emprendedora entre países.
2. Develar los factores determinantes de la actividad emprendedora.
3. Identificar las políticas nacionales que pueden mejorar la actividad emprendedora.

El GEM explora el rol de la actividad emprendedora en la economía, poniendo especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, el modelo del GEM reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de las naciones, así como las diferencias en el rol y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas. Con ello, el GEM se basa en tres premisas: el emprendimiento es importante, ya que la prosperidad económica y social depende en buena parte de la dinámica emprendedora. Evidentemente las economías poseen diferentes dinámicas. En algunas prevalece el emprendimiento por necesidad que a su vez ayuda al desempleo,

mientras que en las economías más desarrolladas prevalece la oportunidad de negocios vinculada a la innovación. Una segunda premisa es que son los individuos quienes a través de su motivación y capacidad inician los nuevos negocios y éstos pueden ser reforzados por la percepción social positiva sobre el espíritu emprendedor. Los beneficios del emprendimiento desde la participación de todos los grupos de la sociedad, incluidas las mujeres, diferentes grupos etarios y niveles de educación y las minorías desfavorecidas. Por último, el gran crecimiento empresarial es un elemento clave para un nuevo empleo en una economía, y la competitividad nacional depende de las iniciativas emprendedoras innovadoras.

1.2 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. Éstas 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.

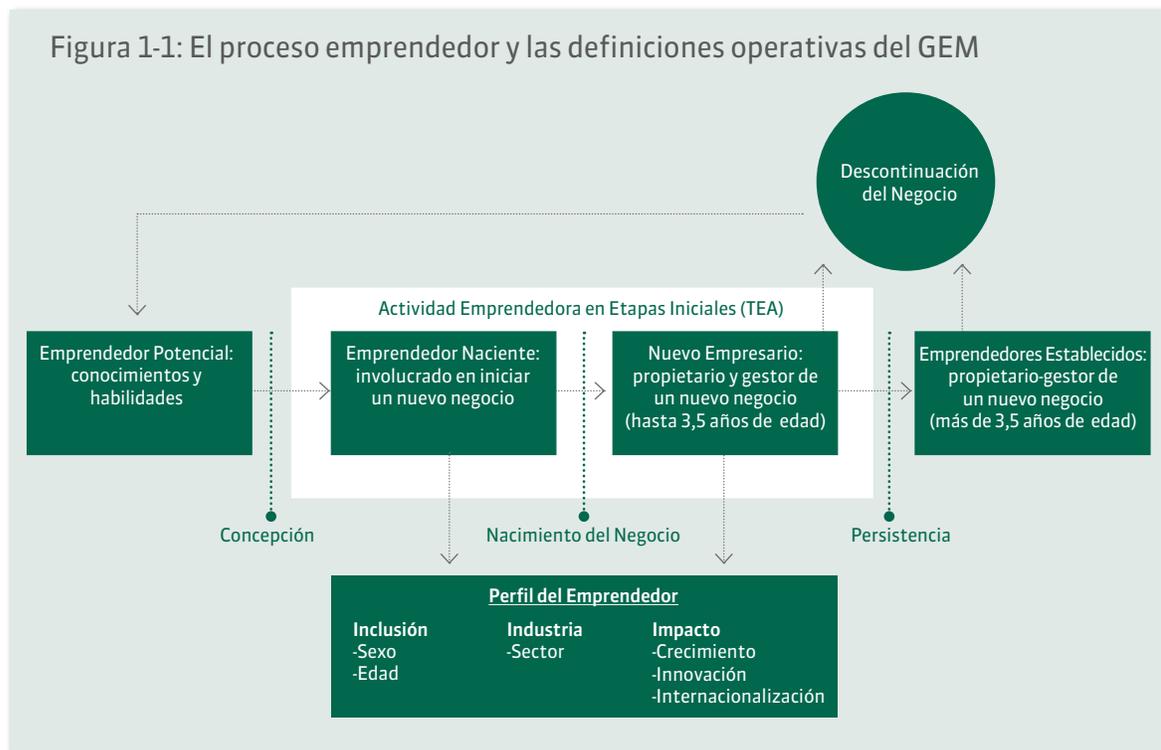
Otro principio rector de la investigación del GEM es que el emprendimiento es un proceso. Por lo tanto, el GEM compara más allá de actitudes y aspiraciones emprendedoras de aquellos que están o no comprometidos con emprender. También analiza actitudes, actividades y aspiraciones en diferentes fases del 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. Asimismo el proceso natural de discontinuación del negocio es parte del ciclo de esta dinámica. Incluso muchos emprendedores una vez que cierran algunos de

sus proyectos continúan con otros casi de forma inmediata (Bosma and Levie, 2010; Hessels y otros, 2010)¹. 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 1-1 resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.



¹ En el capítulo 4 se conceptualizará la actividad emprendedora de los empleados.

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 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 estos ofrecen pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño.

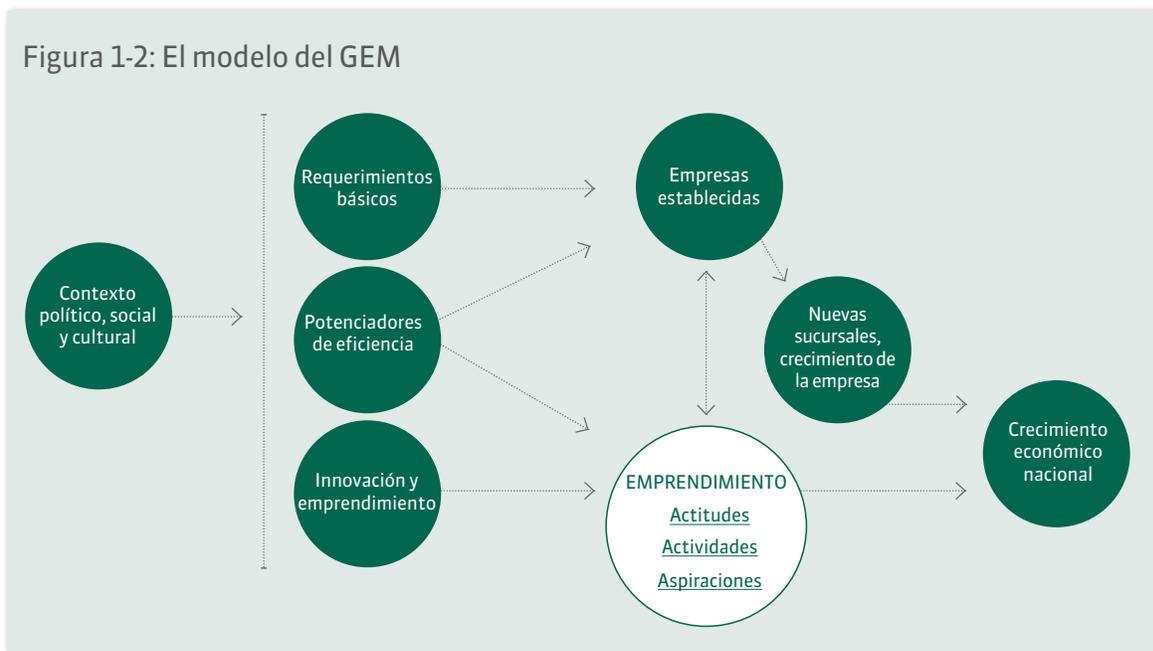
Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como emprendedores establecidos. Sus negocios han sobrevivido el denominado “valle de la muerte” y han dejado las etapas iniciales. En un país una

alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la sobrevivencia de las empresas. Sin embargo, si un país exhibe un gran cantidad de emprendimientos establecidos combinados con un bajo grado de actividad emprendedora en etapas iniciales, indica un bajo dinamismo en la actividad emprendedora.

1.3 EL MODELO DEL GEM

Como se ha comentado, existe un amplio consenso acerca de la importancia del emprendimiento para el desarrollo. 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 1-2**, 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 1-2: 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 la actividad de auto-empleo impulsada por la necesidad es alta, particularmente 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, la 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.

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 2011 (Schwab, 2011). 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 Schum-

peter (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 el rol del emprendimiento en cada fase del desarrollo económico están descritos en la **Figura 1-3**.

Figura 1-3: 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, 2011). 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 que 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.

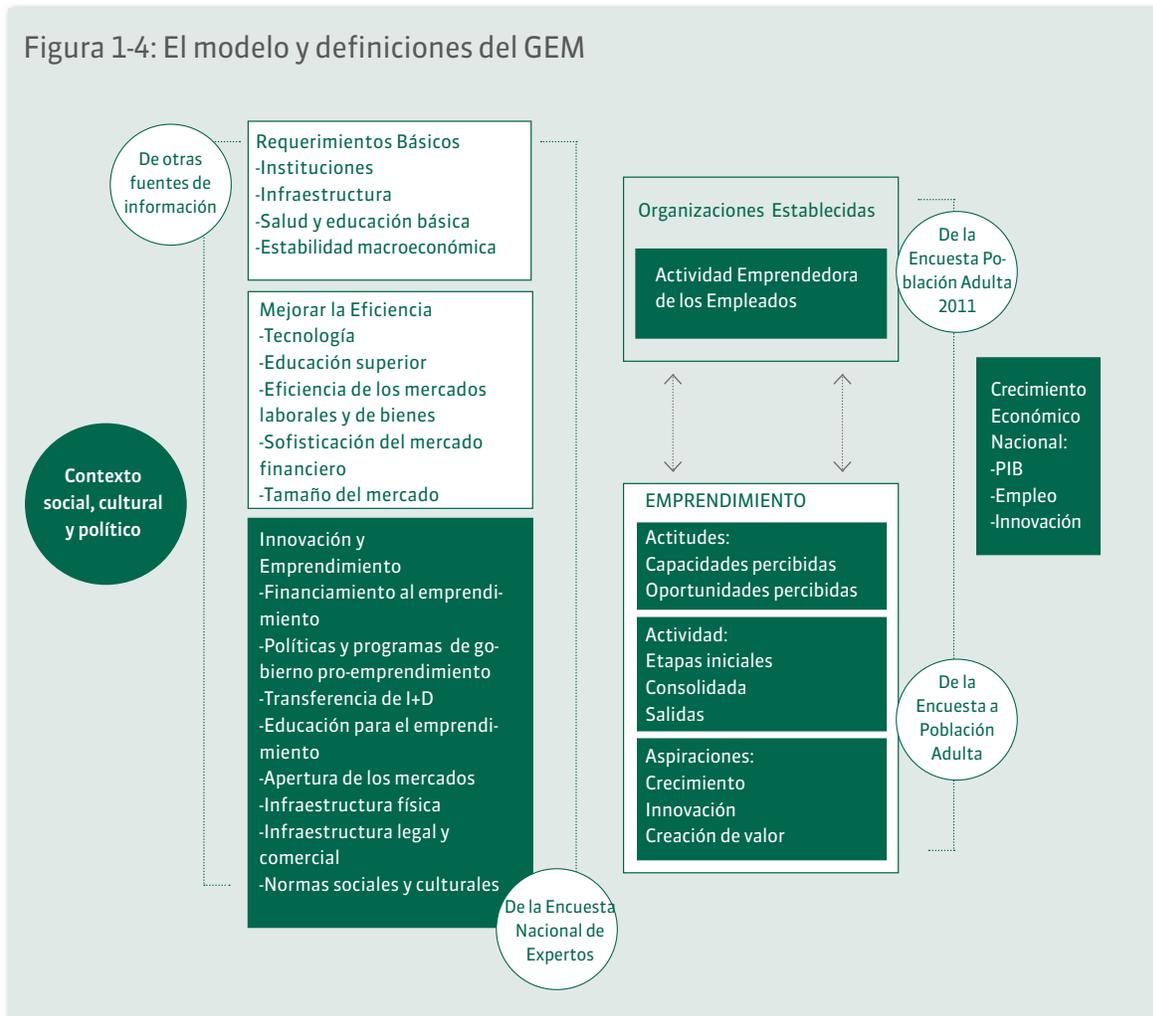
La Encuesta Nacional de Expertos (National Expert Survey, NES) es una encuesta más de tipo cualitativa, ya que recoge información de las condiciones del marco emprendedor, es decir el contexto emprendedor de cada país. Ésta es una encuesta de percepción que es aplicada a un mínimo de 36 personas que 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.

En este ciclo se han añadido una serie de preguntas tanto a la APS como a la NES con la finalidad de obtener la información sobre la actividad emprendedora de los empleados. Este hecho se ve reflejado en algunas modificaciones al modelo sobre todo en la parte de operacionalización, lo cual difiere del modelo presentado el año pasado.

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 2011, 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 500 expertos de once regiones.

Teniendo en cuenta las definiciones y la metodología la **Figura 1-4** muestra el Modelo del GEM completo.



1.5 ESTRUCTURA DEL REPORTE

Este reporte incluye la comparación de los datos globales donde más de 170.000 adultos fueron entrevistados en los 54 países participantes en el 2011 así como el análisis particular de los datos de Chile. Para este fin, destacamos y compara-

mos los datos del país dentro del contexto internacional siendo Chile una economía 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 exa-

mina 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 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 tercer capítulo 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.

El cuarto capítulo analiza el tema especial de la actividad emprendedora de los empleados. En este capítulo se abordan los datos comparativos de las economías participantes poniendo especial énfasis en las características específicas de estos emprendedores en Chile.

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

2. La perspectiva del emprendimiento a nivel global y nacional

En este capítulo se explora el estado de las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras en Chile comparándolas con los indicadores del resto de los países participantes en el consorcio GEM durante el periodo 2011. Estos últimos serán agrupados en tres fases de desarrollo económico –según lo que se establece en el informe de Competitividad Global 2011-2012 (Schwab, 2011)–, las que se definen a partir de una combinación entre el uso de los factores productivos y el nivel de Producto Interno Bruto (PIB) per cápita.

La lógica detrás de esta forma de agrupar a los países tiene relación con la evaluación de 12 “pilares” que definen la competitividad de las economías. Estos pilares son: instituciones, infraestructura, entorno macroeconómico, salud y educación básica, educación avanzada y capacitaciones, eficiencia en los mercados, eficiencia en el mercado laboral, desarrollo del mercado financiero, disponibilidad tecnológica, tamaño de mercado, sofisticación de negocios e innovación.

En las siguientes secciones del capítulo se presentan los principales resultados a partir de la encuesta a la población adulta (APS) que aplica el GEM en cada uno de los países. En Chile, ésta se aplicó durante mayo y julio del 2011 y tuvo una muestra total de 7195 casos válidos².

2.1 ACTITUDES EMPRENDEDORAS

Existen diversos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la actividad emprendedora. En relación a las actitudes está el

deseo de querer iniciar un negocio aprovechando las oportunidades que se generan en el mercado para emprender. De igual manera están los conocimientos y habilidades individuales que definen las capacidades emprendedoras. Por otra parte, las condiciones que hay en torno al contexto nacional –entendiéndolo como el conjunto de aspectos políticos, económicos y sociales relacionados con el emprendimiento– pueden potenciar o frenar la actividad emprendedora.

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

Aspectos demográficos –como edad, género, origen étnico, entre otros– por temas históricos, socioculturales o económicos también pueden ser diferencias que influyan. En este sentido, una política pública evidentemente enfocada en un grupo determinado puede ser una herramienta eficaz para influir en sus actitudes hacia el emprendimiento.

Sin embargo, es necesario enfatizar que una actitud positiva hacia el emprendimiento sólo es uno de los diferentes aspectos que determinan si se materializa la idea de negocio, aumentando la propensión a querer emprender. Es así que fi-

² Para más información ver el apartado “Ficha Metodológica” ubicada en las últimas secciones de este informe.

nalmente la decisión depende no sólo de un análisis consciente de los retornos que se esperarían de ser emprendedor respecto a otras opciones, como ser empleado, sino que también en algunos casos simplemente es una decisión impulsiva e inconsciente.

La evidencia demuestra que la mayoría de las personas prefieren ser empleadas antes que emprender. Esto se acrecienta en aquellos países donde ser empresario no es bien visto, el fracaso empresarial está estigmatizado y las oportunidades de negocio son escasas. De esta manera, el riesgo que se debe asumir es demasiado alto para quienes están pensando iniciar un nuevo negocio. En casos donde se poseen altas remuneraciones, la evaluación sobre emprender o no está determinada, entre otras cosas, por la capacidad de poder aumentar aún más los ingresos. En el caso de las mujeres, tienden a ver el emprendimiento como una posibilidad de poder compatibilizar el desarrollo profesional con la vida familiar (Amorós y otros, 2012).

Se ha observado que países más pobres poseen mayores niveles de emprendimiento, no obstante, el mayor porcentaje de éstos se origina como una solución alternativa para poder generar ingresos debido a que el mercado laboral no ofrece estabilidad o no hay una oferta suficiente de empleos. En estos casos, el desarrollo de la idea de negocio es básicamente el medio de subsistencia que tienen las personas.

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

La **Tabla 2-1** muestra varios indicadores del GEM referentes a las actitudes emprendedoras para cada uno de los 54 países participantes en el 2011. A partir de ella se desprende que las mejores actitudes emprendedoras se presentan en promedio en los países con economías basadas en los recursos. Cabe destacar que en algunos países de Europa, pertenecientes a las economías basadas en innovación, donde pese a tener altas actitudes y percepciones hacia el emprendimiento, 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. La explicación de este fenómeno estaría en las diferentes características nacionales; desde trabas burocráticas asociadas a la constitución de una empresa –las que reducen el atractivo de emprender–, hasta una excesiva protección al empleo, lo que podría desanimar a emprender a quienes están empleados aún cuando tengan percepciones emprendedoras positivas.

A la izquierda de la tabla están los indicadores relacionados de forma directa con la percepción sobre las oportunidades, capacidades y miedo al fracaso. Así como ya ha sido mencionado, las economías basadas en recursos y eficiencia tienen en promedio una mayor percepción de oportunidades, manifiestan mayores capacidades emprendedoras 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 la derecha de la **Tabla 2-1**, los indicadores restantes miden las actitudes nacionales hacia el emprendimiento. El primero evalúa el porcentaje de personas que considera que el ser emprendedor es una opción de carrera deseable. Este indicador varía sustancialmente con cada una de las tres fases de desarrollo económico, donde en promedio es más bajo en los países más desarrollados. Una de las explicaciones a esto se debe a que el desarrollo económico genera un aumento en la oferta de empleo. El segundo indicador permite saber si las personas sienten que en su entorno inmediato hay emprendedores exito-

sos. Al igual que en el caso anterior, también se observan diferencias según las fases de desarrollo económico, pese a que las diferencias son menores, e incluso las economías basadas en la eficiencia e innovación en promedio no presentan diferencias. En relación a la cobertura de los medios de comunicación, este tercer indicador entrega una aproximación respecto a la popularidad del emprendimiento. En este aspecto no se observan mayores diferencias en promedio respecto a las fases de desarrollo económico, sin embargo, al analizar los países destacan casos como los de Brasil, Singapur y Tailandia que cuentan con emprendedores con alta cobertura mediática, mientras que países

como Uruguay, Hungría y Grecia se encuentran con una realidad opuesta.

Por otra parte, sobresalen casos como el de Emiratos Árabes y Colombia, donde pese a poseer niveles superiores al promedio de sus respectivos grupos en los indicadores de actitudes y percepciones, en Emiratos Árabes las intensiones de emprender son las más bajas, en cambio, en Colombia se halla el mayor nivel. Estos ejemplos, aunque son extremos, permiten evidenciar lo complejo que es el fenómeno del *entrepreneurship* y cómo los factores socioculturales afectan la actitud hacia el emprendimiento.

Tabla 2-1: Actitudes y percepciones emprendedoras en los 54 países pertenecientes al consorcio GEM durante el 2011 por fase de desarrollo económico

	Percepciones de oportunidades	Percepciones de capacidades	Miedo al fracaso *	Intensiones emprendedoras**	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							
Argelia	54	60	43	42	80	82	51
Bangladesh	64	24	72	25	73		49
Guatemala	55	71	25	26	85	68	62
Irán	32	46	33	30	61	73	58
Jamaica	49	79	29	19	81	82	76
Pakistán	40	43	35	23	74	73	48
Venezuela	48	67	24	20	83	77	63
Promedio (no ponderado)	49	56	37	26	77	79	58
ECONOMÍAS BASADAS EN LA EFICIENCIA							
Argentina	56	64	28	30	76	69	66
Barbados	44	67	19	11	60	64	50
Bosnia y Herzegovina	21	49	30	17	82	71	43
Brasil	43	53	31	28	86	86	82
Chile	57	62	27	46	73	69	65
China	49	44	36	43	73	73	76
Colombia	73	61	29	56	89	79	67
Croacia	18	49	34	18	65	47	41
Eslovenia	14	40	35	20	54	78	34
Hungría	24	47	41	25			
Letonia	23	35	40	17			
Lituania	37	31	30	9	52	51	73
Malasia	43	61	27	24	57	58	48
México	46	64	14	21			
Panamá	70	73	41	38	85	82	78
Perú	33	52	43	23	73	64	58
Polonia	36	42	36	25	68	69	57
Rumania	27	33	43	4	65	65	55
Rusia	23	53	32	18	55	64	55
Sudáfrica	41	43	24	14	73	72	74
Tailandia	40	43	55	26	77	79	84
Trinidad y Tobago	62	81	17	35	84	82	61
Turquía	32	42	22	9			
Uruguay	54	61	34	38	58	59	33
Promedio (no ponderado)	40	52	32	25	70	69	60

continúa

	Percepciones de oportunidades	Percepciones de capacidades	Miedo al fracaso *	Intensiones emprendedoras**	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 LA INNOVACIÓN							
Alemania	35	37	42	5	55	78	50
Australia	48	47	43	12	54	68	70
Bélgica	43	44	41	11	64	55	47
Corea del Sur	11	27	45	16	61	67	62
Dinamarca	47	35	41	7			
Emiratos Árabes	44	62	51	2	71	73	63
Eslovenia	18	51	31	9	54	70	45
España	14	51	39	8	65	66	45
Estados Unidos	36	56	31	11			
Finlandia	61	37	32	7	46	83	67
Francia	35	38	37	18	66	68	47
Grecia	11	50	38	10	61	69	32
Irlanda	26	46	33	6	46	83	56
Japón	6	14	42	4	26	55	57
Noruega	67	33	41	9	53	80	60
Países Bajos	48	42	35	9	83	67	62
Portugal	17	47	40	12			
Reino Unido	33	42	36	9	52	81	47
República Checa							
Singapur	21	24	39	12	54	63	77
Suecia	71	40	35	10	52	71	62
Suiza	47	42	31	10			
Taiwán	39	29	40	28	69	63	86
Promedio (no ponderado)	35	41	38	10	57	69	58

* 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), 2011.

El caso de Chile es también interesante de analizar, dado que si se compara con los valores del 2010 se observa una disminución en la percepción de oportunidades, la percepción de capacidades también baja, aumenta el miedo al fracaso, se reduce la percepción de emprendimiento como carrera deseable y el estatus de los emprendedores exitosos. Sin embargo, aumentó significativamente la atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento y las intensiones emprendedoras de la población también mejoraron sustancialmente.

En la **Tabla 2-2** se detalla de forma más detallada y sólo para Chile las mismas preguntas que en la tabla anterior, agrupando a la población en función de las diferentes fases de la actividad emprendedora y también a aquellos que no tienen relación alguna con la actividad emprendedora. Los porcentajes representan a quienes respondieron afirmativamente a cada una de las preguntas relacionadas con los factores de percepción descritos anteriormente,

además de una pregunta sobre si conocen a otros emprendedores.

Este tipo de análisis demuestra que existen diferencias claras entre las personas de acuerdo a su nivel de relación con el emprendimiento y quienes no han tenido ninguna relación con alguna actividad emprendedora. Cabe mencionar que quienes tienen alguna relación incluye a quienes han financiado un emprendimiento o han sido dueño de un negocio, sea éste de reciente creación o establecido.

En relación con la primera pregunta “¿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, y 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.

Tabla 2-2: 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	24,9%	57,1%	54,8%	68,9%	53,3%
¿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	52,8%	62,4%	64,8%	63,3%	66,0%
¿Considera que Usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Porcentaje	49,2%	82,5%	86,6%	89,4%	84,3%
¿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	36,2%	22,2%	19,5%	19,9%	20,7%

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Respecto a las oportunidades percibidas, de igual forma al caso anterior, quienes no tienen alguna relación con el emprendimiento son quienes perciben menos oportunidades. Cabe mencionar que se observa un descenso de los porcentajes respecto al ciclo anterior en este aspecto. Mientras que en el año 2010 los porcentajes eran del orden del 76% para los emprendedores iniciales (emprendedores nacientes y nuevos empresarios), en este ciclo el valor ronda el 64%. Un mismo fenómeno se observa para los otros casos, exceptuando a los emprendedores establecidos, quienes se mantuvieron en un 66%.

Los resultados de la tercera pregunta, la cual indaga sobre la percepción de conocimientos, habilidades y experiencias se mantienen respecto al periodo anterior. De forma similar a los casos an-

teriores, en el grupo de quienes no tienen ninguna relación con la actividad emprendedora es donde se observa el menor porcentaje; sólo el 49% de la población manifiesta poseer estas características. Los valores aumentan considerablemente en los otros grupos.

Finalmente, en relación al miedo a fracasar, variable particularmente importante, dado que en Chile se tiende a estigmatizar fuertemente al emprendedor que fracasa. Se observa un patrón similar para todos los emprendedores, donde alrededor del 20% de ellos manifiesta que ese temor los reprime al momento de querer iniciar un negocio. Estos valores son relativamente similares a los del 2010 y muestran indicios de que el fracaso empresarial es parte del proceso emprendedor, la cual debe incorporarse como una oportunidad de aprendizaje y no

una situación negativa. Esto ayudaría a disminuir la percepción de los riesgos individuales, el cual es un factor importante en el paso de un negocio potencial a uno real (Khilstrom y Laffont, 1979).

2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

Así como fue mencionado anteriormente, el GEM conceptualiza la actividad emprendedora como un proceso continuo que incluye a los nuevos emprendedores que participan en la creación de un negocio, los emprendedores dueños de nuevos negocios y a quienes poseen uno ya establecido. Además, GEM evalúa el ritmo y la naturaleza de la discontinuación de negocios. Como resultado, se dispone de los indicadores en las diferentes fases del proceso emprendedor. La **Tabla 2-3** muestra estas etapas para los 54 países participantes en el GEM 2011 según cada fase del desarrollo económico. Estos datos ofrecen un panorama general acerca de las características de la actividad emprendedora de cada país. Tomados en conjunto, estos datos brindan una primera vista de la dinámica emprendedora de cada una de las economías.

El resto de esta sección, se enfoca en el análisis de los resultados obtenidos para los emprendedores chilenos para cada etapa. Como es costumbre, se presta más atención a la etapa inicial de la actividad emprendedora, debido a que ésta es la fase más crucial para la mayoría de los emprendedores. A nivel macro se esperaría que este grupo de emprendedores en etapas iniciales tengan más dinamismo, una mayor creación de empleo y sean más propensos a incorporar la innovación.

En la **Tabla 2-3** 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 común en relación a la actividad emprendedora; el TEA tiende a disminuir conforme el país se desarrolla. Esta situación, que se repite con las motivaciones para emprender, se explicaría dado que a medida que un país se desarrolla tiende a disminuir el porcentaje de personas que emprenden motivadas por necesidad, por lo que los países basados en la innovación tienden a presentar tasas más bajas de emprendimientos basados por necesidad. Cabe mencionar que, en relación a los motivadores que impulsan un emprendimiento, existen grandes variaciones en los porcentajes según fase de desarrollo, ya que cada país tiene un conjunto único de condiciones políticas, económicas y sociales que repercuten en la actividad emprendedora. Estas condiciones forman el entorno o contexto para el emprendimiento y en el capítulo siguiente se ahondará en ellos.

En la **Figura 2-1** se presenta el TEA para cada país participante en el GEM durante el 2011, donde 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 compararse con otros países dentro de su fase de desarrollo.

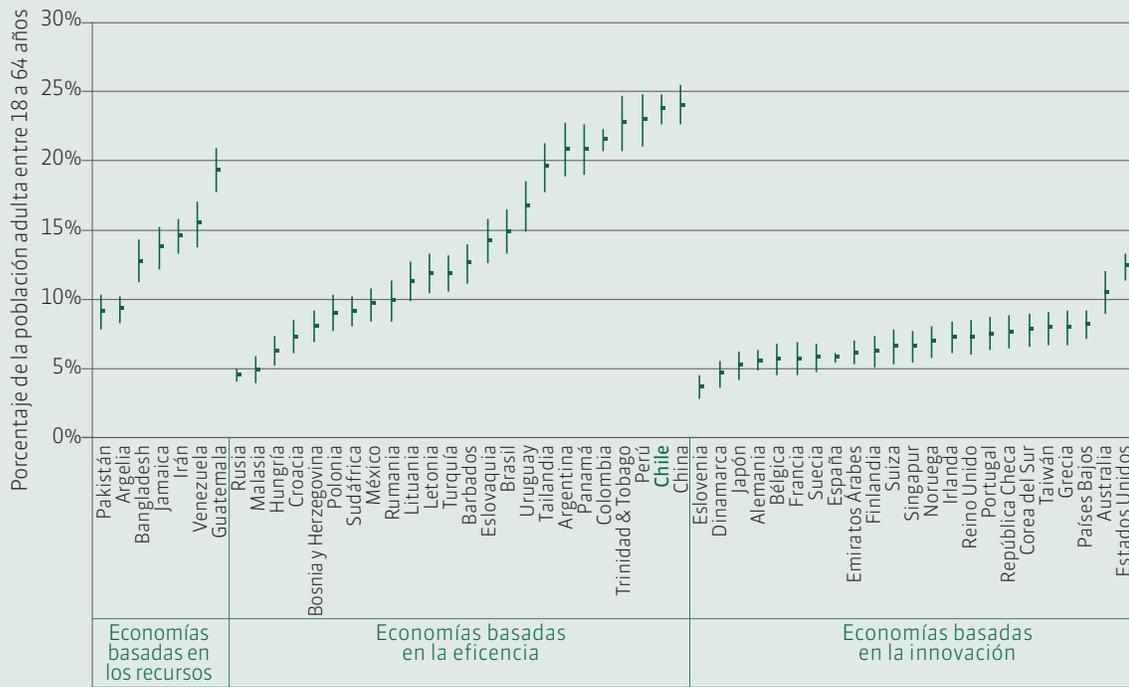
A partir de esta figura resulta evidente que altos niveles de TEA no tienen necesariamente relación con desarrollo económico. De hecho, no es recomendable relacionarlos directamente, ya que el entorno que rodea estaría quedando fuera del análisis y éste determina parte importante de estos niveles. Por ejemplo, en algunas economías basadas en los recursos, una reducción del TEA puede ser vista como una buena señal, ya que apunta hacia el mejoramiento del clima económico del país y el aumento de oportunidades de empleo. Es así que en algunas ocasiones esta reducción se debe a una disminución de emprendimientos motivados por necesidad.

Tabla 2-3: Actividad emprendedora en los 54 países participantes en el GEM 2011 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							
Argelia	5,3	4,0	9,3	3,1	9,5	3,4	4,9
Bangladesh	7,1	7,1	12,8	11,6	2,5	3,5	9,3
Guatemala	11,8	9,1	19,3	2,5	3,8	6,5	12,8
Irán	10,8	3,9	14,5	11,2	6,4	7,7	5,7
Jamaica	9,0	5,0	13,7	5,1	12,7	4,5	8,5
Pakistán	7,5	1,7	9,1	4,1	1,6	4,3	4,1
Venezuela	13,1	2,6	15,4	1,6	3,2	4,4	10,8
Promedio (no ponderado)	9,2	4,8	13,4	5,6	5,7	4,9	8,0
ECONOMÍAS BASADAS EN LA EFICIENCIA							
Argentina	11,8	9,2	20,8	11,8	4,3	6,9	13,8
Barbados	10,8	1,8	12,6	4,2	5,5	0,6	11,7
Bosnia y Herzegovina	5,4	2,8	8,1	5,0	6,7	5,0	3,1
Brasil	4,1	11,0	14,9	12,2	3,8	4,6	10,2
Chile	14,6	9,6	23,7	7,0	6,8	6,5	16,6
China	10,1	14,2	24,0	12,7	5,3	9,7	13,6
Colombia	15,2	6,7	21,4	7,5	6,0	5,4	16,0
Croacia	5,3	2,1	7,3	4,2	3,6	2,6	4,6
Eslovenia	9,2	5,3	14,2	9,6	7,0	3,9	10,2
Hungría	4,8	1,6	6,3	2,0	2,3	2,0	4,1
Letonia	6,8	5,3	11,9	5,7	3,0	3,1	8,4
Lituania	6,4	5,0	11,3	6,3	2,9	3,2	8,0
Malasia	2,5	2,5	4,9	5,2	2,6	0,5	4,2
México	5,7	4,0	9,6	3,0	5,0	1,9	7,5
Panamá	12,0	9,1	20,8	6,0	2,1	5,6	14,1
Perú	17,9	5,4	22,9	5,7	5,1	5,1	16,5
Polonia	6,0	3,1	9,0	5,0	4,2	4,3	4,6
Rumania	5,6	4,5	9,9	4,6	3,9	4,1	5,7
Rusia	2,4	2,3	4,6	2,8	1,5	1,2	3,2
Sudáfrica	5,2	4,0	9,1	2,3	5,6	3,2	5,8
Tailandia	8,3	12,2	19,5	30,1	4,5	3,7	14,9
Trinidad y Tobago	13,9	9,3	22,7	6,9	3,9	3,4	19,0
Turquía	6,3	6,0	11,9	8,0	3,9	3,8	7,6
Uruguay	11,0	6,0	16,7	5,9	4,3	1,9	5,6
Promedio (no ponderado)	8,4	5,9	14,1	7,2	4,3	3,8	9,5
ECONOMÍAS BASADAS EN LA INNOVACIÓN							
Alemania	3,4	2,4	5,6	5,6	1,8	1,0	4,2
Australia	6,0	4,7	10,5	9,1	4,3	1,6	8,8
Bélgica	2,7	3,0	5,7	6,8	1,4	0,6	4,8
Corea del Sur	2,9	5,1	7,8	10,9	3,2	3,2	4,4
Dinamarca	3,1	1,6	4,6	4,9	2,3	0,3	4,3
Emiratos Árabes	3,7	2,6	6,2	2,7	4,8	0,9	5,1
Eslovenia	1,9	1,7	3,7	4,8	1,5	0,4	3,0
España	3,3	2,5	5,8	8,9	2,2	1,5	4,2
Estados Unidos	8,3	4,3	12,3	9,1	4,4	2,6	9,1
Finlandia	3,0	3,3	6,3	8,8	2,0	1,1	4,3
Francia	4,1	1,7	5,7	2,4	2,2	0,9	4,8
Grecia	4,4	3,7	8,0	15,8	3,0	2,0	5,9
Irlanda	4,3	3,1	7,2	8,0	3,4	2,1	4,9
Japón	3,3	2,0	5,2	8,3	0,7	1,3	3,9
Noruega	3,7	3,3	6,9	6,6	2,5	0,3	6,0
Países Bajos	4,3	4,1	8,2	8,7	2,0	0,8	7,0
Portugal	4,6	3,0	7,5	5,7	2,9	1,3	6,0
Reino Unido	4,7	2,6	7,3	7,2	2,0	1,3	5,8
República Checa	5,1	2,7	7,6	5,2	2,7	2,1	5,4
Singapur	3,8	2,8	6,6	3,3	2,1	1,1	5,4
Suecia	3,5	2,3	5,8	7,0	3,2	0,4	5,1
Suiza	3,7	2,9	6,6	10,1	2,9	0,8	5,5
Taiwán	3,6	4,4	7,9	6,3	4,9	1,4	6,5
Promedio (no ponderado)	4,0	3,0	6,9	7,2	2,7	1,3	5,4

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Figura 2-1: Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en los 54 países participantes en el GEM 2011 según fase de desarrollo económico, con un intervalo de confianza del 95%



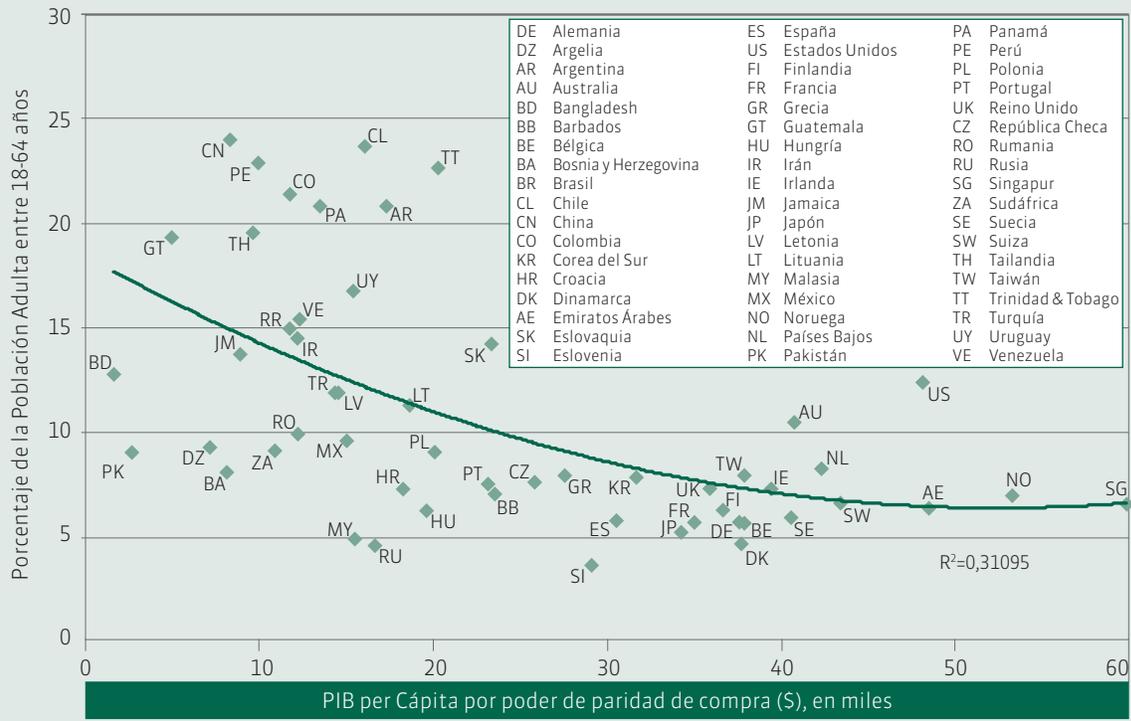
Fuente: GEM. Encuesta a Población Adulta (APS), 2011

Confirmando lo dicho anteriormente, la **Figura 2-2** muestra la relación entre el TEA y el PIB per cápita de cada país en el 2011. El patrón de la figura puede explicarse 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. A medida que el país se va desarrollando -lo que se relaciona con un ingreso per cápita mayor, fortalecimiento de las instituciones y estabilidad macroeconómica- la industrialización y las economías a escala permiten que las empresas establecidas aumenten su participación dentro de la economía. Este aumento de protagonismo puede estar acompañado de la reducción del número de empresas nuevas, debido al aumento de personas que encuentran trabajo estable en las grandes empresas.

El patrón que se venía dando reiteradamente en los periodos anteriores, donde la curva tenía forma de “U”, debido a que las economías basadas en innovación mostraban una correlación positiva entre el PIB y TEA, no se observa para este ciclo. Esto, sin embargo, concuerda con estudios sobre las tasas de propietarios de negocios en 23 países de la OECD (Wennekers y otros, 2010).

Es importante recalcar que la **Figura 2-2** sólo es una “fotografía” del escenario actual, sin embargo, para ciertas economías un análisis temporal se puede continuar dando una curva con forma de “U” entre las tasas de PIB per cápita y TEA.

Figura 2-2: Actividad emprendedora en etapas iniciales y PIB per cápita, 2011



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2011.y Fondo Monetario Internacional, Work Economic Outlook 2011

Para el caso específico de América Latina y Caribe, la **Tabla 2-4** resume la evolución de la actividad emprendedora desde el 2000 hasta el 2011. El hecho de que algunos países no participen constantemente en el GEM dificulta las comparaciones, sin embargo, aumentos impor-

tantes en los niveles de TEA de países como Trinidad y Tobago, Argentina y Chile -o la disminución de casi 5 puntos porcentuales en Perú- corroboran que el emprendimiento en América Latina es “sensible” a las coyunturas económicas (Acs y Amorós, 2008).

Tabla 2-4: 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	2011
Argentina	7,8%	10,5%	14,2%	19,7%	12,8%	9,5%	10,2%	14,4%	16,5%	14,7%	14,2%	20,8%
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%	14,9%
Chile			15,7%	16,9%		11,2%	9,2%	13,4%	12,9%	14,9%	16,8%	23,7%
Colombia							22,5%	22,7%	24,5%	22,4%	20,6%	21,4%
Costa Rica											13,5%	
Ecuador					27,2%				17,2%	15,8%	21,3%	
Guatemala										19,2%	16,3%	19,3%
Jamaica						17%	20,3%		15,6%	22,7%	10,5%	13,7%
México		18,7%	12,4%			5,9%	5,3%		13,1%		10,5%	9,6%
Panamá										9,6%		20,8%
Perú					40,3%		40,1%	25,9%	25,6%	20,9%	27,2%	22,9%
Puerto Rico								3%				
Rep. Dominicana								16,8%	20,4%	17,5%		
Trinidad y Tobago											15,1%	22,7%
Uruguay							12,6%	12,2%	11,9%	12,1%	11,7%	16,7%
Venezuela				27,3%		25%		20,2%		18,7%		15,4%

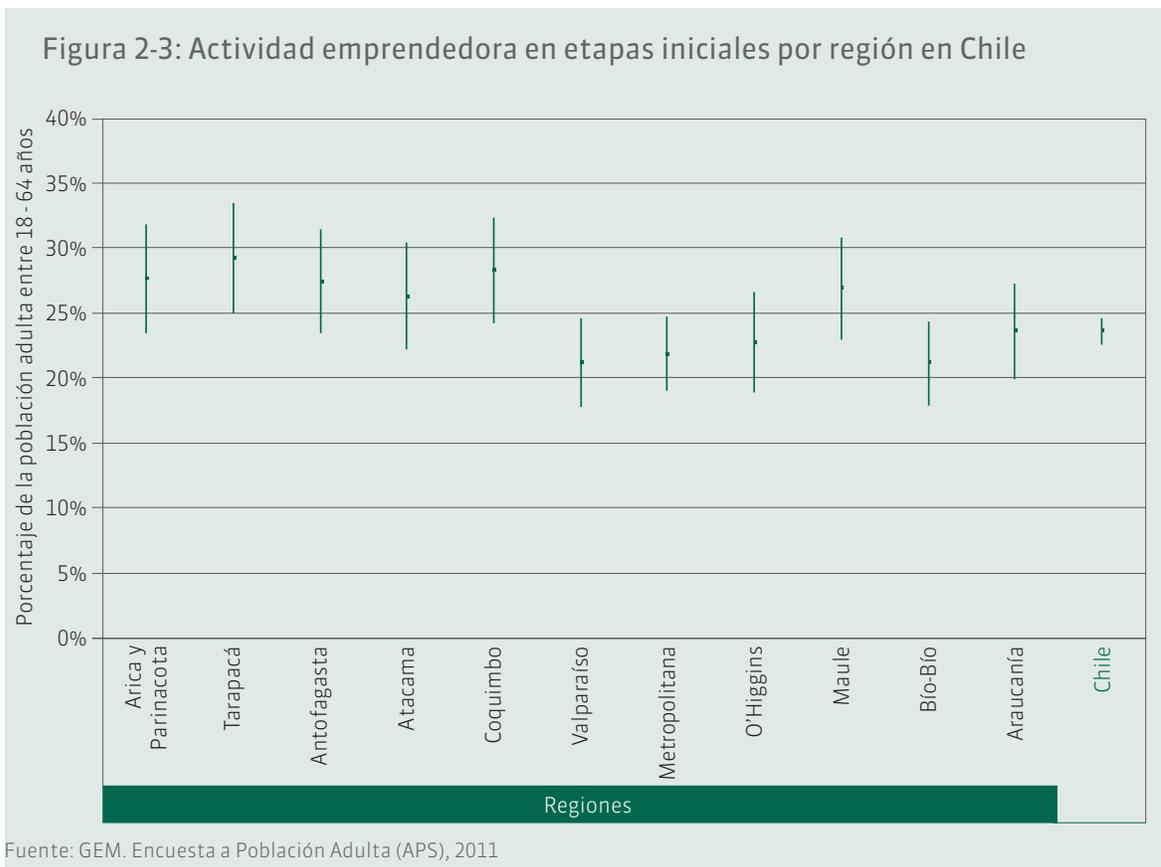
Fuente: GEM. Encuesta a Población Adulta (APS), 2011

CUADRO 2: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN CHILE: UNA APROXIMACIÓN REGIONAL

POR QUINTO AÑO CONSECUTIVO, EL PROYECTO GEM CHILE INCLUYE LA PERSPECTIVA REGIONAL AL ESTUDIO DEL EMPRENDIMIENTO GENERANDO ALIANZAS CON PRESTIGIOSAS INSTITUCIONES QUIENES SON LAS REPRESENTANTES REGIONALES DEL GEM. COMO CONSECUENCIA DE ELLO, ADEMÁS DE LAS 2000 ENCUESTAS QUE SE REALIZAN A NIVEL NACIONAL, SE ADICIONA UN SOBRE-MUESTREO DE 500 ENCUESTAS A LA POBLACIÓN ADULTA PARA CADA REGIÓN.

LA FINALIDAD DE ESTA APROXIMACIÓN REGIONAL ES OBTENER DATOS SIGNIFICATIVOS DE CADA UNA DE LAS REGIONES PARTICIPANTES, DANDO LA POSIBILIDAD DE ESTUDIAR CON MAYOR DETALLE LA DINÁMICA REGIONAL. CON ESTA MEDICIÓN SE AVANZA EN LA COMPRESIÓN DEL FENÓMENO EMPRENDEDOR NACIONAL, YA QUE EVIDENTEMENTE LAS CONDICIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO DIFIEREN ENTRE UNA REGIÓN Y OTRA.

COMO SE OBSERVA EN LA FIGURA 2-3, LA MAYOR PROPORCIÓN DE PERSONAS INVOLUCRADAS EN EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES SE ENCUENTRAN EN LA REGIÓN DE TARAPACÁ, SEGUIDO POR LA REGIÓN DE COQUIMBO. EN EL EXTREMO OPUESTO, LA REGIÓN DE VALPARAÍSO Y BÍO-BÍO PRESENTAN LAS MENORES PROPORCIONES DE EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES.



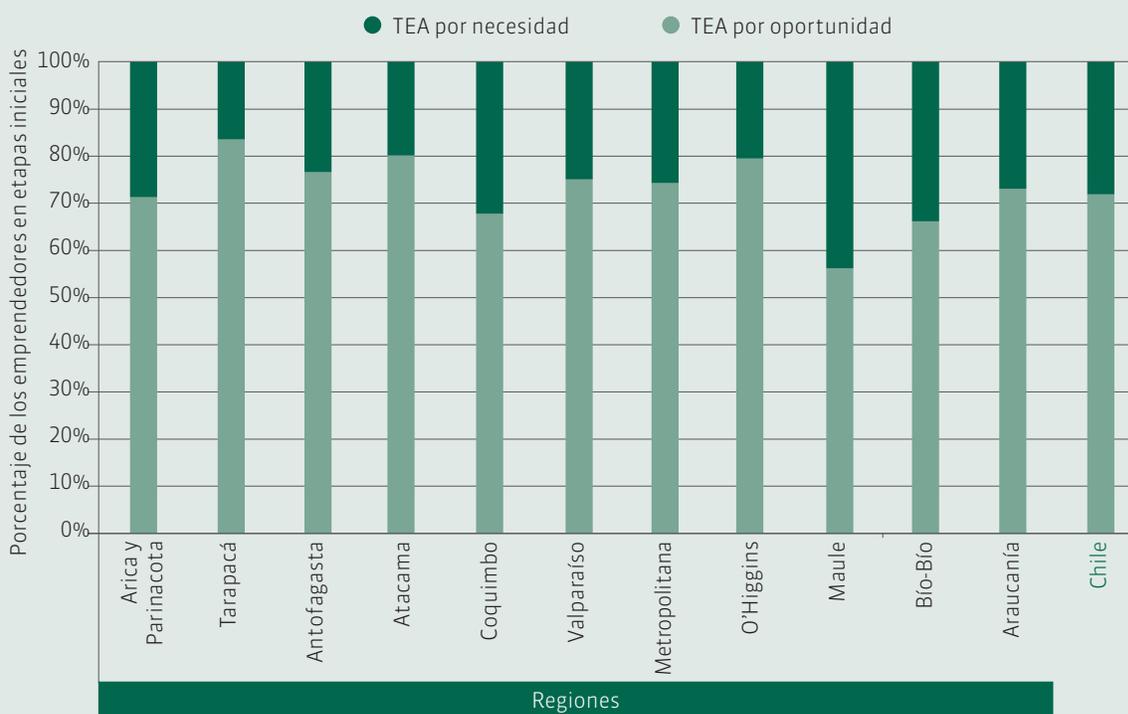
CUADRO 2: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN CHILE: UNA APROXIMACIÓN REGIONAL

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 LA RAZÓN FUE EL APROVECHAMIENTO DE UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO O LO HIZO PORQUE NO ENCONTRABA OTRA FORMA DE GENERAR EL SUSTENTO NECESARIO. A ESTE ÚLTIMO SE LE QUE CONOCE COMO EMPRENDIMIENTO POR NECESIDAD.

LA FIGURA 2-4 AGRUPA A NIVEL REGIONAL A LOS EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES SEGÚN MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER. ES POSIBLE QUE AÚN PERMANEZCAN LAS SECUELAS DEL TERREMOTO DEL 2010, Y SEAN ÉSTAS LAS QUE JUSTIFIQUEN QUE LAS REGIONES MAULE Y BÍO-BÍO PRESENTEN LOS PORCENTAJES MÁS ALTOS DE EMPRENDEDORES MOTIVADOS POR NECESIDAD.

ESTE ESFUERZO QUE SE REALIZA A NIVEL REGIONAL SE DESTACA EN EL ESTUDIO GEM CONVIRTIENDO A CHILE COMO UNO DE LOS PAÍSES QUE HA DESARROLLADO IMPORTANTES ESTUDIOS REGIONALES, SIGUIENDO LO QUE OCURRE EN ESPAÑA QUE TIENE EQUIPOS EN TODAS LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS DEL PAÍS. ASÍ COMO HA SIDO DESDE QUE SE INICIÓ LA APROXIMACIÓN REGIONAL EN 2007, CADA EQUIPO DESARROLLARÁ INFORMES PARTICULARES ENFOCADOS EN SU RESPECTIVA REGIÓN³.

Figura 2-4: Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales por motivación para emprender en las regiones participantes de GEM Chile



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

³ Mayor información sobre la actividad emprendedora en regiones es posible encontrarla en los informes regionales o en www.gemchile.cl

MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS

Existen diferentes razones que motivan a las personas para iniciar su emprendimiento. El GEM captura estas razones contrastando entre el aprovechamiento de oportunidades de negocio y la necesidad.

Un emprendedor motivado por necesidad es aquel que indica que comenzó su negocio porque no encontró otra opción de trabajo mejor. Para este tipo de emprendedores, debido a que el mercado laboral no les ofrecía una alternativa suficiente, se vieron forzados a desarrollar su propio negocio.

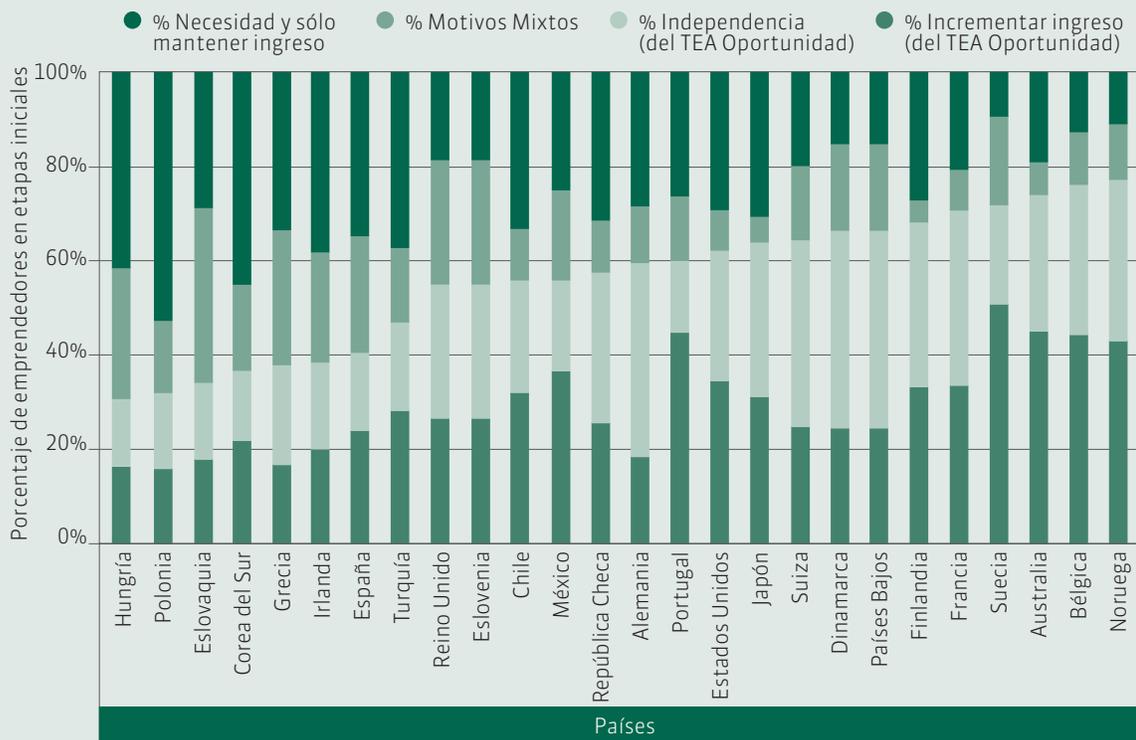
En los casos donde se inició un negocio porque se identificó una oportunidad, se realiza una distinción adicional entre quienes fueron impulsados por la búsqueda de más independencia y quienes manifestaron que su principal motivo fue incrementar sus ingresos. Cabe mencionar que el hecho de “mantener el ingreso” no es una legíti-

ma 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.

Es posible que bajo esta metodología se esté subestimando el emprendimiento por necesidad y sobrestimando 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.

En la **Figura 2-5** se muestran los países de la OECD que participaron en este ciclo. Esta figura está ordenada de forma ascendente por los motivos de

Figura 2-5: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

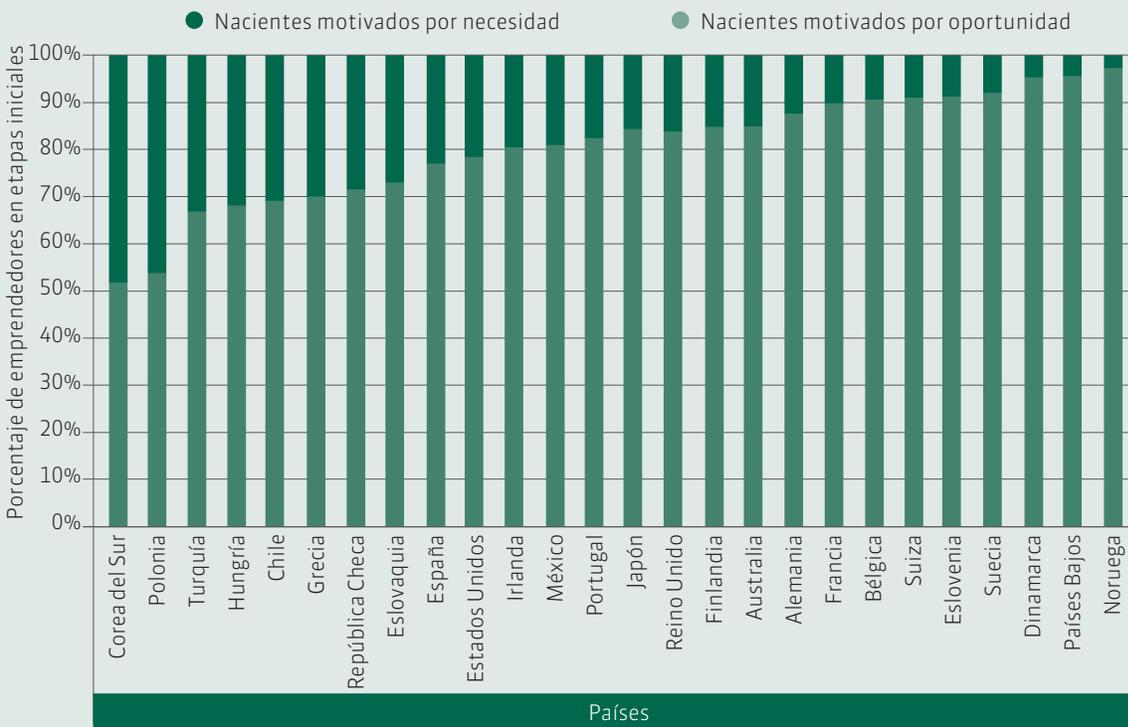
oportunidad. Como se observa, los países de la península escandinava tienen una mayor proporción de motivación por oportunidad, mientras que las economías más afectadas por la crisis, como Irlanda, Grecia y España, aproximadamente 1 de cada 4 emprendimientos se originan por necesidad.

Las cifras de nuestro país indican que el 55,6% de los emprendedores en etapas iniciales se encuentra motivado por oportunidad (32,1% buscaba incrementar los ingresos y 23,4% independencia económica), el 11,3% tiene motivos mixtos, el 33,2% está motivado por necesidad. Ambas cifras por oportunidad presentaron un aumento respecto del ciclo anterior -en el caso de quienes buscan incrementar sus ingresos, aumentó 2,4 puntos porcentuales respecto al ciclo anterior y para

quienes buscan más independencia, algo menos de un punto porcentual. Sin embargo, lo mismo ocurrió con el porcentaje de emprendedores por necesidad, donde el periodo anterior era el 29,3%. La razón principal de estas diferencias se debe a la disminución de los emprendedores que manifestaron motivos mixtos.

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 2-6** muestra los porcentajes de cada categoría del total de los emprendedores nacientes, también para los países de la OECD.

Figura 2-6: Emprendedores nacientes por motivación para emprender



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Como se puede observar, los países nórdicos son los que tienen un mayor porcentaje de emprendedores nacientes por oportunidad. En Chile, el 9,8% 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 2010 a un 4,4%, 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 anterior la proporción se mantiene.

La información expuesta nos permite señalar que en Chile, pese a que sigue prevaleciendo el emprendimiento motivado por oportunidad -lo cual es un buen indicador del desarrollo de nuestro país- cuando se compara con las economías más desarrolladas de la OECD aún falta mucho por mejorar. 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 siguiente capítulo de este reporte.

Las economías donde el emprendimiento se encuentra impulsado principalmente por las oportunidades de negocio tienden a presentar emprendimientos menos dependientes del contexto específico y se concentran más en aspectos endógenos como la creencia de poder obtener mayores niveles de ingresos e independencia (Bosma y otros, 2012).

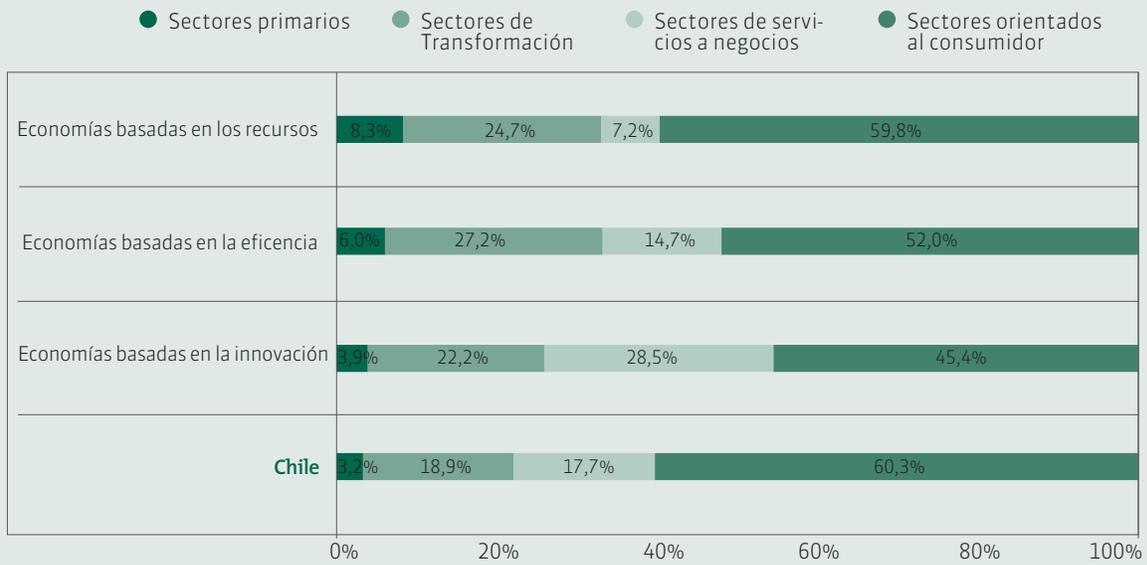
DISTRIBUCIÓN POR SECTORES

La **Figura 2-7** muestra la distribución de los emprendimientos en etapas iniciales por sector industrial y según fase de desarrollo económico, agrupando todos los países participantes en el GEM de este ciclo comparados con Chile. En general, en las primeras etapas la actividad emprendedora parece estar más orientada hacia los servicios, y menos hacia las actividades del sector extractivo (incluida la agricultura). Para las economías impulsadas por la innovación, se destaca la proporción relativamente alta de los servicios empresariales.

Para las etapas establecidas (**Figura 2-8**) se mantiene la misma tendencia, donde la distribución por sectores varía conforme cambia la fase de desarrollo. Si bien el sector de extracción prevalece en todas las economías, lo hace con mayor presencia en las economías basadas en los recursos. 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.

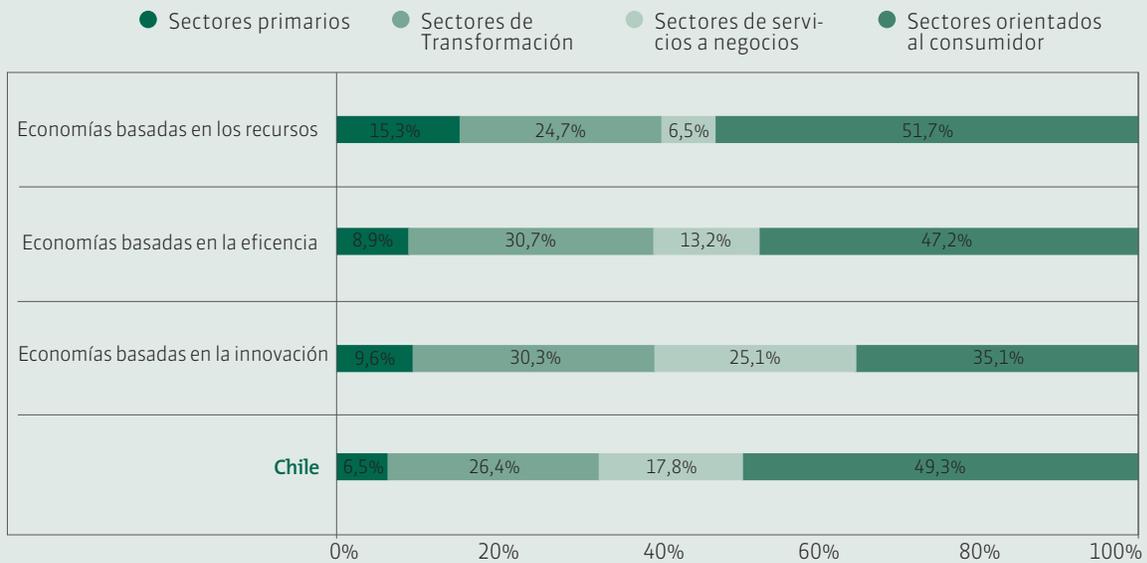
Chile presenta resultados interesantes, donde los porcentajes de emprendimientos orientados en sectores de servicios al consumidor son similares a los de las economías basadas en recursos. Sin embargo, el porcentaje de emprendedores enfocados en servicios a empresas son superiores al promedio de economías basadas en eficiencia. Destacan por otra parte los bajos porcentajes de emprendedores, tanto iniciales como establecidos, que se dedican a sectores primarios.

Figura 2-7: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Figura 2-8: Distribución por sectores en emprendimientos establecidos



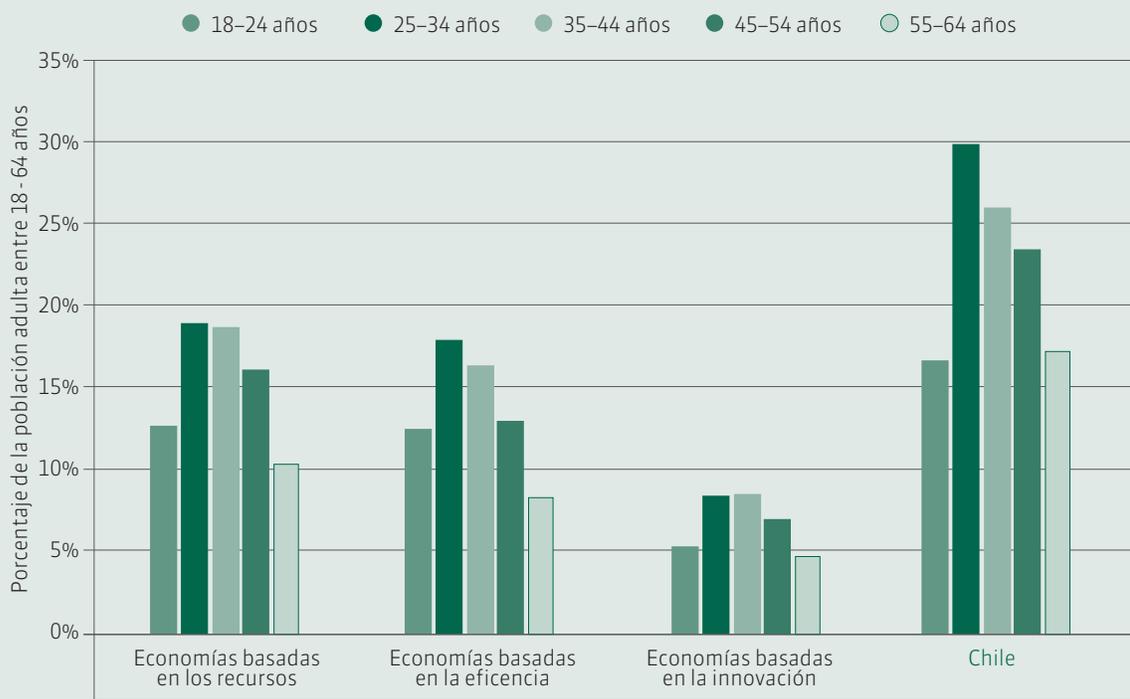
Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

EDAD Y GÉNERO

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

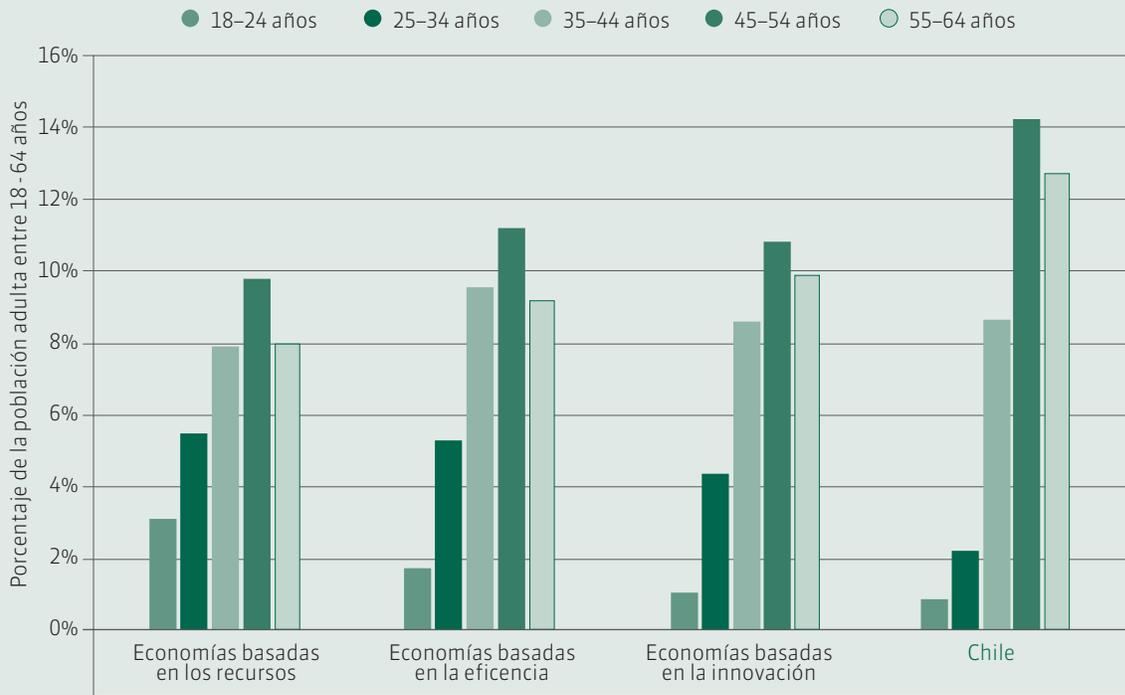
La **Figura 2-9** muestra la distribución por grupos de edad en emprendedores en etapas iniciales a nivel global en cada una de las fases de desarrollo económico y se compara con los datos de Chile. La distribución por edades es muy similar para cada una de las fases de desarrollo. El grupo de edad de 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 la percepción de las habilidades tiende a aumentar.

Figura 2-9: Emprendimiento en etapas iniciales según grupo de edad y fase de desarrollo económico



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Figura 2-10: Emprendimientos establecidos según grupo de edad y fase de desarrollo económico



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

La distribución por edad para los emprendedores establecidos se grafica en la **Figura 2-10**. En ella podemos observar cómo los emprendedores se tienden a agrupar en edades más tardías conforme su emprendimiento se establece, donde el mayor porcentaje de los emprendedores establecidos se encuentra en el rango de edad entre 45 y 54 años. La explicación a la distribución por edades puede deberse al ajuste del 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.

En Chile la edad promedio ponderada (entre 18 y 64 años) para emprendedores en etapas inicia-

les es de 37 años –prácticamente igual que en los ciclos anteriores–, mientras que en establecidos es de 46 años.

En relación a la distribución por género, la **Figura 2-11** revela los porcentajes de TEA para hombres y mujeres en cada país participante en el GEM 2011, ordenados por fase de desarrollo económico y tasa de participación femenina. Así, como se puede ver, 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. Los niveles de participación sólo son equivalentes, respecto al género, en 8 de las 54 economías participantes y estos países provienen de diferentes continentes y también de diferentes fases de desarrollo económico.

Para el resto de los países, dentro de los que está Chile, las tasas de emprendimiento masculino son superiores a las femeninas.

Los niveles más bajos de participación de actividad emprendedora femenina se da en los países de Europa del Este, por ejemplo en Eslovaquia y Polonia, donde menos del 30% de los emprendedores iniciales son mujeres. Estos valores indican cierto desequilibrio cuando se comparan con sus niveles de participación femenina en el mercado laboral respectivos.

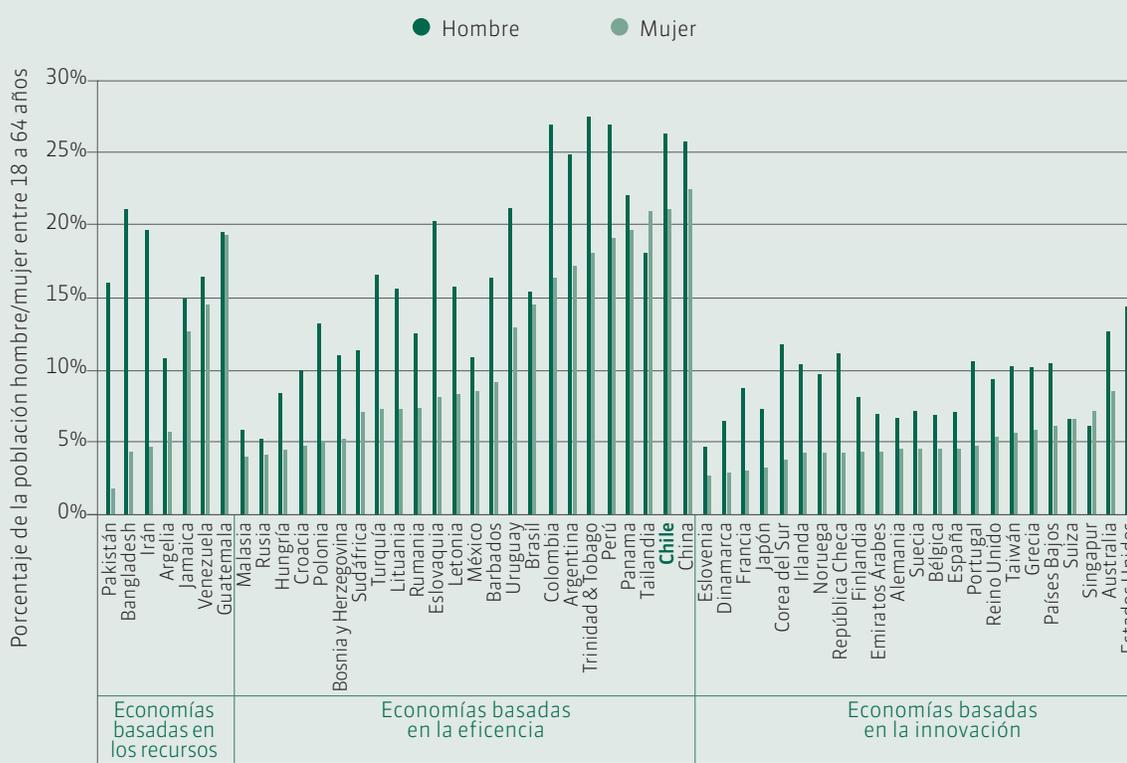
En el caso de Chile, la mayor proporción de emprendedores son hombres. El 26,3% son hombres que manifiestan ser emprendedores en etapas

iniciales versus el 21% de mujeres que manifiestaron lo mismo. En el caso de los establecidos, el 9,4% son hombres y el 4,7% mujeres⁴.

Así, el 55,6% del total de emprendedores en etapas iniciales y el 66,7% del total de los emprendedores establecidos son hombres, mientras que los porcentajes en etapas iniciales y establecidas de mujeres son 44,4% y 33,3%, 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.

Figura 2-11: Tasa de emprendimiento en etapas iniciales (TEA) según fase de desarrollo económico y sexo



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

⁴ Más información en Amorós y otros (2012) "GEM Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile 2010-2011". Disponible en www.gemchile.cl

NIVEL EDUCATIVO

Usando los datos de los encuestados involucrados en actividades emprendedoras, ya sea en estado inicial o establecido, la **Figura 2-12** muestra la proporción de cada uno de los niveles de educación formal utilizando las denominaciones que comúnmente se usan en el país. A partir de ésta se observa que los emprendedores en etapas iniciales, en su mayoría, poseen estudios secundarios y superiores (incluye todos los estudios post-secundaria). Esta situación se mantiene en los emprendedores establecidos.

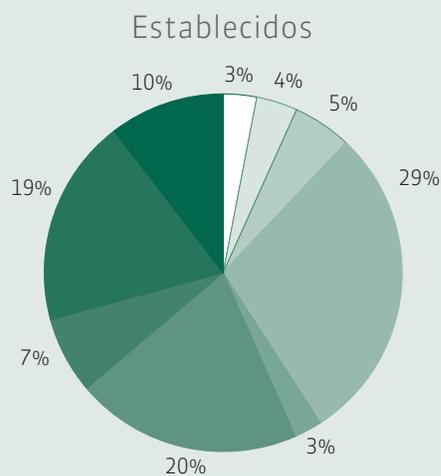
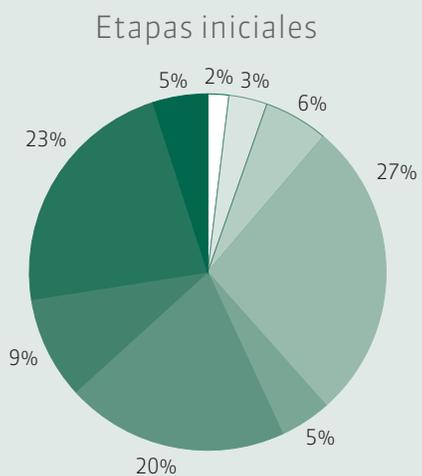
Para este ciclo del GEM, se observa que se mantiene la tendencia observada en los ciclos anteriores y, en términos generales, prácticamente

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.

La distribución del nivel educacional de los emprendedores para el caso chileno, también se observa a nivel global con las economías basadas en innovación y eficiencia. Sin embargo, no ocurre lo mismo en las economías basadas en los recursos. Posiblemente esto se deba a la escasez de gente con este nivel educacional y la necesidad de las grandes empresas, privadas y públicas, por contratar gente de este tipo (Bosma y otros, 2012).

Figura 2-12: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora

- Primario incompleto
- Primario
- Secundario incompleto
- Secundario completo
- Formación técnica y/o profesional incompleta
- Formación técnica y/o profesional
- Formación universitaria incompleta
- Formación universitaria
- Postgrado



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

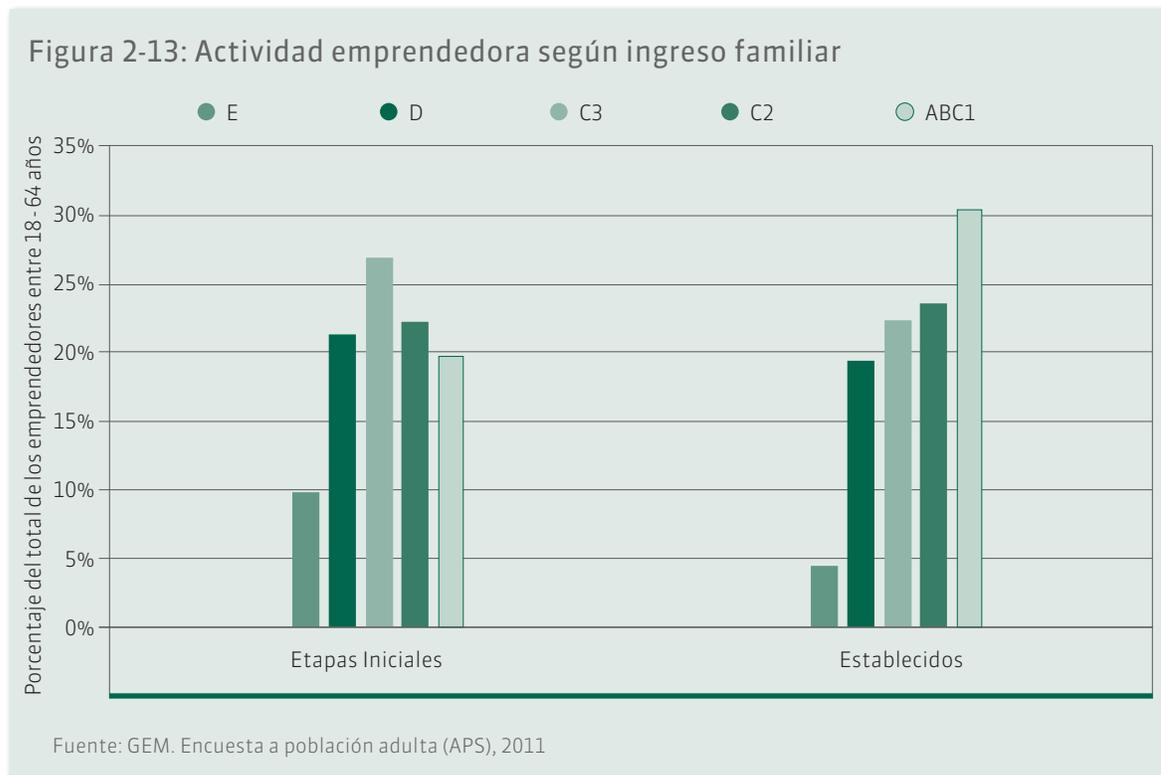
NIVEL DE INGRESOS

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 2-13**. 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 2-13**, existe una fuerte tendencia a que los emprendedores pertenezcan a los sectores de clase media. Para el caso de los emprendedores iniciales el mayor porcentaje se encuentra en el sector económico C3 y C2, reduciéndose considerablemente el porcentaje de emprendedores iniciales pertenecientes al grupo E, respecto del año pasado.

El patrón a nivel mundial muestra que independiente a la fase económica que se analice -basada en recursos, eficiencia o innovación- hay una relación directa en la que mientras aumenta el ingreso, aumenta la probabilidad de estar involucrado en una actividad emprendedora (ver Bosma y otros, 2012). No obstante, y pese a que este patrón se viene repitiendo desde hace varios ciclos, esta relación sólo se da en el promedio de las fases de desarrollo económico y no necesariamente con cada uno de los países.

En el caso de los emprendedores establecidos, efectivamente se cumple el patrón mencionado anteriormente, donde mientras mayor es el ingreso familiar, aumenta la probabilidad de estar involucrado en una actividad emprendedora. Una primera interpretación de los datos indicaría que el hecho de que los emprendimientos estén establecidos impacta positivamente en el nivel de ingresos.



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

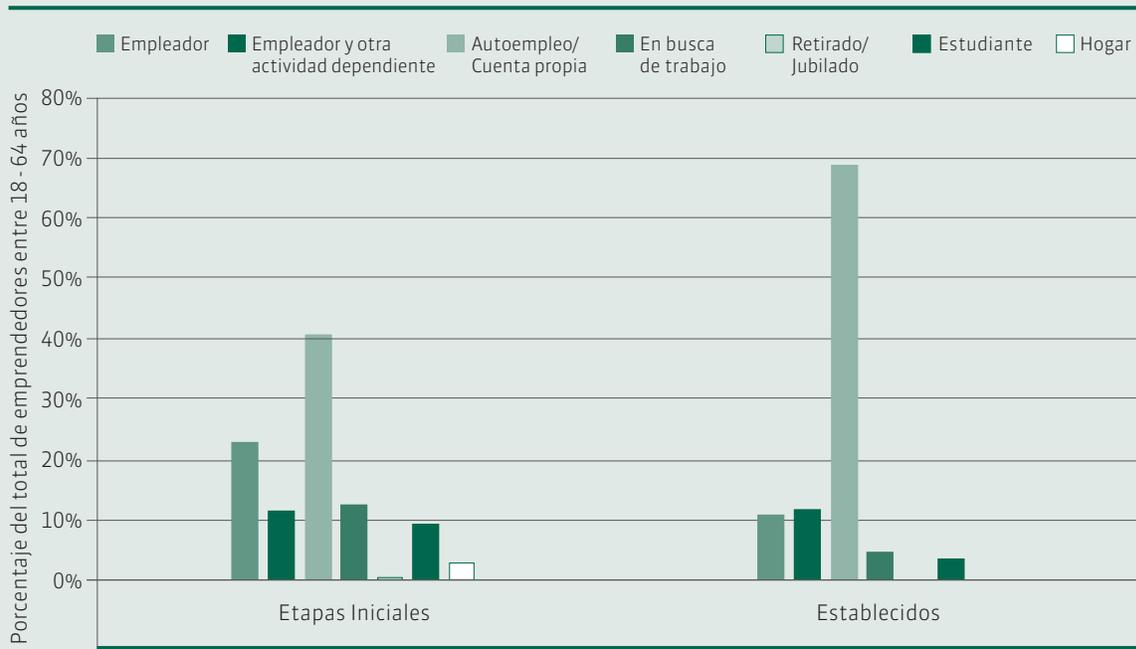
SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRENDEDORES

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 autoempleadas muchas veces puede incluir 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 2-14** muestra la distribución porcentual del tipo de empleo, tanto en emprendedores en etapas iniciales como establecidos.

Para el ciclo actual se destaca que el 40,6% de los emprendedores iniciales se declaró como autoempleado, tendencia que disminuyó diez puntos porcentuales respecto al ciclo anterior. De forma similar, los emprendedores establecidos siguen siendo en su mayoría autoempleados (69%), esto indica que éstos generalmente no tienen empleados contratados formalmente.

Figura 2-14: Actividad emprendedora según tipo de empleo



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

DISCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS

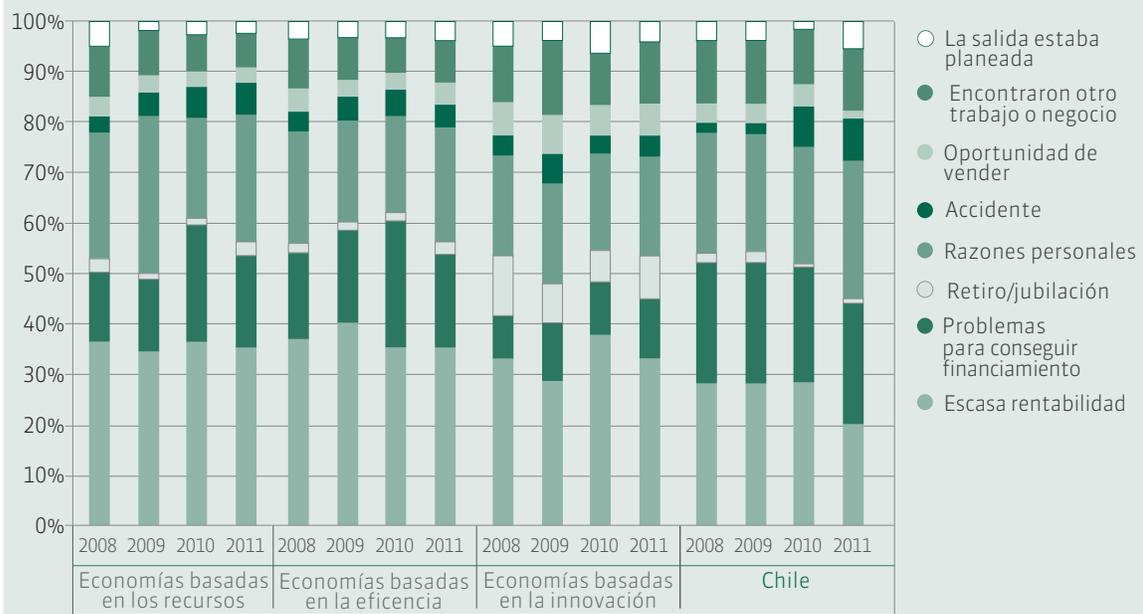
Analizar la dinámica de los emprendimientos que discontinúan permite conocer la razón que motivó el cierre. La culminación de una actividad emprendedora no debe percibirse como un fracaso, sino como parte del proceso, de hecho, estudios (Headd, 2003) han demostrado que un porcentaje no menor de los negocios que cierra, las razones que motivó esa decisión, no tenía relación con temas económicos. Incluso algunos de éstos al momento de cerrar, eran exitosos.

Es importante considerar que muchos de estos emprendedores que cerraron su negocio, pueden volver al proceso emprendedor con uno nuevo. Este aspecto forma parte del dinamismo de la actividad emprendedora en una economía. El “reciclamiento de emprendedores” (Mason y Harrison, 2006) se puede manifestar de dos maneras: (1) a través de la reincorporación con un nuevo negocio o (2) invirtiendo en negocios de terceros.

En la **Figura 2-15** están los resultados comparativos del periodo 2009-2011 para cada una de las 3 fases de desarrollo económico y se las compara con Chile. Se destaca en esta figura la disminución de la escasa rentabilidad -considerado un aspecto negativo- como motivo del cierre. Tanto las economías basadas en recursos, como eficiencia tienen un 35% de cierre motivado por esta razón. En las economías basadas en la innovación sólo disminuye un par de puntos porcentuales, quedando en 33%. Para Chile este motivo sólo explica el 20% del total de cierres de negocios.

Otro aspecto que se destaca, pero de forma negativa, es que en Chile uno de cada cuatro emprendimientos se cierra por problemas para conseguir financiamiento. Esto demuestra lo complejo que es para los emprendedores conseguir apoyo económico que les permita continuar su negocio. El apoyo financiero para el emprendimiento será analizado en el capítulo siguiente.

Figura 2-15: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento según tipo de economía



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS)

En conjunto, la escasa rentabilidad y los problemas de financiamiento explicarían entre un 40% a 60% de las discontinuaciones.

El 56,1% de los emprendimientos que cerraron en Chile durante el 2011 no tuvo una razón económica -siendo estos; problemas de rentabilidad o financiamiento-, sino por otro tipo de motivos. Dentro de ellos se destaca que el 27% indicó que fue una razón personal la que lo motivó a cerrar su negocio. Estas razones se relacionan con aspectos del contexto político, económico o social y/o a circunstancias especiales de la vida (maternidad, matrimonio, viudez, etc.). El hecho de que la principal razón de cierre en Chile no se deba a motivos económicos, confirma que la discontinuación de un negocio no está necesariamente ligada a un fracaso empresarial.

2.3 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

En esta última sección del capítulo se analizan 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 generación de empleo, expectativas de crecimiento, innovación y orientación hacia mercados internacionales. En resumen, estos indicadores tienen que ver con aspectos de competitividad y del deseo de hacer crecer el negocio, las que han sido asociadas positivamente con el desarrollo económico (Wong y otros, 2005; Wennekers y otros, 2010; Bosma, 2011). En esta sección algunos resultados combinan indicadores de los últimos tres años.

EXPECTATIVAS DE ALTO CRECIMIENTO

Las expectativas de crecimiento son un aspecto fundamental respecto al impacto de la actividad emprendedora, siendo la manifestación más clara relacionada con uno de los objetivos más importantes de la política pública: generación

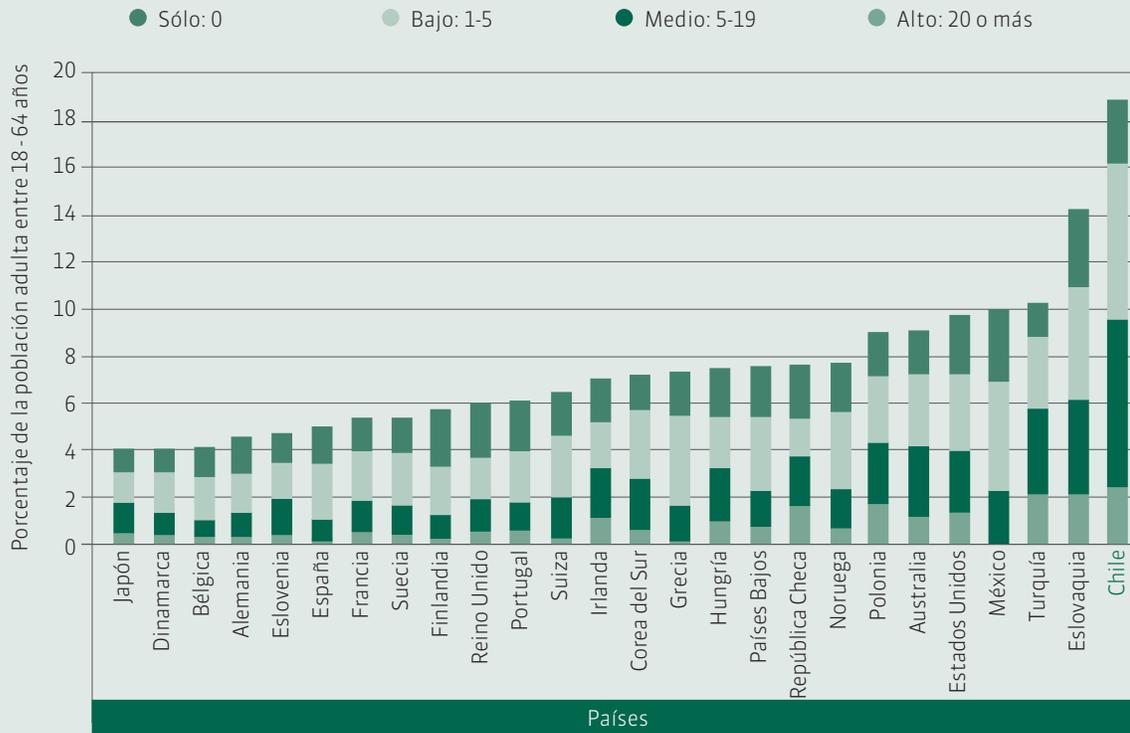
de puestos de trabajo. La metodología empleada por el GEM permite categorizar desde las primeras etapas a los emprendedores hasta las expectativas de alto crecimiento del mismo. Para esto, se pide a los encuestados que manifestaron ser emprendedores en etapas iniciales que indiquen cuántos trabajadores esperan contratar dentro de un plazo de 5 años (sin contar los dueños).

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

En la **Figura 2-16** se encuentran las expectativas de generación de empleo para los países de la OECD. Las cifras fueron agrupadas en cuatro categorías: (1) sin expectativas de generar empleo, (2) bajas expectativas de generar empleos, (3) expectativas medias de generar empleos y (4) altas expectativas de generar empleos. Esta distinción es relevante, ya que existen diferencias sustanciales entre las características de estos grupos y las razones subyacentes para la generación de puestos de trabajo.

El primer grupo está formado por los empresarios que trabajan por cuenta propia y no tienen intención de crear empleos. En este grupo se encuentran, por ejemplo, quienes fueron forzados a emprender por necesidad, así también como aquellos que están satisfechos con trabajar como un profesional independiente. En el grupo de bajas expectativas de generación de empleo se encuentran los emprendedores en etapas iniciales que son modestos creadores de empleo y, a menudo contratan a personas de su propia red personal (como miembros de la familia y amigos). En el tercer grupo están los emprendedores dispuestos a emplear varias personas, pero que no desean un mayor crecimiento. Finalmente, en el último grupo se encuentran los emprendedores ambiciosos y quienes sobrestiman el número de puestos

Figura 2-16: Expectativas de crecimiento en etapas iniciales: porcentajes del TEA 2009-2011



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

de trabajo que esperan generar. Los emprendedores de este grupo -algunas veces conocidos como “gacelas”- tienen un impacto sustancial en la creación de empleo (Autio, 2007; Acs, 2008), por lo que reciben mucha atención de los políticos.

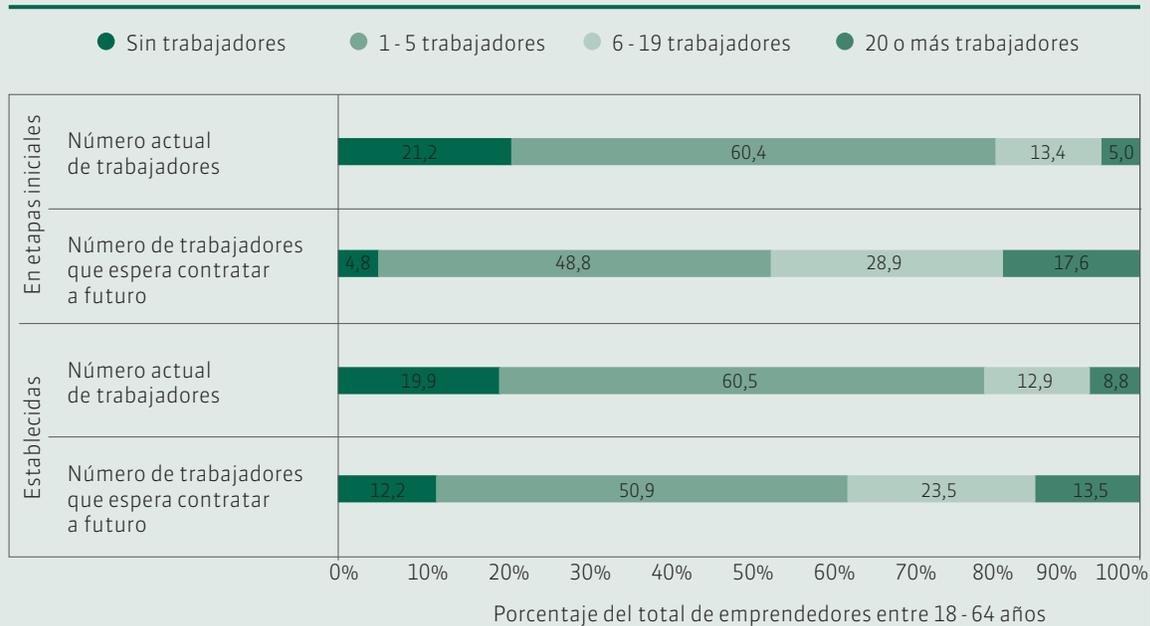
En relación a Chile se destaca dentro de este grupo por ser justamente el país donde existe el mayor porcentaje de emprendedores en etapas iniciales que han manifestado tener la intención de crear empleos combinando los datos en el periodo 2009-2011.

A nivel nacional, considerando sólo el 2011, al desglosar de forma separada (Figura 2-17), el número actual de trabajadores y potencial número de trabajadores que se pretende contratar, es posible observar que, independiente de la etapa del emprendimiento, el mayor porcentaje se encuen-

tra entre la contratación de 1 a 5 empleados. Lo anterior indicaría que las características previas ya mencionadas, y que son típicas de este grupo, estarían predominando en los emprendimientos chilenos. A pesar de lo anterior, destaca el aumento que hay, tanto en los emprendedores iniciales como establecidos, en relación a las expectativas de generación de empleo siendo incluso mayores a los observados el ciclo anterior.

El hecho que actualmente la mayoría de los emprendimientos tienen entre 1 a 5 trabajadores, seguido por quienes no tienen trabajadores, demuestra que en nuestro país los emprendimientos son preferentemente PYMES. Por otra parte, dado que un 17,6% de los emprendedores iniciales y el 13,5% de los establecidos aspiran a contratar más de 20 trabajadores en el futuro, concuerda con los datos mostrados anteriormente.

Figura 2-17: 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), 2011

COMPETITIVIDAD

Mientras que las expectativas de crecimiento laboral y realizaciones constituyen sin duda el impacto a medio plazo más visible de la actividad emprendedora, la orientación innovadora afecta a la renovación estructural en el largo plazo. La innovación y el emprendimiento están íntimamente relacionadas desde la perspectiva de Schumpeter (1912 [1934]). En su teoría argumentó que los emprendedores innovadores influyen sobre el equilibrio de mercado mediante la combinación de nuevos productos o servicios y nuevos mercados, los que generan una destrucción creativa de los antiguos dejándolos obsoletos, generando así mayor competitividad e impulsando el avance de la frontera de producción. De esta manera el emprendimiento puede producir un efecto de mayor productividad y crecimiento económico.

El GEM analiza diversos factores como indicadores de la innovación relativa y la competitividad de la actividad emprendedora. Esto lo hace pidiéndoles a los emprendedores en etapas iniciales y a los establecidos que indiquen qué tan nuevos son sus productos o servicios para sus clientes. Asimismo, 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.

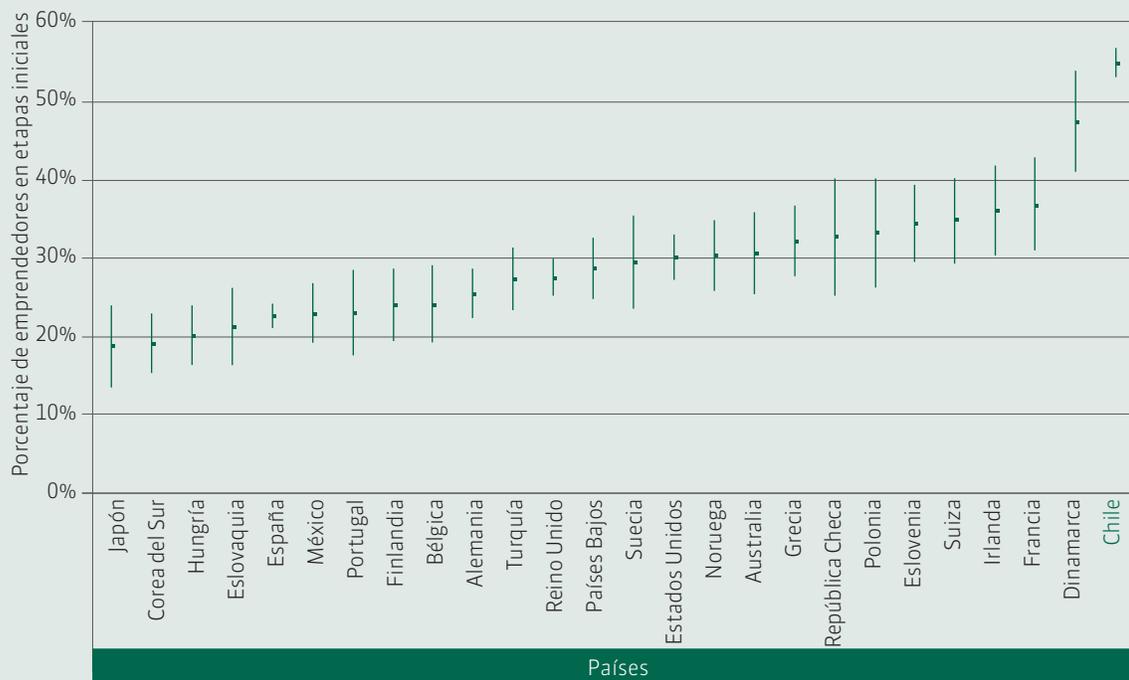
La Figura 2-18 evalúa a los países de la OECD participantes en este ciclo en función de los dos índices que combinan medidas de innovación (la novedad del producto y el grado de competencia). El indicador hace una diferenciación entre la novedad del producto y la novedad del mercado, es decir, no muchas otras empresas ofrecen el

mismo producto. En esencia, este índice mide el porcentaje de los empresarios que usan combinaciones de productos en el mercado. Al comparar los países, hay que tener en cuenta que lo que puede parecer nueva a los clientes en una economía, ya esté familiarizado con los clientes en otras, sin embargo, se debiese dar que un alto nivel de orientación innovadora en una economía impacte en el desarrollo económico. De esta manera, la orientación innovadora en el contexto GEM es una medida dependiente del contexto.

Cabe mencionar que estos indicadores funcionan si tanto la disponibilidad de nuevos productos y servicios como la fuerza de la competencia se distribuyen uniformemente, lo cual es una

gran presunción. Al comparar entre los países es posible 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 en casos como el 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 su alto porcentaje de emprendedores que consideran poseer algún nivel de innovación y poca competencia.

Figura 2-18: Porcentaje de actividad emprendedora en etapas iniciales y nuevos productos y mercados, 2009-2011



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Analizando en detalle el caso específico de Chile, se observa en la **Figura 2-19** la tendencia de prácticamente la mitad de los emprendedores iniciales, quienes consideran que sus productos son nuevos para todos sus clientes. Sólo el 9,82% de los emprendedores iniciales y el 16,99% de los establecidos manifestó que los productos o servicios no son nuevos para sus clientes. Estas cifras resultan ser muy positivas para el contexto emprendedor nacional y confirman los 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.

Respecto a la competencia, la **Figura 2-20** muestra que apenas un 10,7% de los empre-

dores en etapas iniciales y un 5,1% de emprendedores establecidos no perciben competencia directa, situando a la actividad emprendedora con poca capacidad relativa para detectar nuevos nichos de mercado. Dentro de estos dos grupos de emprendedores, los que están en etapas iniciales manifiestan tener menos competencia directa y, por lo tanto, una mejor posición competitiva en términos comparativos.

La **Figura 2-21** muestra los niveles de incorporación de tecnologías y nuevos procesos a los emprendimientos. Se destaca el alto porcentaje de emprendedores en etapas iniciales y establecidos (acentuándose en este último grupo) que declara no usar nuevas tecnologías ni procesos.

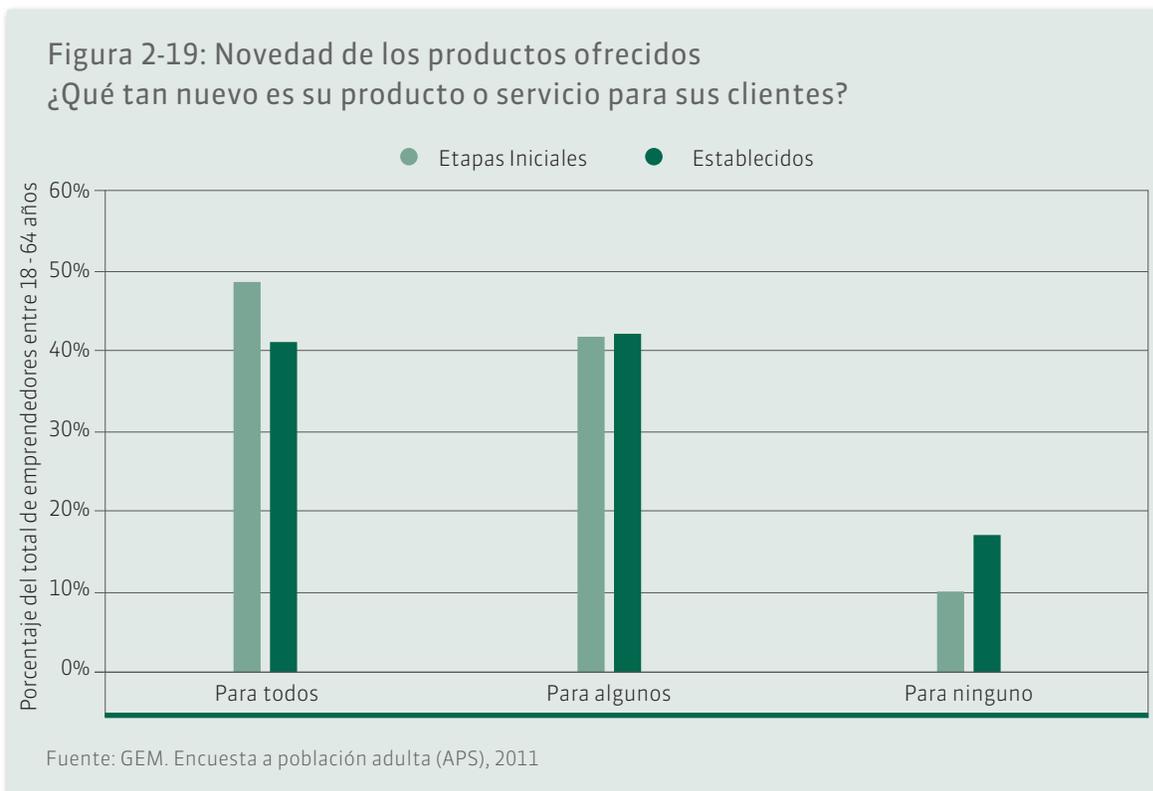
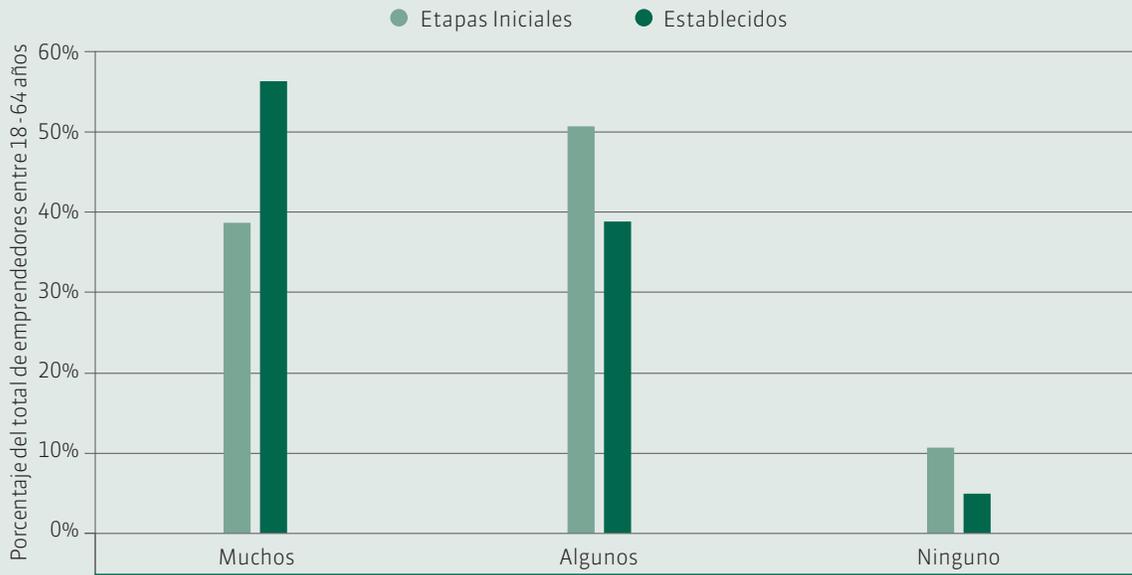


Figura 2-20: Intensidad de la competencia esperada
 ¿Cuántos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios?



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Figura 2-21: Uso de nuevas tecnologías o procesos
 ¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos que utiliza la empresa?



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Por otro lado, es posible acercarse al estudio de las aspiraciones emprendedoras a través del porcentaje de emprendedores que manifiesta expectativas de expansión de mercado. Como lo muestra la **Figura 2-22**, la mayor parte de los emprendedores declara tener una expansión 2, lo que quiere decir 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 no tienen expansión de mercado.

Otra forma de medir las aspiraciones empresariales se relaciona con la orientación de los em-

prendedores en etapas iniciales a mercados internacionales. La **Figura 2-23** muestra la orientación hacia mercados internacionales en los países de la OECD donde Chile se encuentra entre los países pertenecientes a esta organización con menos orientación hacia estos mercados.

Sin embargo, se destaca que Chile ha tenido un aumento superlativo en la cantidad de emprendedores con 1 a 25% de clientes en extranjero y adicionalmente se disminuyó los emprendedores que no tienen clientes en el extranjero. Esto es un aspecto positivo que también permite inferir que los emprendedores en el país están orientando sus actividades a mercados internacionales.

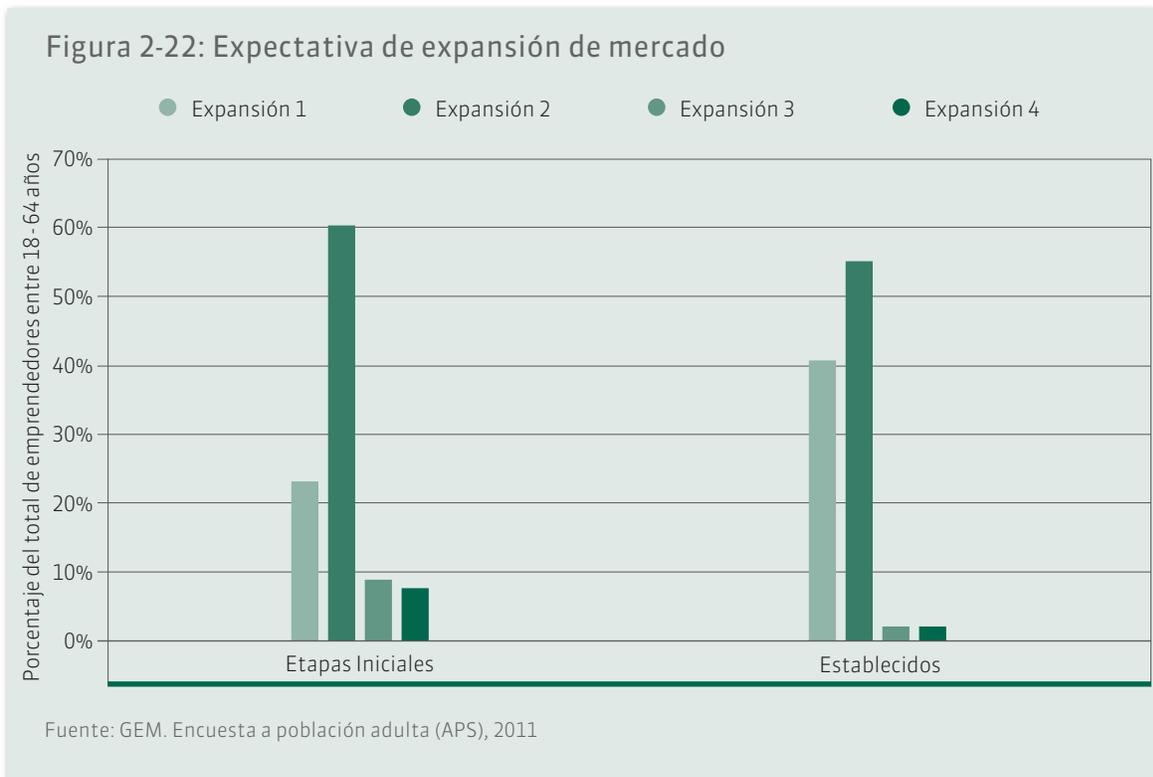
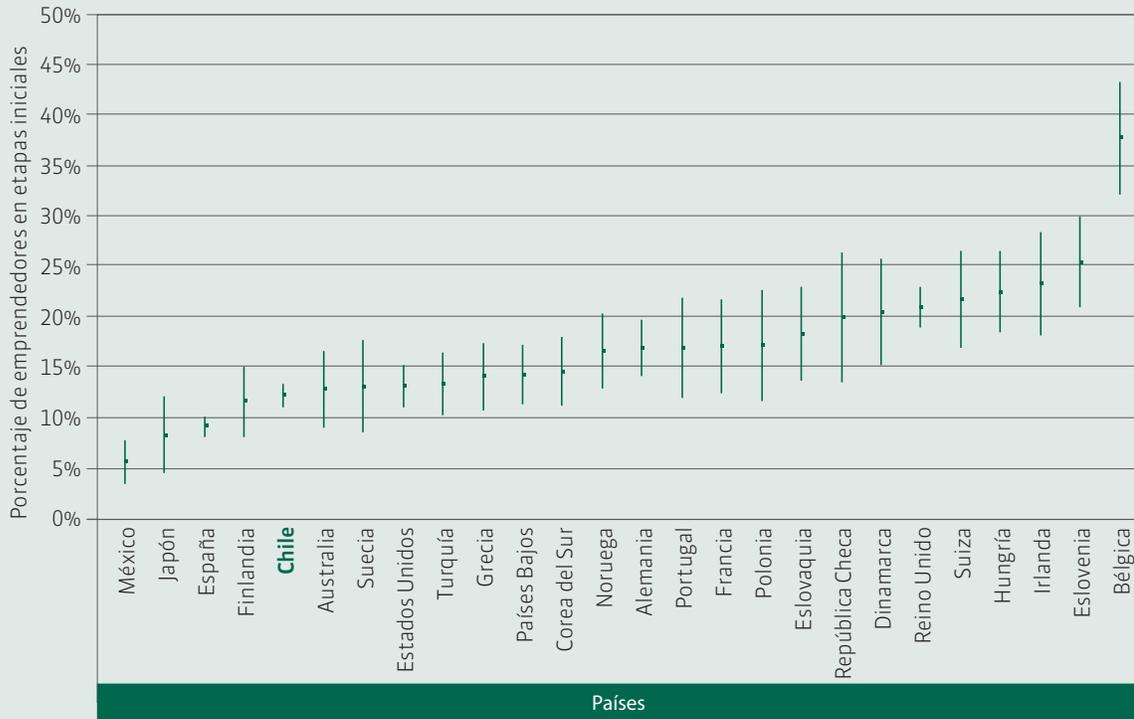


Figura 2-23: Porcentaje emprendedores en etapas iniciales según orientación a mercados internacionales, 2009-2011



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Figura 2-24: Actividad emprendedora y exportación



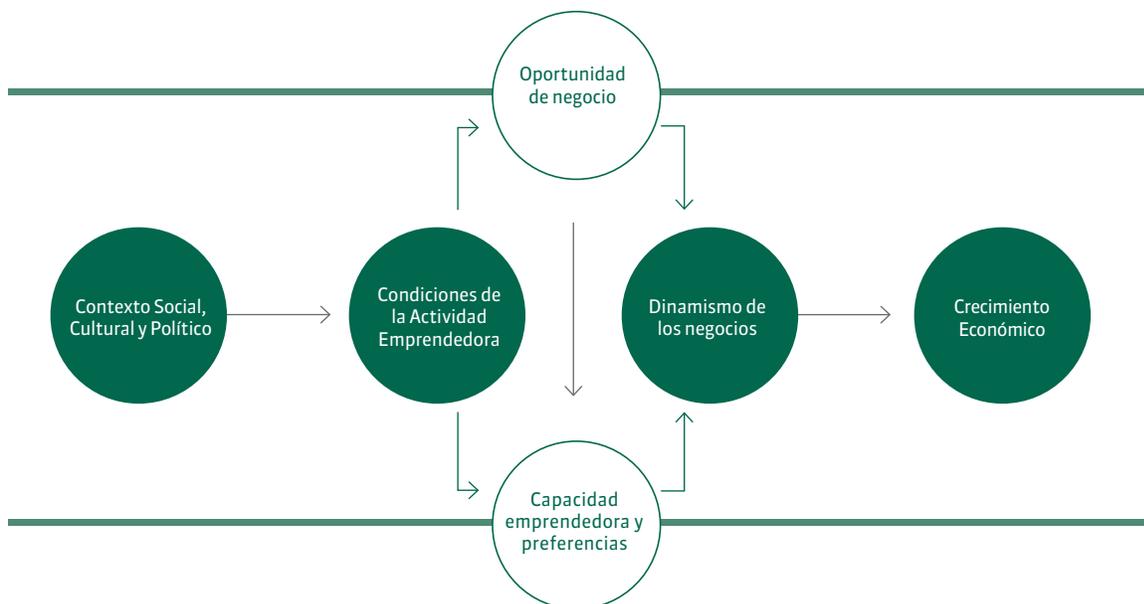
Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

3. Contexto económico, político y social para emprender

Desde sus inicios, el GEM ha propuesto que la actividad emprendedora está conformada por un set de factores que las llama Condiciones de la Actividad Emprendedora (EFCs por sus siglas en inglés) las que entregan las “reglas del juego” en que se desenvuelven las nuevas empresas. A partir de estas condiciones se desarrolla el entorno para

el emprendimiento en el que están los recursos, incentivos, apoyo institucional y características del mercado para el desarrollo y crecimiento de la actividad emprendedora (ver Figura 3-1). Es así que mientras mejor es el contexto en el que se desarrolla el emprendimiento en una sociedad, más emprendimiento productivo se genera (Baumol, 1990).

Figura 3-1: Modelo de cómo el proceso emprendedor afecta al crecimiento económico nacional



El estado de estas condiciones afecta la capacidad emprendedora de la población, las preferencias y la capacidad de reconocer oportunidades de negocios, las que a su vez determinan el dinamismo de los negocios. Dado lo anterior, las

Condiciones de la Actividad Emprendedora son un componente crítico para el desarrollo de la actividad emprendedora y crecimiento económico de los países.

3.1 METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA A EXPERTOS

La ausencia de índices nacionales sobre el entorno económico a nivel general que sean comparables internacionalmente conllevó a que dentro de la metodología del GEM se incorporara la Encuesta a Expertos (NES, por sus siglas en inglés). Esta encuesta fue diseñada para estudiar el contexto en que se desarrolla el emprendimiento y tener datos armonizados que permitan un análisis comparable entre diferentes zonas geográficas⁶. La encuesta extrae la visión de un grupo de expertos respecto a las diferentes dimensiones que componen el entorno de la actividad emprendedora.

Este entorno emprendedor se mide a través de la percepción de un grupo de personas, quienes son elegidos como expertos al ser individuos con una trayectoria destacada en relación al emprendimiento. Adicionalmente, cada uno de ellos debe tener una vasta experiencia en al menos una de las principales condiciones (ver **Tabla 3-1**) y como mínimo se debe tener cuatro expertos por cada una⁷. Cabe señalar que estos expertos pueden provenir del mundo académico, empresarial o políticas públicas. A modo de ejemplo un experto en temas de apoyo financiero para el emprendimiento puede provenir de algún banco, de empresas de capital de riesgo, un inversionista ángel, un destacado emprendedor con experiencia en este ámbito, etc. El proceso que se realiza es similar para el resto de las otras condiciones.

Tabla 3-1: Condiciones de la actividad emprendedora

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

⁶ Estos niveles territoriales pueden ser entre países, regiones, ciudades u otras.

⁷ La combinación de estos cuatro expertos por cada una de las nueve principales categorías da un total de 36 expertos, que es el número mínimo que se recomienda en la metodología del GEM para analizar el contexto emprendedor de un país.

La primera parte del cuestionario está diseñado para que sea respondido con una escala de Likert de 5 puntos, donde 5 significa que se está completamente de acuerdo con la afirmación y 1 significa que se está completamente en desacuerdo. En esta primera sección se encuentran preguntas sobre las 9 principales condiciones mencionadas en la **Tabla 3-1** además de otras siete categorías complementarias⁸.

En la segunda sección de la encuesta, los expertos indican cuáles son los principales impulsores y obstáculos de la actividad emprendedora. Adicionalmente aportan con recomendaciones para el fomento del emprendimiento.

Finalmente, en la tercera sección, se recopila información personal de los expertos.

3.2 ANÁLISIS GENERAL DE LAS CONDICIONES PARA EMPRENDER

Así como fue mencionado al comienzo de este capítulo, la encuesta a expertos permite tener información armonizada para ser comparable entre países. En la **Tabla 3-2** están los promedios de las principales condiciones para los países de la OECD participantes del GEM durante el 2011. Cabe mencionar que tres de las condiciones (educación para el emprendimiento, políticas públicas pro emprendimiento y mercado interno) se encuentran subdivididas en la tabla⁹.

Tabla 3-2: promedio de cada condición de la actividad emprendedora en los países OECD

	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Alemania	3,0	2,9	2,9	3,6	1,9	2,7	2,9	3,3	2,9	3,0	3,8	2,6
Australia	2,3	2,2	2,3	2,6	2,3	2,9	2,5	3,2	3,0	2,9	4,1	3,3
Chile	2,4	3,1	2,8	2,8	1,8	2,7	2,3	2,9	2,4	2,5	4,1	2,9
Corea del Sur	2,3	2,9	2,7	2,7	2,1	2,4	2,4	2,2	3,9	2,2	4,0	3,0
Eslovaquia	2,1	2,2	2,4	2,0	2,0	2,6	1,9	3,3	2,7	2,6	4,0	2,3
Eslovenia	2,4	2,4	2,1	2,7	1,8	2,6	2,5	2,9	3,0	2,5	4,0	2,2
España	2,1	2,1	2,2	2,7	1,6	2,3	2,1	2,6	2,7	2,2	3,5	2,2
Finlandia	2,6	3,2	2,9	2,7	2,3	2,8	2,6	3,3	2,9	2,6	4,0	2,7
Francia	2,5	3,1	2,9	3,2	1,6	3,0	2,4	3,0	3,2	2,1	4,2	2,4
Grecia	1,9	1,9	1,8	2,0	1,9	2,6	2,1	2,9	3,1	2,2	3,5	2,4
Hungría	2,3	1,9	1,8	2,1	1,4	2,7	2,0	3,0	3,0	2,2	3,8	2,1
Irlanda	2,4	2,7	2,6	3,2	2,0	2,9	2,8	3,3	3,1	2,9	3,5	3,2
México	2,3	2,7	2,4	2,9	1,9	3,1	2,3	2,5	2,7	2,2	3,5	3,0
Noruega	2,8	2,3	2,8	2,9	2,5	2,6	2,7	3,4	2,8	2,3	4,3	2,6
Países Bajos	2,9	2,5	2,6	3,1	2,9	3,2	2,9	3,6	2,6	3,3	4,6	3,0
Polonia	2,5	2,9	1,9	2,6	2,0	2,5	2,2	2,9	4,2	2,9	3,4	2,8
Portugal	2,9	2,5	2,1	2,9	1,9	2,9	2,6	3,1	2,9	2,4	4,1	1,9
Reino Unido	2,3	2,6	3,0	2,3	2,2	2,6	2,2	3,3	3,0	3,0	3,9	3,1
República Checa	2,1	1,8	2,1	2,2	1,7	2,6	2,2	3,0	3,0	2,8	3,9	2,2
Suecia	2,7	2,6	2,6	2,8	2,3	2,8	2,6	3,1	3,2	2,5	4,4	2,9
Suiza	3,5	3,4	3,5	3,4	2,6	3,5	3,5	3,9	2,5	3,1	4,6	3,3
Turquía	2,4	2,7	2,3	2,3	2,2	2,6	2,3	3,0	3,6	2,3	3,5	2,7
Promedio	2,5	2,6	2,5	2,7	2,0	2,8	2,5	3,1	3,0	2,6	3,9	2,7

Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

⁸ Para mayor detalle ver Poblete y Amorós (2010)

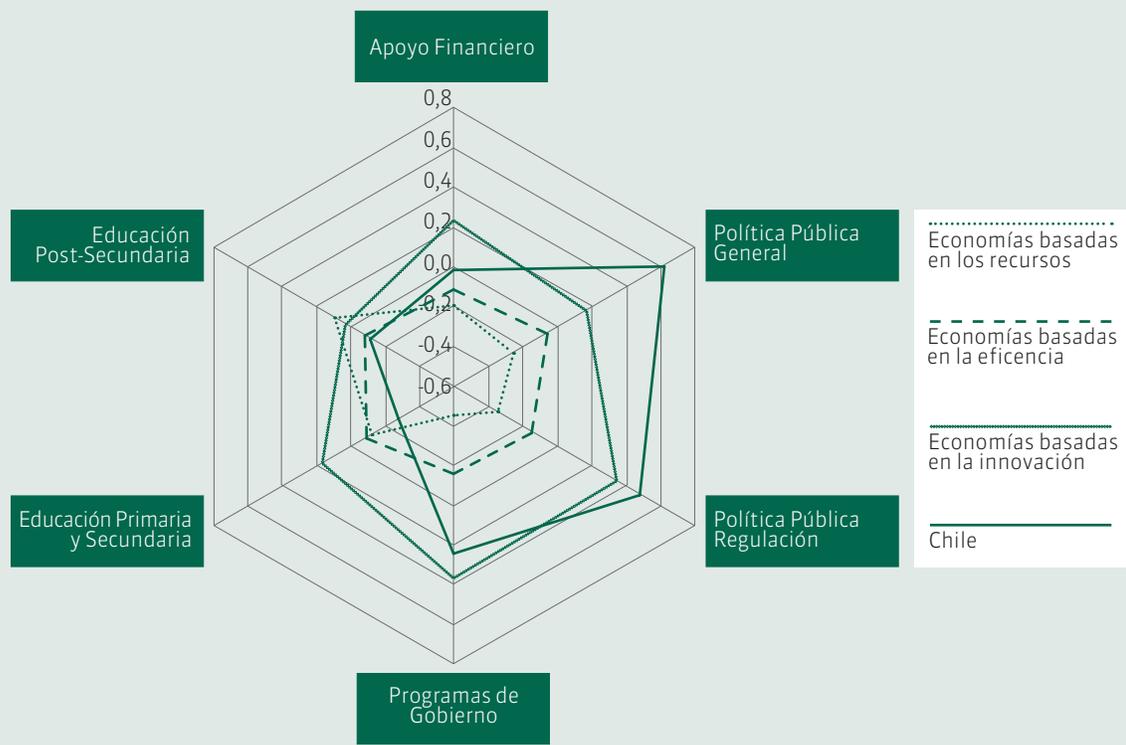
⁹ La justificación de la división en estas categorías se encuentra en Bosma y otros (2012).

Chile destaca, en términos comparativos, por el desarrollo a nivel general de políticas públicas pro emprendimiento siendo el tercer país con mejor evaluación detrás de Suiza y Finlandia. Sin embargo, se observan deficiencias en el mercado interno, principalmente por el bajo dinamismo que se percibe. En esta categoría, Chile posee la peor evaluación entre estos países estando seis puntos por debajo del promedio OECD. En el resto de las categorías no se observan mayores diferencias entre el promedio chileno y el promedio OECD.

Por otra parte, a través del análisis de componentes principales, las siguientes dos figuras (Figura 3-2 y Figura 3-3) presentan la información agrupada por tipos de economía (basadas en los recursos, eficiencia e innovación) y se comparan con los niveles observados en Chile.

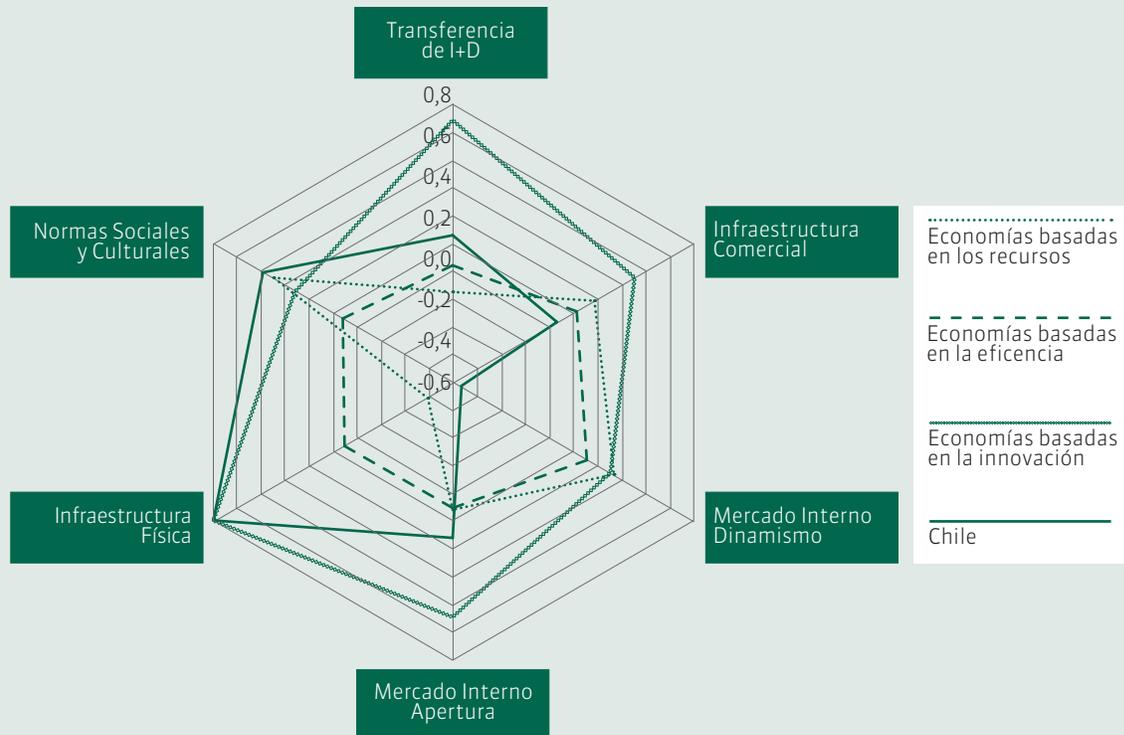
En la Figura 3-2 se encuentran las políticas de gobierno, la educación para el emprendimiento, los programas de gobierno y el apoyo financiero para el desarrollo de la actividad emprendedora. Así como es posible inducirlo del modelo en que se basa el análisis del entorno para el emprendimiento (Figura 3-1), las economías más desarrolladas (economías basadas en la innovación) presentan mejores niveles que las basadas en eficiencia y recursos. Chile, que se encuentra en un proceso de transición de economía basada en eficiencia a una economía basada en innovación, posee una política gubernamental pro emprendimiento mejor evaluada que el resto de las economías. Así también es posible mencionar que se destaca por poseer mejor evaluación que el resto de las economías en su categoría en el apoyo financiero y programas de gobierno. Sin embargo, cuando se analiza la educación para el emprendimiento, Chile posee niveles deficientes.

Figura 3-2: Indicadores del contexto para el emprendimiento según fase de desarrollo económico y Chile (1/2)



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

Figura 3-3: Indicadores del contexto para el emprendimiento según fase de desarrollo económico y Chile (2/2)



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

De la Figura 3-3 es posible mencionar que Chile se encuentra en los niveles más altos, comparativamente hablando, en las normas sociales y culturales y en el acceso a la infraestructura física. En la apertura del mercado interno y la transferencia de I+D, si bien se está por sobre el resto de los países basados en la eficiencia, Chile está muy por debajo de las economías basadas en la innovación. Finalmente destaca negativamente la evaluación que presenta el dinamismo de los mercados chilenos, lo cual indica que prácticamente no hay cambios de un año a otro en nuestro país. Respecto a los tipos de economías, nuevamente se observa que las economías basadas en la innovación son las que tienen mejores evaluaciones en cada categoría, lo cual es consistente con el modelo del GEM (ver Figura 3-1).

3.3 CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN CHILE

Si bien los resultados se presentan a nivel internacional de 1 a 5, para poder identificar de mejor manera las diferencias de un año respecto a otro y hacer más simple el análisis sobre la contribución que presenta cada EFC al desarrollo de la actividad emprendedora en Chile, se realiza una conversión de la escala de Likert a un índice que fluctúa entre -2 a +2. La Tabla 3-3 especifica cómo se convierten los valores de una escala a la otra.

Cabe mencionar que en la escala modificada los valores que indican no tener preferencia positiva o negativa pasan a tener valor cero, lo que sig-

Tabla 3-3: Conversión de escala de Likert de 5 puntos a índice de -2 a +2

● ESCALA DE LIKERT	● CONVERSIÓN	● APOORTE AL EMPRENDIMIENTO
1	-2	Muy bajo
2	-1	Bajo
3	0	Medio
4	+1	Alto
5	+2	Muy alto

Figura 3-4: Evolución del contexto emprendedor de Chile, 2009-2011



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

nifica que quedan excluidas del análisis. Esta manera de presentar los datos hace que la varianza de éstos aumente y los cambios anuales se enfatizen.

La Figura 3-4 compara con la nueva escala el desarrollo que ha tenido el entorno para el emprendimiento durante los últimos tres años. Pese a que en seis de las nueve condiciones, se observan valores menos negativos que los del 2010, la disminución que se observa en el apoyo financiero para el desarrollo de nuevos negocios resalta por sobre el resto. Por otra parte, el aumento en el desempeño que se ha alcanzado durante este último periodo en la mayoría de las categorías, sólo permiten retornar las evaluaciones observadas del 2009.

El contexto para el emprendimiento en Chile es deficiente y transmite mayores dificultades que contribuciones para los emprendedores en el desarrollo de su actividad. Ocho de las nueve principales condiciones de la actividad emprendedora presentan evaluación negativa y sólo el acceso a la infraestructura física apoyaría eficientemente el crecimiento del nivel de emprendimiento en el país.

A continuación se presentan en detalle los resultados de la encuesta a expertos en cada una de las categorías durante este periodo.

TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

EVALUACIÓN: -0,95

Así como lo muestra la **Figura 3-5**, la percepción de los expertos sobre la transferencia de I+D es negativa; las universidades y centros de investigación no demuestran eficacia en la entrega de sus conocimientos científicos y nuevas tecnologías. Los expertos perciben asimetría en el acceso de esta información -donde las grandes empresas se encuentran en una mejor condición que las empresas nuevas- y consideran que la adquisición de nuevas tecnologías son difícilmente financiables por una empresa de reciente creación.

Adicionalmente, los expertos intuyen que no existiría un apoyo eficaz para que la base científica y tecnológica permita a las empresas competir a nivel mundial. Por otra parte, tampoco habría un apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan llegar a comercializar sus ideas.

La única mejora importante que se observa, respecto el periodo anterior, tiene relación con los subsidios gubernamentales, donde pese a seguir con valores negativos, el año 2010 sólo el 19% de los expertos los consideraba adecuados. Para este período un 25% del total de ellos posee una opinión positiva al respecto.

Se estima que en torno al 2,3% del PIB de los países de la OECD se destina a inversión de I+D, en cambio en nuestro país ese valor no alcanza al 0,6% del PIB. Este hecho transforma a Chile como el país que menos invierte en I+D de todos los países pertenecientes a esta organización.

Estos resultados permiten la especulación de que en Chile el desarrollo de la investigación y

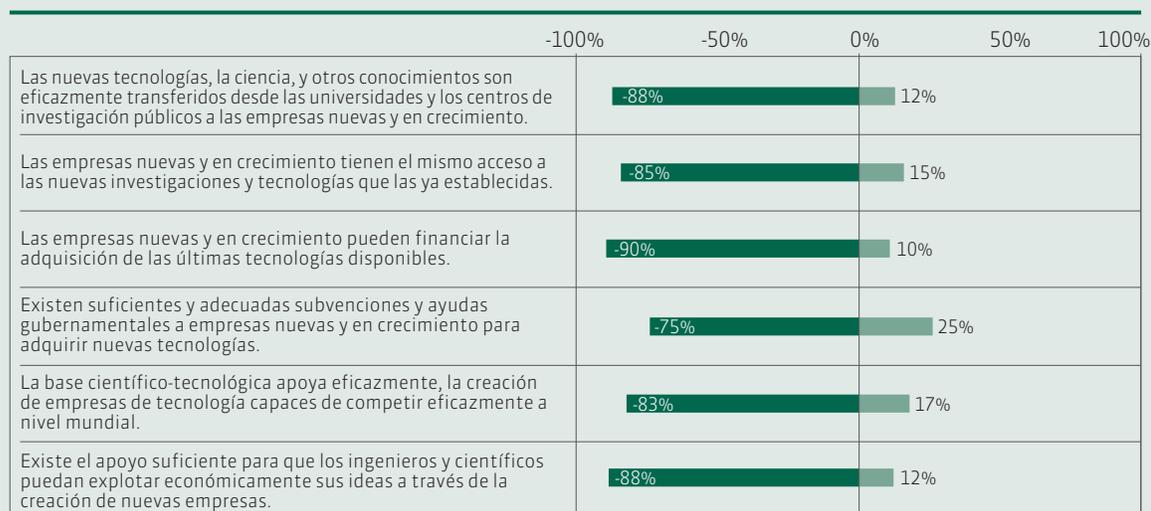
desarrollo no es una de las prioridades para la política pública, sin embargo, esto no quiere decir en lo absoluto que se considera un tema sin importancia. De hecho, a comienzo del 2011, específicamente en Febrero, se anunció un proyecto de ley que permitiera a través de incentivos por beneficios tributarios para el año 2014 duplicar el nivel actual de inversión de I+D. Este proyecto fue enviado al congreso el 1° de Marzo del mismo año.

Del total de inversión de I+D que se realiza en nuestro país, sólo el 44% es privado y se pretende, a través de este incentivo tributario, aumentar a valores cercanos al 65%, que es aproximadamente el promedio de los países OECD. El impacto de esta política pública debiese manifestarse a través de una mejora en los niveles de I+D percibida por los expertos en los futuros reportes GEM.

Si bien es cierto que los aumentos de productividad y competitividad se asocian al desarrollo de la innovación, también es cierto que es posible conseguir aumentos de éstos a través de otras fuentes alternativas. La transferencia de I+D ha permanecido como la variable peor evaluada de las 9 EFCs durante los últimos periodos y difícilmente se logren diferencias radicales en un mediano plazo sin un cambio drástico de la dinámica actual que evalúe los objetivos estratégicos del país.

En este sentido, una reorientación estratégica, no dirigida a la investigación y desarrollo de nuevo conocimiento, sino a la adaptabilidad de tecnología ya desarrollada por otros, podría ser una solución alternativa que permita a las empresas nuevas y en crecimiento lograr la incorporación de nuevas tecnologías de forma más eficiente.

Figura 3-5: Evaluación de la transferencia de I+D



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

APOYO FINANCIERO

EVALUACIÓN: -0,82

Un importante empeoramiento en términos comparativos se observa en la percepción del apoyo financiero respecto al resto de las EFCs, donde pasó a ser la segunda variable peor evaluada por los expertos durante el 2011. En periodos anteriores la evaluación de esta categoría rondaba el -0,6, sin embargo, este año promedia -0,82, lo cual es una percepción bastante crítica respecto al aporte que se realiza desde esta dimensión al fomento del emprendimiento. En términos temporales, la evaluación obtenida este año nos regresa a los niveles registrados en el año 2008.

El principal aspecto que explica este negativo escenario estaría dado por la percepción sobre las fuentes de aportes de capital para financiar nuevas empresas y en crecimiento. Respecto a esta primera pregunta, durante los últimos años, existía una opinión dividida entre los expertos, donde la diferencia entre quienes la considera-

ban suficiente y los que no, era mínima. Para este año, por el contrario, existe bastante acuerdo entre los expertos respecto al escaso aporte de capital propio que poseen los emprendedores para sus negocios.

En relación al aporte de fuentes externas de financiamiento, existe prácticamente una misma percepción respecto al periodo anterior. Durante el año 2010, el 29% de los expertos lo consideraba suficiente y para este 2011 el valor mejoró sólo un par de puntos porcentuales. A nivel general, la percepción de los expertos permite inferir que éstos no observan avances significativos en esta materia.

La única variable que no posee una evaluación drásticamente negativa tiene relación a los subsidios que existen por parte del gobierno. Pese a ser, dentro de esta categoría de apoyo financiero, la única que no sigue el mismo patrón negativo que las otras; sí es importante remarcar que la percepción de los expertos viene deteriorándose sostenidamente desde el 2009.

Indudablemente existe una percepción de escasez sobre los recursos económicos disponibles para financiar un nuevo negocio. Por otra parte, cada año la política pública crea nuevas fuentes de financiamiento, e incrementa los fondos de las existentes, sin embargo, los resultados que se observan cada periodo no demuestran mejoras significativas en este aspecto. Sin dudas, una proporción de este fenómeno puede deberse a un aumento en la demanda por financiamiento, sin embargo, estos resultados alimentan un hecho que se viene repitiendo cada periodo y podría parcialmente explicar qué está ocurriendo. Existe una gran ignorancia en la población sobre las diferentes fuentes de financiamiento y cuáles son las opciones que más se ajustan a las necesidades de cada emprendedor.

A partir de lo anterior, la difusión de los diferentes instrumentos existentes puede ser una estrategia más eficaz que el aumento de fondos públicos destinados a financiar nuevos negocios.

Cabe señalar que para lograr un mejor desarrollo de la actividad emprendedora, estas herramientas se deben considerar como complementarias y no sustitutas.

Uno de los aspectos más críticos que afectan al desarrollo del emprendimiento es la decisión del emprendedor en relación a cómo va a financiar su nuevo negocio. Sobre las diferentes fuentes de financiamiento existen los créditos, factoring, garantías, leasing, subsidios, entre otros. Los servicios pueden provenir de instituciones privadas o públicas y es necesario que un emprendedor sea consciente de las diferentes opciones para poder elegir racionalmente cuál es la que más conviene dada su realidad particular.

El retroceso en la percepción del apoyo financiero durante este periodo se debe principalmente a la disminución de capital propio de los emprendedores, por lo tanto, es recomendable poner un especial énfasis en la divulgación de las fuentes externas disponibles para poder crear nuevos negocios.

Figura 3-6: Apoyo financiero para el emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

EVALUACIÓN: -0,81

El día martes 6 de diciembre de 2011 en nuestro país se celebró el “Día de la Educación para el Emprendimiento”. Esta actividad -que fue organizada por el Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, CORFO y Movistar- pretendía estimular una cultura para el emprendimiento desde las primeras etapas educacionales. Adicionalmente, se generó una instancia para crear redes y compartir experiencias a través de ferias, talleres y charlas. Esta iniciativa, junto a una serie de otras desarrolladas por instituciones públicas y privadas, son el reflejo de los esfuerzos conjuntos que se han realizado para fomentar en la población el espíritu emprendedor.

Pese a lo anterior, de forma prácticamente unánime los expertos consultados consideran que en los colegios, tanto en la etapa primaria como en la secundaria, no se fomenta el desarrollo de habilidades ni conocimientos para emprender. En las etapas superiores, educación universitaria y técnica profesional, si bien mejora considerablemente la percepción de los expertos, éstos aún la consideran insuficiente.

El escenario actual de esta dimensión es muy similar a la observada en periodos anteriores. El escaso avance que se observa en esta dimensión -pese a los esfuerzos realizados tanto a nivel público como privado- demuestra que un cambio en la educación necesita de un periodo extenso de tiempo para poder manifestarse. La educación para el emprendimiento cada vez es más frecuente y con el paso del tiempo debiese estar impregnándose cada vez más en la población.

La educación para el emprendimiento debe incorporar conocimientos, habilidades y motivaciones. La enseñanza de aspectos básicos de mercado (temas legales, económicos a nivel macro y micro, procedimientos bancarios, marketing, estrategia financiera, entre otros) son en la actualidad patrimonio de las facultades de negocios y su alcance es limitado cuando se busca que la población total posea estos conocimientos. En los colegios, la incorporación de actividades que desarrollen ciertas habilidades emprendedoras aún está restringida -dándole prioridad al desarrollo de otras habilidades- y es insuficiente las actividades actuales en los programas curriculares.

Figura 3-7: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

ACCESO AL MERCADO INTERNO

EVALUACIÓN: -0,76

El GEM entiende por apertura del mercado interno a las barreras que deben superar las nuevas empresas para poder introducir su producto al mercado. Estas barreras pueden provenir desde las empresas ya existentes, quienes generan barreras de entradas para dificultar la entrada de nuevos actores a sus mercados o por las propias condiciones del mercado, las que pueden presentar bajo dinamismo.

Un mayor grado de competencia está aliado con una mayor actividad emprendedora. En la medida que los marcos regulatorios en que se manejan los mercados son más flexibles, mayores oportunidades habrá para el desarrollo de nuevas empresas con rápido potencial de crecimiento que puedan competir contra las ya establecidas.

En general la valoración de los expertos encuestados es negativa, ya que para ellos no es del todo cierto que las autoridades hagan cumplir la legislación antimonopolio de manera efectiva, lo que genera un incentivo perverso, ya que fomenta la generación de mercados concentrados en pocas empresas. Por otra parte, los expertos consideran que las empresas nuevas pueden ser bloqueadas de forma desleal por parte de empresas establecidas para acceder a los mercados, lo cual es otra característica que dificulta el desarrollo de mercados competitivos y estaría fuertemente inserta en la econo-

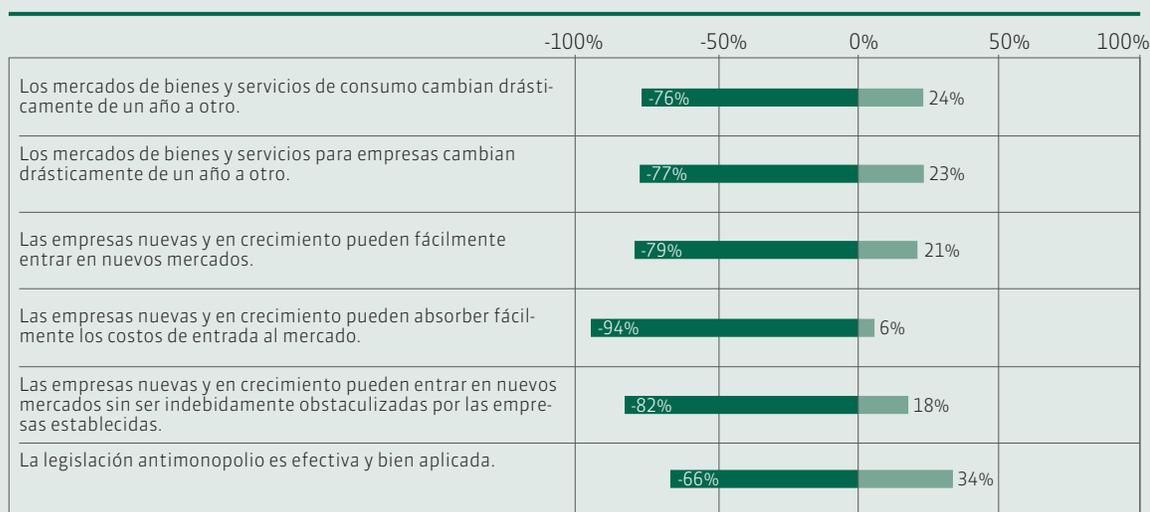
mía chilena. Sin embargo, la principal barrera estaría en los altos costos de entrada al mercado que enfrentan los emprendedores para iniciar su negocio.

Es necesario destacar los bajos niveles de dinamismo que se observan en los mercados locales, tanto para los negocios B2B como para los B2C. Los valores que se observan en Chile al compararlos internacionalmente reflejan que nuestro país es extremadamente poco dinámico, lo cual es una característica negativa, debido a que frena el desarrollo de la actividad emprendedora.

El hecho de que, en términos generales, no se observen diferencias considerables respecto a los años anteriores, la percepción de los expertos revela sostenidamente que los mercados en Chile se destacan por su bajo dinamismo y porque las barreras de entrada siguen siendo muy altas.

La apertura del mercado interno es un indicador del potencial que existe para la actividad emprendedora, ya que permite crear nuevos negocios y generar procesos de creación de valor en el mercado para innovar. Cuando existen restricciones que dificultan la operación, la actividad emprendedora tiende a ser menor. Es así que una baja apertura al mercado interno deriva en un freno para la creación de empresas de rápido crecimiento. Actualmente en Chile, los expertos critican ambos aspectos del mercado interno, tanto las barreras existentes en los mercados, así como su dinámica.

Figura 3-8: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

EVALUACIÓN: -0,45

El rol que juega la infraestructura comercial y profesional es esencial para que los emprendedores puedan desarrollar eficientemente su negocio, aprovechando las oportunidades de negocio que se van presentando. Poder contar con buenos proveedores, consultores y subcontratistas es vital sobre todo en las primeras etapas del negocio, cuando están creciendo. Dentro de este aspecto (ver Figura 3-9), existe un 54% de los expertos que evalúa de forma positiva la oferta de proveedores, consultores y subcontratistas, el restante 46% consideró que existe una cantidad insuficiente de éstos.

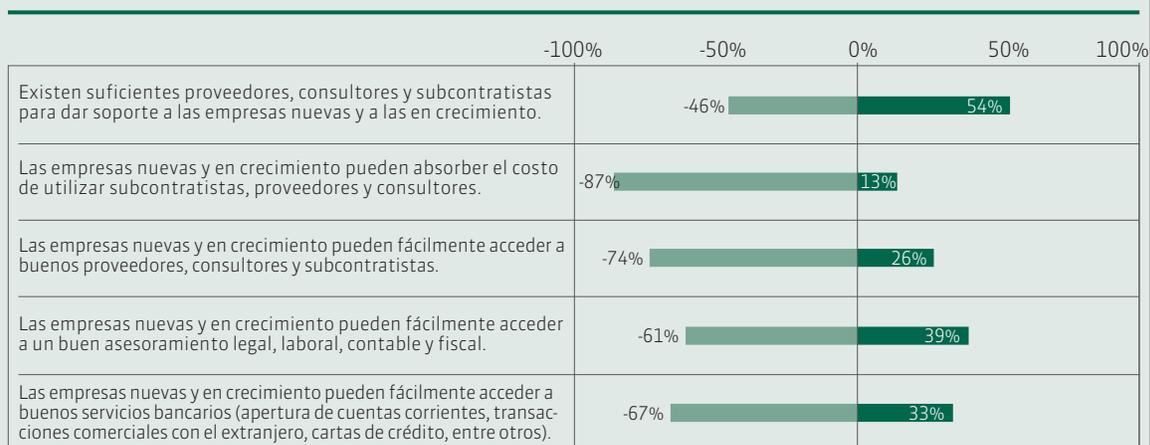
Pese a lo anterior, la gran mayoría de los expertos consultados considera que los servicios son costosos. Esto indicaría que los nuevos negocios que se generan no cuentan con los medios económicos para poder financiar este tipo

de servicios. La escasez de recursos económicos que se observa -tanto para contratar asesorías y para el propio negocio (Figura 3-6)- deriva en que la mayoría de los emprendimientos que se generan en Chile sean en general sencillos y tecnológicamente no sofisticados.

Los expertos perciben que no sólo las empresas nuevas y en crecimiento no cuentan con la capacidad de pago para asumir el costo de los proveedores, subcontratistas y consultores, sino que además carecen de un fácil acceso a los mismos. El 74% de los expertos considera que es más bien complejo para las nuevas empresas acceder a buenos proveedores, consultores y subcontratistas. Sólo un 26% de ellos indicó que es fácil tener acceso a buenos servicios.

En cuanto a las asesorías legales, laborales, contables y tributarias, el 39% de los expertos percibe que las nuevas empresas pueden acceder fácilmente a buenos servicios, mientras que el 61% restante difiere con esa percepción. El acceso limitado a este tipo de asesorías podría

Figura 3-9: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

suplirse con educación para emprendimiento. Sin embargo, dado que ambos presentan niveles deficientes, no sólo afecta negativamente el desarrollo de la actividad emprendedora, sino que también repercute en toda la economía de nuestro país.

Aproximadamente 2 de cada 3 expertos rechaza la afirmación de que en Chile las empresas nuevas y en crecimiento pueden fácilmente acceder a servicios bancarios tales como apertura de cuentas corrientes, realizar transacciones comerciales con el extranjero, disponer de cartas de crédito, entre otras.

Dada la ausencia de buenos servicios profesionales y bancarios, los nuevos negocios que se crean tienden a prescindir de ellos, lo cual conlleva a emprendimientos con pocos recursos, donde en su mayoría concluyen siendo de bajo valor agregado, potencial de crecimiento limitado y expectativas de generación de empleo reducidas. Es importante considerar que esto, junto con los bajos niveles de asesorías, podría generar que algunos de las nuevas empresas, con el fin de reducir los costos que lle-

va cumplir las regulaciones vigentes, operen en la informalidad.

NORMAS SOCIALES Y CULTURALES

EVALUACIÓN: -0,31

Los expertos, con respecto al periodo anterior han mejorado su percepción del contexto socio-cultural para el emprendimiento que se desarrolla en nuestro país. No obstante, se mantiene en rangos insuficientes. Estas normas alientan o desincentivan a los potenciales emprendedores al momento de tomar la decisión de iniciar su negocio. Dentro de este tópico se encuentran aspectos como la valoración social del éxito individual, apoyo a la autosuficiencia, impulsar la toma de riesgos, estimulación de la creatividad y énfasis de la responsabilidad individual.

En relación al apoyo cultural que se brinda a quienes son exitosos, producto del trabajo y esfuerzo personal, los expertos perciben que la sociedad tiende a darles un gran soporte. Sin embargo, aún cuando son mayoría quienes la

consideran positiva, un 46% de ellos manifestó no estar de acuerdo con esa afirmación. Respecto al ciclo anterior, la percepción de los expertos sobre este indicador mejoró 4 puntos porcentuales.

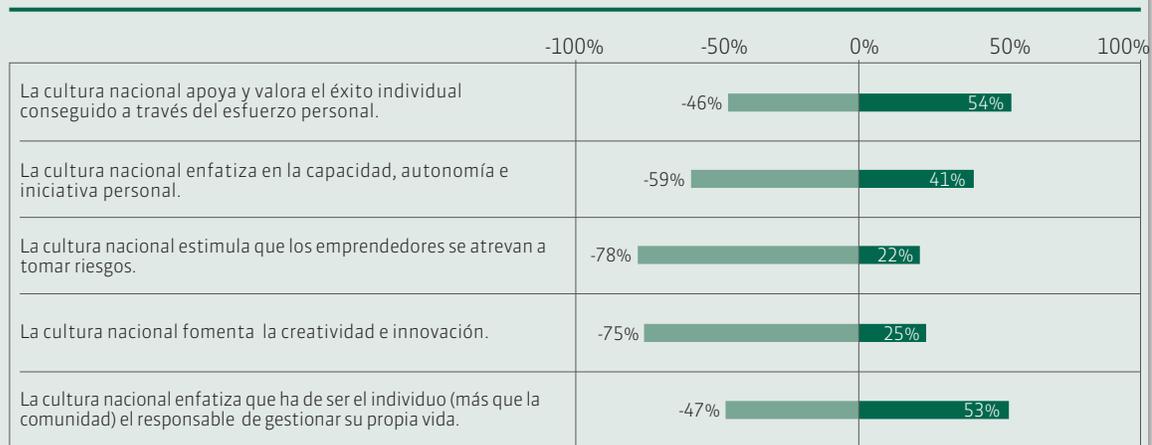
Por otra parte, en cuanto al énfasis de la capacidad, autonomía e iniciativa personal, el 59% de los expertos indica que la cultura nacional no la promueve. Así tampoco se observa que se estimule a los emprendedores para que éstos asuman riesgos. En ambos aspectos prácticamente no se observan diferencias en relación al periodo anterior y, por lo tanto, se mantiene la visión de los expertos respecto a que en Chile existe una cultura que no es vanguardista –ya que no se fomenta el desarrollo de la creatividad e innovación–, sino más bien conservadora, donde el fracaso empresarial es socialmente muy castigado.

La principal diferencia tiene relación al cambio de paradigma sobre a quién se le endosa la responsabilidad del manejo de su propia vida. En esta pregunta se observa un aumento de 6

puntos porcentuales, invirtiéndose los valores positivos con los negativos en relación al año anterior. El 47% de los expertos consideraba durante el 2010 que la sociedad enfatizaba que la responsabilidad recaía en la propia persona -por lo tanto el 53% restante consideraba lo opuesto-, y para este año, el 47% señala que no se enfatiza la responsabilidad individual sobre el manejo de la propia vida de las personas y el 53% manifestó que sí lo hace.

Pese a que esta dimensión social y cultural mejoró respecto al periodo anterior, retrocedió 2 puestos si se compara su evaluación con el resto de las EFCs, lo cual indica que en su conjunto el contexto para el emprendimiento ha estado mejorando. El aumento que se observa viene dado principalmente por los expertos que muestran una opinión intermediana en relación a las normas sociales y culturales, quienes si bien no rechazan las afirmaciones, tampoco muestran una postura favorable en su percepción.

Figura 3-10: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

POLÍTICAS DE GOBIERNO

EVALUACIÓN: -0,31

Una buena política pública en pro del emprendimiento tiene incidencia en el crecimiento económico. Sin embargo, a través de ésta también se derivan otros beneficios tales como un aumento en la productividad generado por el crecimiento de la competencia en los mercados, mayor inversión de capitales nacionales y extranjeros, incremento en el empleo, etc. Por lo tanto, es determinante tener una política que explícitamente fomente, o al menos no restrinja, el desarrollo de la actividad emprendedora.

En Chile, las políticas gubernamentales fueron evaluadas de forma deficiente por los expertos, debido a que la mayoría de éstos considera que no está en un nivel adecuado. Aunque se admite los esfuerzos que ha realizado el gobierno en esta materia en la implementación de políticas, señalan la falta de claridad de las mismas, lo que se manifiesta al observar la disminución respecto al gobierno local.

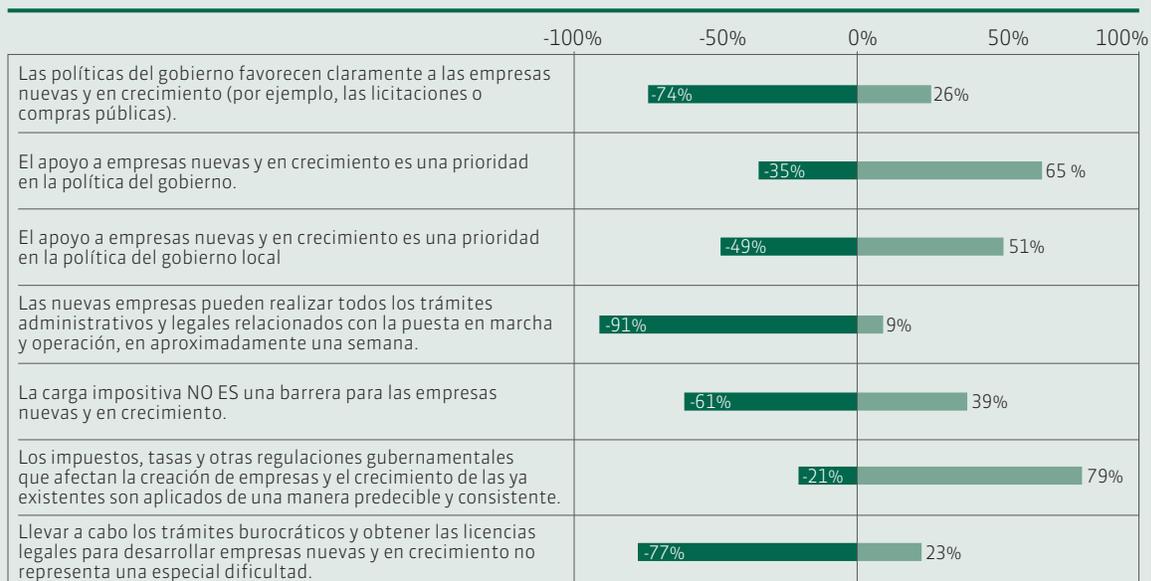
Pese a lo anterior, los expertos consideran que los impuestos y las tasas de interés no constituyen una barrera para la creación de empresas,

aunque afirman que existe lentitud e ineficiencia en los procesos y trámites respectivos. Adicionalmente existe cierto grado de acuerdo entre los expertos sobre la dificultad que representa para los emprendedores llevar a cabo este tipo de trámites burocráticos y la obtención de licencias.

Al igual que lo observado el periodo anterior, tres cuartas partes de los expertos manifestó no estar de acuerdo sobre el consentimiento de las políticas de gobierno para beneficiar a las empresas nuevas de forma sistemática. Sin embargo, la mayoría de los expertos perciben que el apoyo a las nuevas empresas y las que están en crecimiento sí es una prioridad para el gobierno nacional.

Aún cuando los expertos han mejorado su percepción respecto a las políticas realizadas por el gobierno, se mantiene la opinión desfavorable sobre esta dimensión. La evidencia demuestra los avances que se han logrado, sin embargo, aún las políticas de gobierno en general tienden a impedir más que promover el desarrollo de la actividad emprendedora. Dado este escenario, un aceleramiento de los trámites de autorización y licencias de operación e incentivos tributarios para la generación de empleo podrían ser incentivos eficaces para el aumento del emprendimiento en nuestro país.

Figura 3-11: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

PROGRAMAS DE GOBIERNO

EVALUACIÓN: -0,26

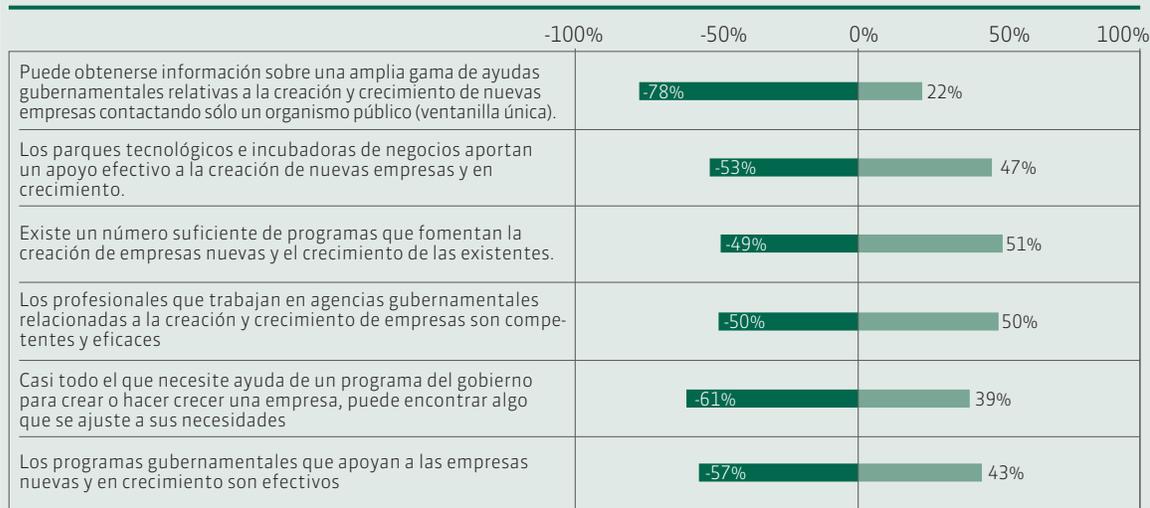
El papel que cumplen los programas de gobierno es fundamental para apoyar el emprendimiento. Cuando se carece de un marco institucional que promueva los incentivos correctos, muchos de los esfuerzos a nivel de políticas públicas resultan ser ineficaces. El desempeño a nivel micro que realizan los programas de gobierno cumplen por tanto un rol preponderante por el tipo de intervenciones que realiza en la actividad emprendedora.

Esta dimensión -que aborda temas como la centralización, el apoyo de incubadoras, efectividad y competencia de los programas y funcionarios públicos, etc.- tuvo una evaluación deficiente por parte de los expertos encuestados. La principal crítica (ver Figura 3-12) está en el hecho de que no hay una ventanilla única a partir de la cual se pueda obtener información sobre las ayudas gubernamentales para las nuevas empresas y en crecimiento.

El emergente mercado de las incubadoras de negocios si bien ha mostrado una mejora respecto al periodo anterior, aún no logran brindar un apoyo efectivo a las nuevas empresas. El impacto de éstas es aún limitado debido a que todavía se consideran escasas y con pocos recursos, donde básicamente se concentran en proveer asesoramiento a emprendedores, pero son incapaces de dar un servicio integral.

Aún cuando no exista un claro consenso acerca de la efectividad de este tipo de programas, ya que depende de la intervención específica en que se analice, los programas gubernamentales son una herramienta que constituye uno de los pilares fundamentales para promover el emprendimiento. En Chile, si bien aún presenta un nivel deficiente respecto del año anterior, se observa un aumento significativo de -0,42 a -0,26, lo que es una mejora de 16 puntos. Este valor indica que en este tópico se ha avanzado, retomando el patrón que se venía dando desde los últimos años y se había perdido el 2010.

Figura 3-12: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

INFRAESTRUCTURA FÍSICA

EVALUACIÓN: 0,98

Esta dimensión sigue siendo la mejor evaluada por parte de los expertos, siendo la única de las 9 EFCs que presenta una buena valoración (ver Figura 3-13), esto pese a que hay una leve disminución respecto a la evaluación del año anterior. La infraestructura física ofrece los servicios básicos que facilitan la operación de las empresas nuevas y establecidas. Lo anterior puede derivar en una reducción de los costos operacionales de las empresas.

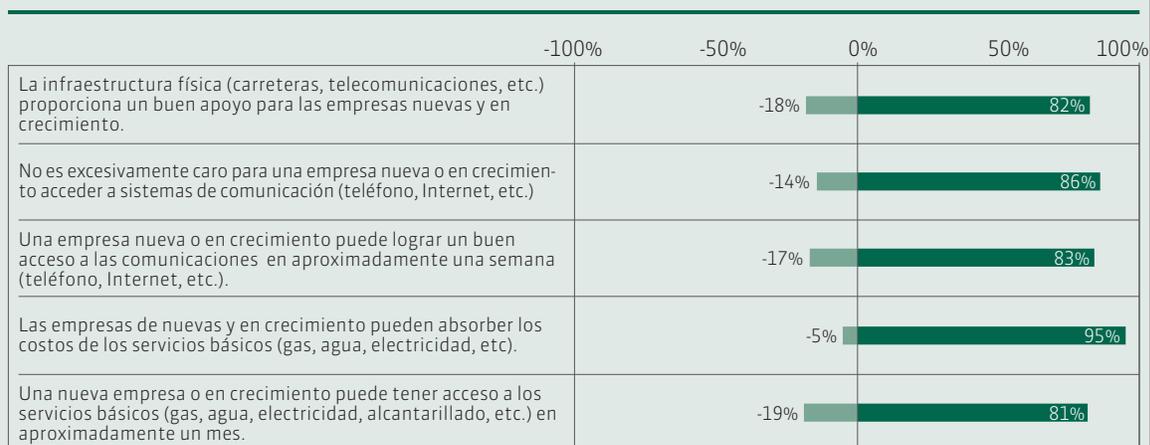
El impacto de la infraestructura física puede manifestarse al momento de traslado de mercadería, traspaso de información y comunicación y en el grado de urbanización que existe en el país. Respecto al primer punto, la mayoría de los expertos coinciden en que existe disponibilidad de infraestructura física; consideran que las carreteras, puertos y aeropuertos proporcionan el

apoyo necesario para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan desenvolverse, facilitando el comercio.

Asimismo, las empresas pueden proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana y el costo que deben incurrir para obtener estos servicios no les representa un gasto significativo. Aún cuando la mayoría de los expertos coinciden respecto a estas afirmaciones, durante el periodo anterior se evidenció una mayor convicción al evaluar estos aspectos.

De igual forma, los expertos indican que las empresas nuevas y en crecimiento pueden disponer de acceso a los servicios básicos en aproximadamente un mes y que además puede afrontar los costos asociados a éstos. A partir de lo anterior, se concluye que el país cuenta con la infraestructura física idónea y a un costo razonable lo que proporciona un buen apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento.

Figura 3-13: Evaluación de acceso a infraestructura física para los negocios



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

3.4 CONDICIONES QUE COMPLEMENTAN EL CONTEXTO EMPRENDEDOR

Así como fue mencionado en la introducción de este capítulo, la NES fue diseñada para proveer un diagnóstico general de las instituciones, formales e informales, que están relacionadas con el emprendimiento y componen este entorno que fomenta o desincentiva el desarrollo de la actividad emprendedora. Es así que en esta encuesta, adicionalmente a las 9 EFCs, se recaba información sobre otros aspectos que también inciden en el entorno de la actividad emprendedora y son complementarias. A modo de ejemplo, un componente complementario a la transferencia de I+D es la protección a la propiedad intelectual, por otra parte la valoración social de ser empresario tiene una fuerte relación con las normas sociales y culturales del país. Estas categorías adicionales permiten tener una perspectiva global más completa sobre el contexto emprendedor que se desarrolla en Chile.

La premisa en la que se basa estas dimensiones adicionales guardan relación con la esti-

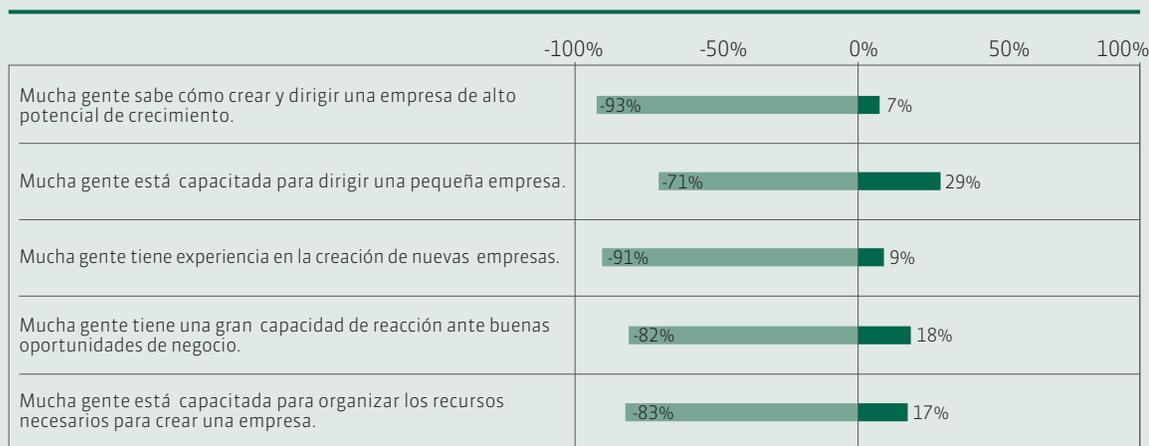
mulación de las iniciativas emprendedoras en la población cuando se perciben buenas oportunidades de negocios. Asimismo, el reconocimiento de éstas está determinada por la capacidad para reconocerlas y saber explotarlas correctamente. De esta manera, los conocimientos, destrezas, habilidades y experiencias personales cumplen un papel fundamental para aprovechar las condiciones que se ofrecen.

HABILIDADES PARA CREAR NUEVAS EMPRESAS

EVALUACIÓN: -0,84

No recibieron opinión favorable las habilidades para la puesta en marcha de las nuevas empresas. Los expertos consideran que no hay mucha gente preparada para crear y gestionar nuevas empresas. Esta opinión se torna más drástica cuando se trata de un negocio con alto potencial de crecimiento. Es poca la gente con experiencia en la creación nuevos negocios y la capacidad de reacción ante buenas oportunidades sólo se encuentra en un porcentaje reducido de la población.

Figura 3-14: Evaluación de las habilidades para crear nuevas empresas



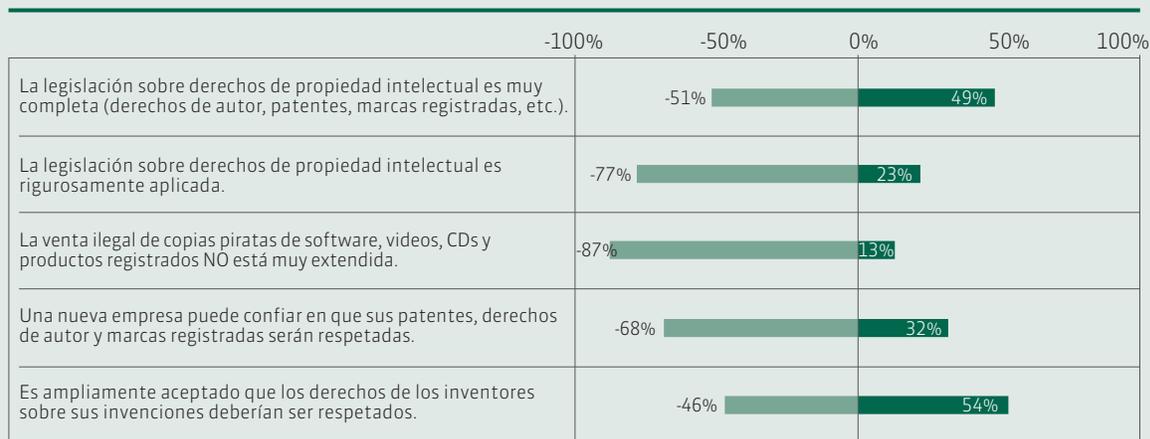
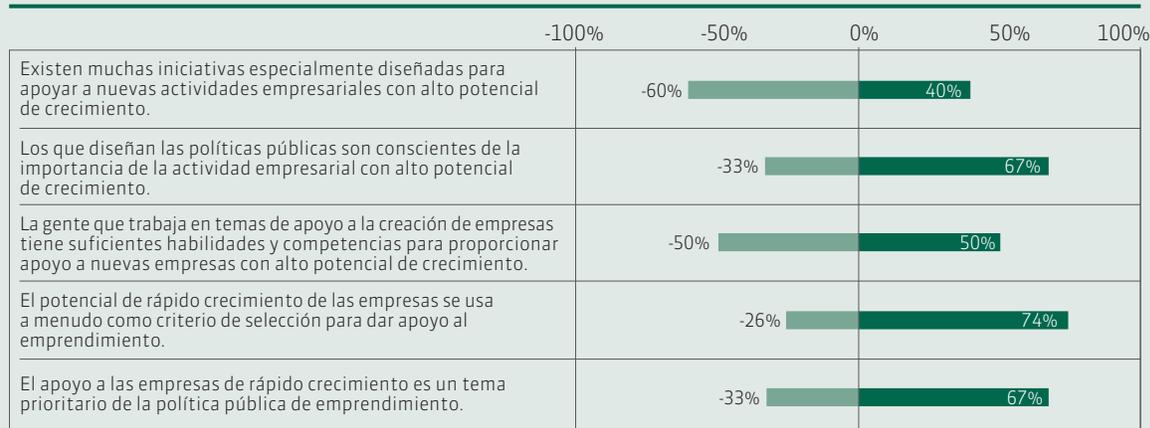
Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

RESPECTO A LA PROPIEDAD INTELECTUAL**EVALUACIÓN: -0,53**

Los derechos de propiedad intelectual son un aspecto importante a considerar cuando se evalúa el estado de la I+D. Al respecto, la opinión de los expertos considera que la legislación de la propiedad intelectual es desfavorable. Si bien no existe un acuerdo entre los expertos sobre si la legislación es completa y que los derechos de los inventores sobre sus invenciones serán respetadas, sí concuerdan en que hay problemas de ineficacia en el cumplimiento de la ley, así también la venta ilegal de productos registrados está muy expandida.

APOYO AL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS**EVALUACIÓN: 0,26**

Dos tercios de los expertos consideran que en el diseño de las políticas públicas se reconoce la importancia de crear nuevos negocios y está como un tema prioritario. Destacan que el apoyo a las empresas de alto potencial de crecimiento es el criterio de selección al momento de brindar soporte, sin embargo, no queda claro que la gente que trabaja en estos temas de apoyo posean las competencias y habilidades para cumplir eficientemente con su labor. Adicionalmente se considera insuficientes las iniciativas que hay para impulsar a este tipo de negocios con alto potencial de crecimiento.

Figura 3-15: Evaluación de la protección sobre la propiedad intelectual**Figura 3-16: Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento**

Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

APOYO A LA MUJER EMPRENDEDORA

EVALUACIÓN: 0,33

Pese a que socialmente está aceptada la participación femenina en actividades emprendedoras, los expertos tienden a percibir que no existen los estímulos suficientes para incentivarlas a emprender y que los servicios sociales que les permiten continuar trabajando después de formar una familia son escasos. Consideran que no hay diferencias entre géneros respecto a los conocimientos y habilidades, sin embargo, algo menos de la mitad de los expertos considera que en el acceso a las buenas oportunidades de negocios sí hay disparidad. Desde el año 2005 el equipo GEM Chile ha realizado un reporte exclusivo de la actividad emprendedora de las Mujeres (Amorós y otros, 2012), donde se aborda de manera más ex-

haustiva el fenómeno del emprendimiento femenino en Chile y el mundo.

APROVECHAMIENTO DE LAS OPORTUNIDADES DISPONIBLES

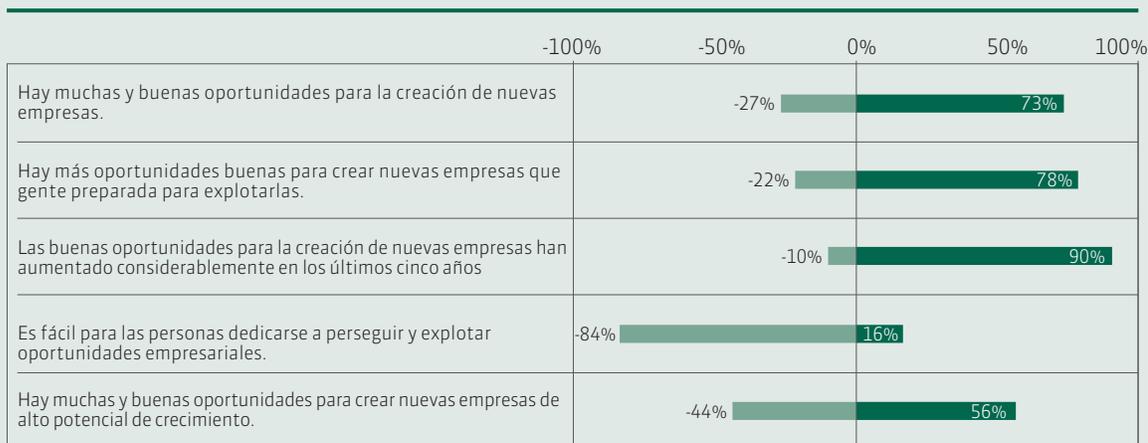
EVALUACIÓN: 0,37

Los expertos consideran que en Chile se ofrecen muchas y buenas oportunidades de negocios, las que incluso han aumentado considerablemente desde los últimos 5 años, lo que hace relativamente fácil dedicarse a perseguir y explotar ideas de negocios. De hecho, los expertos perciben que actualmente se generan más oportunidades que gente con los conocimientos, habilidades y competencias suficientes para poder explotarlas.

Figura 3-17: Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora



Figura 3-18: Evaluación de la percepción de oportunidades



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

INNOVACIÓN

EVALUACIÓN: 0,48

La valoración de los expertos consultados en torno a esta variable revela que la innovación es altamente valorada tanto por las empresas como por los consumidores. Estos últimos están abiertos no sólo a probar nuevos productos y servicios, sino también a la compra de éstos independientemente de si son ofrecidos por empresas de reciente creación o las ya consagradas. Adicionalmente, la mayoría de los expertos considera que también hay un interés de las empresas en probar nuevas tecnologías, no obstante, tienden a ser reacias en utilizar como proveedores a empresas nuevas.

MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER (LEGITIMIDAD DEL EMPRENDEDOR)

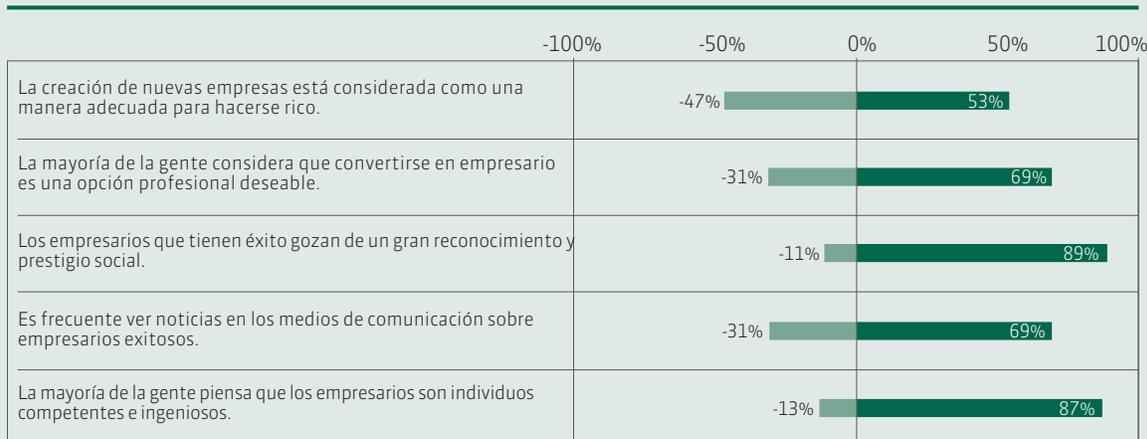
EVALUACIÓN: 0,64

Esta es una de las variables cuya calificación recae dentro del rango más positivo. La percepción de los expertos considera que los empresarios exitosos son reconocidos y gozan de un gran prestigio social, ya que son conocidos como personas ingeniosas y competentes. Es relativamente común ver ejemplos de empresarios exitosos en los diferentes medios de comunicación y la mayoría de la gente considera que ser empresario es una buena opción profesional. Pese a lo anterior, no queda claro que los códigos prevalentes en la sociedad valoren positivamente el hacerse rico a través de la creación de nuevas empresas.

Figura 3-19: Evaluación de la valoración de la innovación



Figura 3-20: Valoración social del ser empresario



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

3.5 CONDICIONES QUE POTENCIAN Y LIMITAN EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

En esta última sección del capítulo se recoge la opinión de los expertos en torno a las condiciones que tienen mayor incidencia en el desarrollo

de la actividad emprendedora, ya sea porque la impulsan o la obstaculizan. En concreto cada experto debe señalar cuáles son, a su juicio, los tres principales factores que constituyen un impedimento para el desarrollo del emprendimiento, tres factores que lo favorecen y finalmente tres recomendaciones. El resumen de los resultados proporcionados por éstos se pueden observar en la **Tabla 3-4**.

Tabla 3-4: Condiciones determinantes del emprendimiento en Chile

	DEBILIDADES	FORTALEZAS	RECOMENDACIONES
Apoyo Financiero	20%	9%	18%
Políticas de Gobierno	22%	13%	18%
Programas de Gobierno	8%	20%	14%
Educación para Emprendimiento	6%	7%	12%
Transferencia de I+D	3%	3%	5%
Infraestructura Comercial y Profesional	4%	1%	5%
Apertura de Mercado	5%	4%	5%
Acceso a la Infraestructura Física	2%	2%	1%
Normas Sociales y Culturales	9%	7%	5%
Capacitación para el Emprendimiento	7%	5%	11%
Clima Económico	2%	10%	1%
Características del Mercado del Trabajo	6%	5%	2%
Percepción de la Composición Demográfica	3%	2%	1%
Contexto Político, Social e Institucional	3%	10%	2%

Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

Dentro del ecosistema emprendedor, los factores del entorno que más influyen negativamente, según los expertos, son las políticas de gobierno junto al entorno financiero relacionado con la actividad emprendedora. Principalmente se menciona el desconocimiento que hay sobre los instrumentos públicos existentes y el exceso de burocracia que se debe realizar para la apertura de un negocio.

En relación a los aspectos positivos que potencian el desarrollo de la actividad emprendedora, la dimensión que recibe el mayor apoyo son los programas de gobierno, seguido por las políticas de éste mismo. En este sentido los expertos destacan el desempeño que han tenido las instituciones y políticas públicas para fomentar el desarrollo del emprendimiento durante este periodo.

Finalmente, con respecto a las recomendaciones, no sorprende que se concentren en mejorar el apoyo financiero para los emprendedores y el desarrollo de políticas de gobierno que incentiven a los potenciales emprendedores a iniciar su negocio. Cabe destacar que, adicionalmente a lo anterior, muchas de las sugerencias realizadas por los expertos tienen relación con aumentar la educación para el emprendimiento, en todas las etapas educacionales e incrementar en la calidad y frecuencia de las capacitaciones para los emprendedores.

Las opiniones de los expertos constituyen un instrumento sólido respecto al estado del entorno para emprender, contribuyendo para el diseño y corrección de políticas públicas para el fomento de la actividad emprendedora. A partir de esto, a continuación se realiza una muestra de las respuestas abiertas de los expertos¹⁰.

¹⁰ Debido a la gran cantidad de respuestas disponibles, se ha realizado una pequeña selección. Para mantener la confidencialidad de los datos, se mantiene en anonimato el nombre del experto que realiza el comentario.

OBSTÁCULOS

- Exceso de burocracia, tanto a nivel general como específico, para crear y cerrar un negocio.
- Falta de apoyo crediticio a nuevos emprendimientos, debido a una banca muy conservadora.
- Estigmatización del fracaso empresarial; castigo desproporcionado al emprendedor que quiebra. Los fracasos anteriores tienden a ser más preponderantes al momento de tratar de conseguir financiamiento que la nueva oportunidad de negocio.
- Poca formación educacional hacia el emprendimiento.
- Gran costo de oportunidad de los estudiantes con altos niveles educacionales, donde el atractivo del potencial sueldo de mercado frena su intención de emprender.
- Planificación centralizada en los programas de apoyo, donde se tiende a generar una desconexión con la realidad de la población emprendedora, concluyendo en políticas públicas mal concebidas y de bajo impacto.
- Mercados locales estrechos y consolidados no dan mucho espacio a emprendimientos.

IMPULSORES

- Gobierno proactivo con voluntad política por impulsar la actividad emprendedora.
- Aumento en los fondos públicos para emprendimiento y subsidios estatales en capacitación.
- Mejoramiento del ecosistema educacional pro emprendimiento, donde las universidades mejoran el entrenamiento y aumentan los programas en colegios.
- Difusión de la importancia y beneficios del emprendimiento, junto con la creciente influencia comunicacional que se está forjando, genera una mayor conciencia para una cultura emprendedora.

- Flexibilización en mayor medida de entidades públicas, académicos y privados.
- Mayor rapidez en instalación de servicios básicos, junto con el acceso global a través de internet, permite disminuir barreras geográficas.
- Crecimiento económico y estabilidad financiera permite una mayor demanda de servicios. Adicionalmente de los beneficios de contar una economía abierta, que genera un ambiente favorable para los emprendedores.

RECOMENDACIONES

- Disponer de un lugar conjunto donde los emprendedores puedan mostrar y vender sus productos.
- Creación de una ventanilla única para la inversión, lo que tendería en un mediano plazo a una mayor flexibilización en el acceso a créditos.
- Mayor utilización de tecnología para trámites, donde haya un mayor apoyo y estímulo amistoso del Estado.
- Incorporación del tema desde la escuela como parte de la educación formal, desarrollando programas con base en el desarrollo humano.
- Acogida a capital de riesgo extranjero especializado en tecnología de punta y aumentar los incentivos para atraer fondos de capital de riesgo internacionales e inversión ángel.
- Aumentar la interrelación entre asociaciones empresariales con universidades para fomentar el trabajo conjunto y fluidez de la transferencia de conocimiento.
- Modificar la ley laboral, modernizar la ley de quiebras e incrementar los incentivos tributarios modificando la tributación de las empresas de reciente creación para que les sean favorables.
- Aumentar la formación de especialistas en propiedad intelectual.

4. Actividad emprendedora de los empleados

4.1 INTRODUCCIÓN

Cada vez es más común que dentro del campo de estudio del emprendimiento se distinga entre el “emprendedor independiente” y el “emprendimiento dentro de una organización existente”. Desde sus inicios el GEM se ha centrado básicamente en el estudio del emprendedor o emprendedora independiente. Este año el tema especial ha querido hacer énfasis en la actividad emprendedora de los empleados (la cual se denominará EEA en analogía con el TEA). Sin duda este tipo de emprendimiento ha ganado visibilidad como una “alternativa” al emprendimiento individual tradicional.

Dicho emprendimiento encabezado por emprendedores dentro de una organización existente tiene diferentes aproximaciones y terminologías (Sharma y Chrisman, 1999). Desde hace tres décadas la denominación “Emprendimiento Corporativo”, concepto establecido por Burgelman en 1983, ha sido un tema de gran relevancia por sus implicaciones tanto para la investigación en estrategia y emprendimiento, así como para la práctica en las empresas sobre todo aquellas de mayor tamaño. Este emprendimiento es percibido como una herramienta importante en el desarrollo y crecimiento de las empresa, así como un mecanismo significativo para desarrollar la innovación a través de los miembros de la organización (Zahra, Filatotchev y Wright, 2009). Guth y Ginsberg (1990) en su definición de EC establecen que es un proceso donde un individuo o grupo de individuos

asociados con una organización, crean un nuevo negocio o instigan a renovar la estrategia dentro de la empresa. En esta definición el foco está puesto en los individuos intraemprendedores (término que fue introducido por Pinchot [1985]), mismos que desarrollan un comportamiento emprendedor que corresponde a las acciones que efectúan los miembros de una organización relacionadas con descubrimiento, evaluación y explotación de nuevas oportunidades de negocio (Shane y Venkataraman, 2000). En este capítulo se pone énfasis en el análisis de los empleados detrás de las iniciativas emprendedoras en las organizaciones en las cuales realizan sus principales actividades laborales (Hamman, 2006). El aporte del GEM para el estudio de la EEA es justamente alineado con sus objetivos: analizar datos comparables internacionalmente sobre la prevalencia de la actividad emprendedora de los empleados en esta ocasión en 52 economías que participaron en el ciclo 2011¹¹.

4.2 DEFINICIONES

Para operacionalizar la EEA, ésta se ha definido como “aquellos empleados involucrados en el desarrollo de nuevas actividades para su principal fuente de empleo, ya sea el desarrollo o el lanzamiento de nuevos productos o servicios, o la creación de una nueva unidad de negocio, un nuevo establecimiento o una filial”. Esta definición es más amplia que la creación de la nueva organización, pero excluye a las iniciativas de los

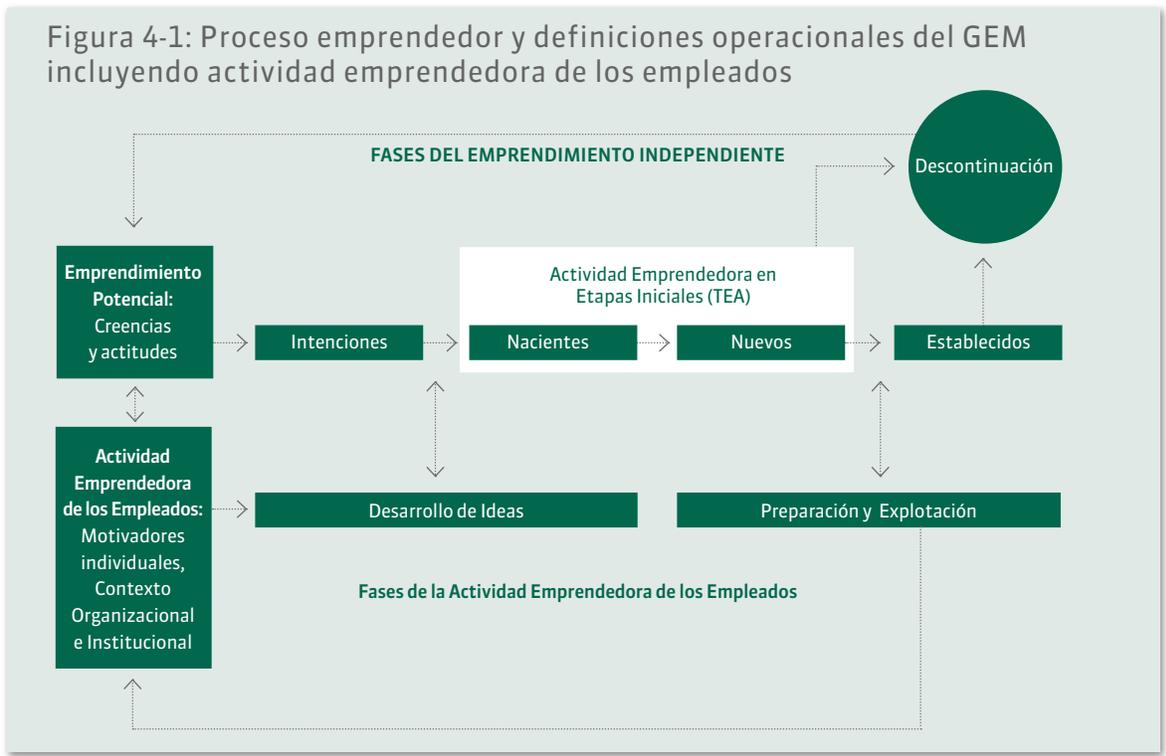
¹¹ En el año 2008 se realizó un piloto con once países en los cuales también participó Chile. Se proporcionarán más antecedentes en las siguientes secciones.

empleados que están principalmente destinadas a la optimización de los procesos internos de trabajo. Además se distingue entre dos fases de esta actividad: (1) el desarrollo de la idea para una nueva actividad y (2) la puesta en marcha e implementación de una nueva actividad. El desarrollo de la idea, por ejemplo, incluye la búsqueda activa de información, intercambio de ideas y la presentación de éstas para nuevas actividades a la gestión de la empresa. La puesta en marcha e implementación de una nueva actividad se refiere a la promoción de una idea para una nueva actividad, la preparación de un plan de negocios, comercialización de la nueva actividad, la búsqueda de recursos financieros y la adquisición de un equipo de trabajadores para la nueva actividad.

Asimismo la EEA abarca una definición amplia que se refiere a los empleados que, en los últimos tres años, han participado activamente y han tenido un rol protagónico en al menos una de estas fases (es decir, “desarrollo de la idea para una nueva actividad y/o de “la puesta en marcha e implementación de una nueva actividad”). Una definición más específica se refiere a empleados que

actualmente están involucrados en el desarrollo de estas nuevas actividades. Estos empleados son un subgrupo de acuerdo con la definición amplia. La prevalencia de la EEA por lo tanto puede definirse como el número de empleados emprendedores, de acuerdo con cualquiera de las definiciones, como un porcentaje de ya sea el número total de empleados o la población adulta (entre 18-64 años de edad).

En los 52 países participantes, a todos aquellos encuestados que eran trabajadores dependientes (es decir empleados por otros) y que fueron clasificados como empleados emprendedores, se les hicieron dos preguntas acerca de su actividad emprendedora más significativa en los últimos tres años. Estas preguntas se refirieron a una breve descripción de la nueva actividad y el número esperado de personas que trabajan en la nueva actividad cinco años después de su introducción. Adicionalmente 32 países accedieron a profundizar en el tema con algunas preguntas adicionales acerca de la nueva actividad empresarial. La **Figura 4-1** muestra las definiciones operativas para la EEA.



4.3 LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS EMPLEADOS EN EL MUNDO Y CHILE

A continuación se presentan los principales resultados sobre la prevalencia de la actividad emprendedora de los empleados en 52 países de acuerdo a las definiciones antes descritas: primero como porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años de edad y también como porcentaje del número de empleados. Un primer análisis de la **Tabla 4-1** revela que la actividad emprendedora de los empleados, tal como se ha definido, no es un fenómeno muy extendido. En promedio, sólo alrededor del 3% de la población adulta y el 5% de los empleados de la muestra está actualmente involucrado en el EEA. Y el porcentaje de la población adulta que estaba involucrado en alguna actividad emprendedora de los empleados en los últimos tres años es en promedio sólo un poco más alto.

Una segunda observación es que la actividad emprendedora de los empleados prevalece más en las economías basadas en la innovación que en las economías impulsadas por la eficiencia. Las diferencias en la prevalencia entre las economías impulsadas por la innovación y las economías impulsadas por los factores son aún más grandes. La **Figura 4-2** muestra las estimaciones puntuales de las tasas del EEA para cada una de las 52 economías en 2011 por la fase de desarrollo económico

con intervalos de confianza al 95%. En promedio, la incidencia de la actividad emprendedora de los empleados es por cualquiera de las definiciones sustancialmente menor que el TEA que se presentó en el capítulo 2 de este informe. En las economías basadas en los factores, la actividad emprendedora de los empleados es muy escasa, mientras que, por el contrario, la actividad emprendedora en etapas iniciales (auto-empleo) es abundante. En las economías basadas en la eficiencia, las diferencias son menores pero siguen siendo significativas. En el caso de Chile, la EEA como porcentaje de la población adulta es 3,5% mientras que el TEA es 23,7%. Sólo en las economías basadas en la innovación la incidencia de la actividad emprendedora de los empleados como porcentaje de la población adulta es del mismo orden de magnitud que el TEA. En la prevalencia de la actividad emprendedora de los empleados es donde Chile se destaca con un 12,9% de los trabajadores involucrados en los últimos tres años y un 9,9% involucrados actualmente, siendo el país con mayor proporción en estos indicadores entre las economías basadas en eficiencia. En el caso de Chile este fenómeno también podría explicar esta mayor tasa de actividad emprendedora de los empleados, sobre todo tomando en cuenta que ha habido una gradual recuperación del empleo después de la crisis del 2008. Si bien mucho este “nuevo empleo” también está relacionado con la actividad emprendedora independiente como ya se ha comentado en el capítulo 2, muchas grandes empresas han venido creciendo de forma sostenida.

Tabla 4-1: Tasa de prevalencia de la actividad emprendedora en los empleados

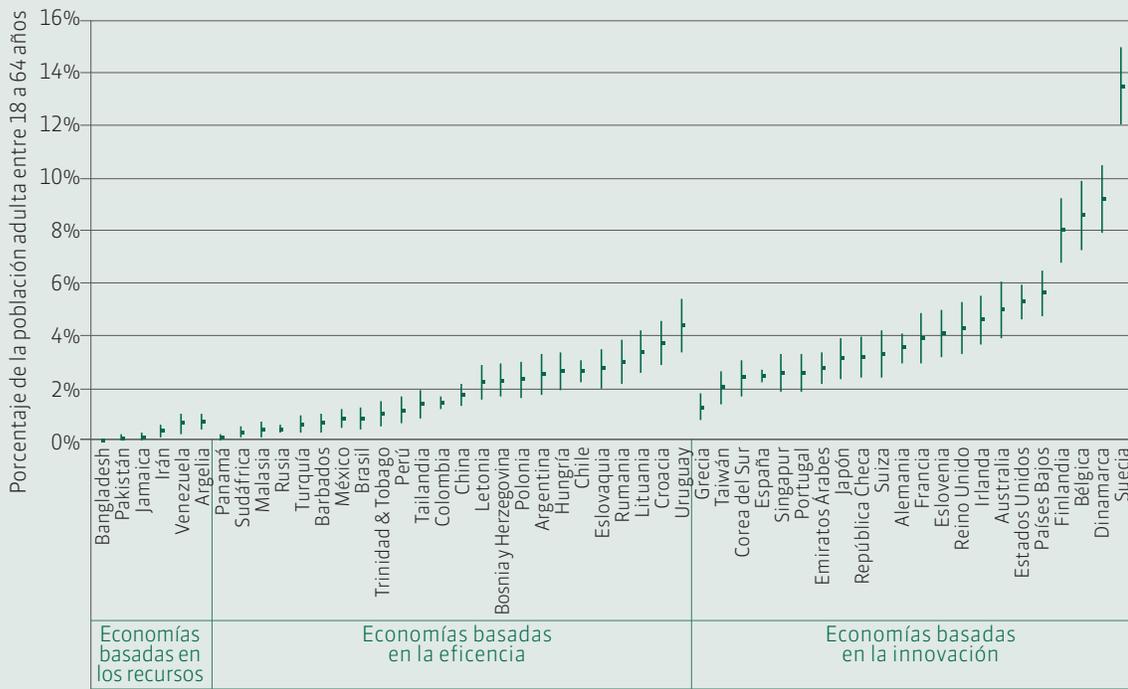
PAÍSES	Definición amplia: personas involucradas en la actividad emprendedora de los empleados en los últimos tres años como % de :		Definición específica: personas involucradas en la actividad emprendedora de los empleados en los últimos tres años como % de	
	Población Adulta	Empleados	Población Adulta	Empleados
ECONOMÍAS BASADAS EN FACTORES PRODUCTIVOS				
Argelia +	0,8	3,9	0,7	3,3
Bangladesh	0,0	0,0	0,0	0,0
Irán +	0,4	2,4	0,4	2,4
Jamaica +	0,2	0,7	0,1	0,5
Pakistán	0,2	1,1	0,1	0,4
Venezuela +	0,6	2,3	0,6	2,3
Promedio (no ponderado)	0,4	1,7	0,3	1,5

continúa

PAÍSES	Definición amplia: personas involucradas en la actividad emprendedora de los empleados en los últimos tres años como % de :		Definición específica: personas involucradas en la actividad emprendedora de los empleados en los últimos tres años como % de	
	Población Adulta	Empleados	Población Adulta	Empleados
ECONOMÍAS BASADAS EN LA EFICIENCIA				
Argentina +	3,2	7,3	2,5	5,8
Barbados +	0,7	1,5	0,7	1,4
Bosnia y Herzegovina	3,1	9,8	2,3	7,2
Brasil +	1,0	3,1	0,8	2,6
Chile +	3,5	12,9	2,6	9,9
China	2,1	4,8	1,7	4,0
Colombia	1,7	4,9	1,5	4,3
Croacia +	4,4	9,0	3,7	7,5
Hungría +	3,9	7,8	2,6	5,2
Letonia +	3,0	5,0	2,2	3,6
Lituania +	4,9	8,1	3,4	5,6
Malasia	0,4	0,9	0,4	0,9
México +	0,9	2,3	0,8	2,0
Panamá	0,2	0,3	0,1	0,2
Perú	1,4	7,3	1,2	6,1
Polonia +	2,8	5,7	2,3	4,7
Rumania	3,9	7,6	3,0	5,8
Rusia +	0,6	1,0	0,4	0,7
Eslovaquia	3,4	6,5	2,7	5,2
Sudáfrica	0,4	2,0	0,3	1,6
Tailandia	1,4	4,9	1,4	4,9
Trinidad y Tobago +	1,2	2,6	1,0	2,3
Turquía +	0,7	2,1	0,6	1,8
Uruguay +	5,2	9,8	4,4	8,3
Promedio (no ponderado)	2,3	5,3	1,8	4,2
ECONOMÍAS BASADAS EN LA INNOVACIÓN				
Australia	6,2	9,0	5,0	7,3
Bélgica	9,4	13,5	8,6	12,3
República Checa	3,8	6,3	3,2	5,2
Dinamarca	15,1	20,7	9,2	12,6
Finlandia	9,4	13,4	8,0	11,4
Francia	4,7	7,5	3,9	6,1
Alemania	4,8	7,6	3,5	5,5
Grecia	1,6	4,9	1,3	3,8
Irlanda	5,9	10,4	4,6	8,1
Japón	3,4	5,7	3,1	5,2
Corea del Sur	2,6	6,7	2,4	6,1
Países Bajos	7,8	11,1	5,6	7,9
Portugal	4,0	6,0	2,6	3,9
Singapur	3,3	6,2	2,6	4,8
Eslovenia	5,1	9,3	4,1	7,4
España	2,7	6,1	2,5	5,5
Suecia	16,2	22,2	13,5	18,4
Suiza	4,6	7,2	3,3	5,1
Taiwán	2,0	3,9	2,0	3,9
Emiratos Árabes	3,6	4,9	2,7	3,7
Reino Unido	5,3	8,1	4,3	6,6
Estados Unidos	6,6	10,5	5,3	8,4
Promedio (no ponderado)	5,8	9,1	4,6	7,2
TOTAL	3.5	6.5	2.8	5.2

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2011

Figura 4-2: Prevalencia de la actividad emprendedora de los empleados (EEA)



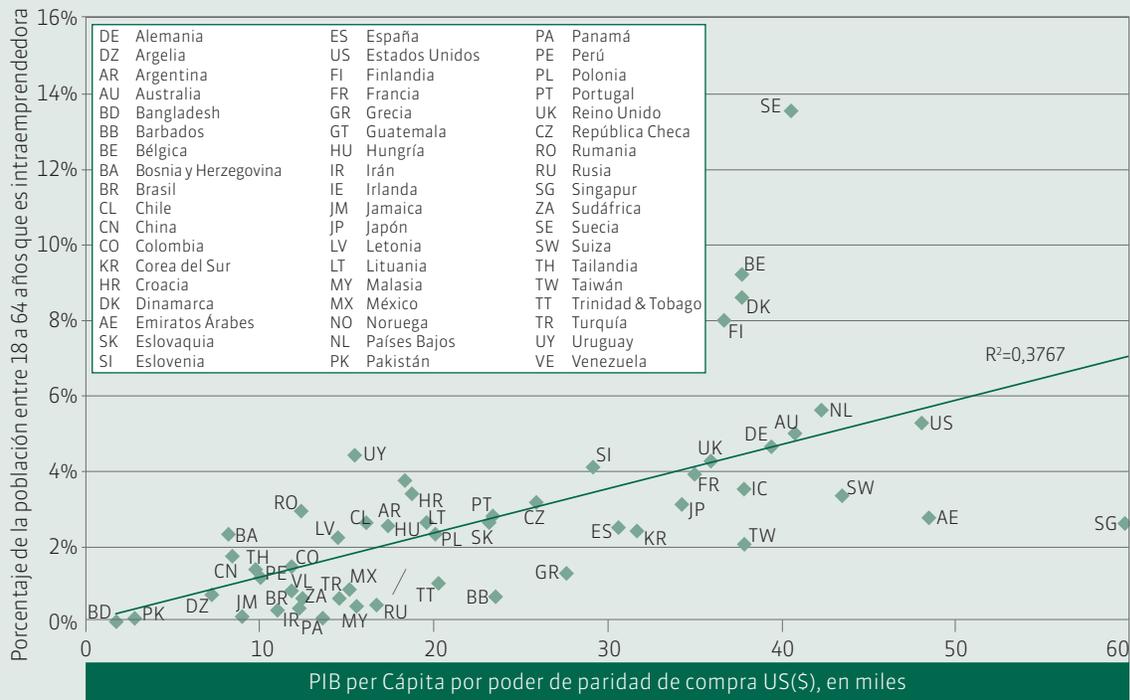
Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2011.

Nota: Para esta figura se utilizan los indicadores de la definición específica.

Las diferencias en la tasa de la EEA a través de las etapas del desarrollo económico se deben en parte a una mayor tasa de empleo asalariado en las economías impulsadas por la innovación (OCDE, 2009). Adicionalmente la mayor presencia de empresas más grandes asociadas con un mayor nivel de desarrollo económico (Ghoshal y otros, 1999) tendría un efecto negativo sobre la prevalencia el emprendimiento independiente en una economía (Choi y Phan, 2006; Parker, 2009). En segundo lugar, la prevalencia de la actividad de los empleados emprendedores puede correlacionarse positivamente con un mayor nivel de desarrollo económico debido a una mejor educación en una economía. De hecho, en un estudio empírico de 179 empleados y sus compa-

ñeros, De Jong y otros (2011) encontraron una correlación positiva y significativa de la educación superior con una medida de nuevo desarrollo de “comportamiento intraemprendedor”. Un tercer mecanismo es el efecto positivo conocido de los ingresos per cápita en el costo de oportunidad de la iniciativa empresarial independiente (Lucas, 1978). Debido al aumento de los salarios reales, los potenciales emprendedores independientes cada vez más optan por un trabajo asalariado. Este mecanismo también puede tener un efecto positivo sobre la actividad de los emprendedores. Es así como la **Figura 4-3** muestra que la relación entre el ingreso per cápita y la tasa de actividad emprendedora de los empleados está positivamente relacionada.

Figura 4-3: Actividad emprendedora de los empleados versus el PIB per cápita

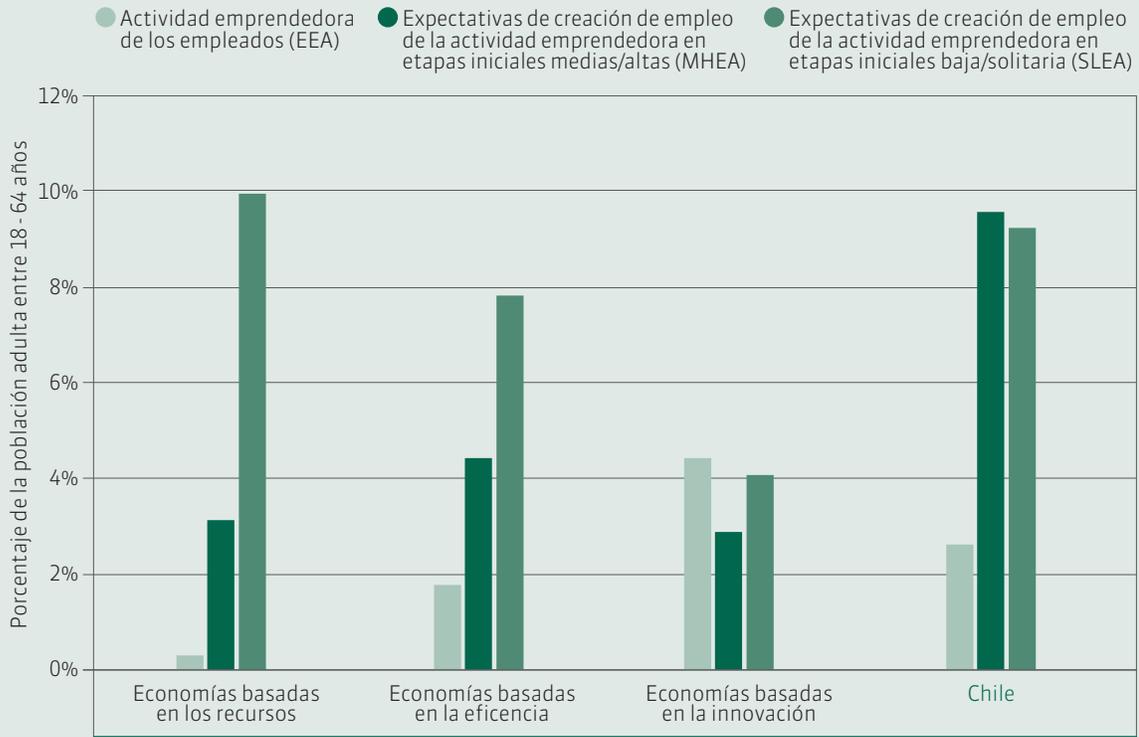


Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2011 y Fondo Monetario Internacional, Work Economic Outlook.

Relacionado con lo anterior, el patrón de la actividad emprendedora de los empleados a través de las etapas del desarrollo económico es inversa al TEA. De hecho, la correlación es de -0,37 respecto a todos los empleados emprendedores y de -0,42 si se toman sólo los empleados emprendedores del sector privado. La Figura 4-4 ilustra estos patrones, incluyendo a Chile, teniendo en cuenta la distinción entre medio/alto las expectativas de creación de empleo de la actividad emprendedora en etapas iniciales (MHEA) y en solitario/baja expectativa de creación de empleo de la actividad emprendedora en etapas iniciales (SLEA) tal como se definió en el primer capítulo. Esta figura también muestra que éste es el tipo más frecuente de la iniciativa empresarial independiente, incluso en las economías basadas por la innovación. Más adelante se analizarán seis

categorías de países que son el resultado de la combinación entre los diferentes tipos de emprendimiento. En el caso de Chile, cabe destacar, como ya se había comentado, que el indicador de actividad emprendedora de los empleados se sitúa entre el promedio de las economías basadas en eficiencia y las basadas en innovación. Este patrón es consecuente con el nivel del desarrollo del país. Como también se había comentado en el capítulo 2, Chile se destaca por tener un alto indicador de expectativas de generación de empleo. Otro dato interesante es que desagregando el 2,6% de actividad emprendedora de los empleados, un 1,8% se da en el sector privado, es decir el 70% de la EEA proviene de individuos que trabajan en una empresa privada con fines de lucro mientras que el restante lo hace ya sea en el sector público u ONGs.

Figura 4-4: Indicadores de prevalencia de tres tipos de actividad emprendedora por etapa de desarrollo económico más Chile



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2011.

Note: MHEA (5 o más trabajadores) y SLEA (hasta 4 trabajadores) está basado en las expectativas de generación de empleo con un horizonte de 5 años en base a los promedios nacionales; EEA son solo datos 2011.

UNA TIPOLOGÍA DE LOS PAÍSES BASADOS EN LOS TIPOS DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Un aporte de este tema especial es proponer una tipología que se basa en las puntuaciones de los países de las tres dimensiones anteriormente descritas, es decir, media/alta expectativas de creación de empleo de la actividad emprendedora en etapas iniciales (MHEA), en solitario/baja expectativa de creación de empleo de la actividad emprendedora en etapas iniciales (SLEA)¹², y la ac-

tividad emprendedoras de los empleados (EEA). La decisión de optar por las expectativas de empleo se ha hecho por dos motivos: en primer lugar, este es el indicador de impacto más objetivo que está disponible en las encuestas del GEM y por lo tanto más confiable para las comparaciones internacionales. Además, muchos estudios sobre emprendimiento dinámico se refieren a las expectativas de crecimiento de empleo (Levie y Autio, 2011; Stam y otros, 2012). Con esta base, la **Figura 4-5** muestra cómo se agrupan las economías para dar lugar a los tipos o grupos que conforman la tipología.

¹² Para los indicadores relacionados con el emprendimiento independiente (MHEA y SLEA) se han tomado los promedios de los años 2009-2011.

Figura 4-5: Tipología de las economías según las tres dimensiones del emprendimiento



Las ocho posibles combinaciones resultantes oscilan entre alto/alto/alto a bajo/bajo/bajo. Estas combinaciones o tipos de economías se resumen a continuación:

TIPO A: alta prevalencia de tres tipos de actividad emprendedora (SLEA, MHEA y EEA).

TIPO B: alta prevalencia de emprendimiento con media/alta expectativa de empleo (MHEA) y alta prevalencia de la actividad de emprendedora de los empleados (EEA).

TIPO C: alta prevalencia de emprendimiento en solitario/baja expectativa de empleo (SLEA) y alta prevalencia de emprendimiento con media/alta expectativa de empleo (MHEA).

TIPO D: alta prevalencia de emprendimiento con media/alta expectativa de empleo (MHEA).

TIPO E: alta prevalencia emprendimiento en solitario/baja expectativa de empleo (SLEA) y alta prevalencia de la actividad de emprendedora de los empleados (EEA).

TIPO F: alta prevalencia de la actividad de emprendedora de los empleados (EEA).

TIPO G: alta prevalencia de emprendimiento en solitario/baja expectativa de empleo (SLEA).

TIPO H: baja prevalencia de tres tipos de actividad emprendedora (SLEA, MHEA y del EEA).

La **tabla 4-2** muestra cómo los 52 países de los que se tienen datos, pueden ser distribuidos a través de los ocho tipos de economías (numeradas de la A a la H). Para cada uno de los tres indicadores se distinguen las puntuaciones por debajo de la mediana (“bajo”) y por encima de la mediana (“alto”).

Los indicadores de MHEA oscilan entre 1,1 a 10,8%, con una mediana de 3,0. Por otra parte los indicadores de SLEA oscilan entre 2,2 a 16,1%, con un valor en la mediana de 4,7%. La actividad de los Empleados Emprendedores (EEA) oscila entre poco más de cero a 13,5%, con un valor de la mediana de 2,5.

Tabla 4-2: Tipos de economías basados en las tres dimensiones de actividad emprendedora: media/alta expectativas de creación de empleo de la actividad emprendedora en etapas iniciales (MHEA), en solitario/baja expectativa de creación de empleo de la actividad emprendedora en etapas iniciales (SLEA), y la actividad emprendedoras de los empleados (EEA)

	SLEA: ALTA PREVALENCIA	SLEA: BAJA PREVALENCIA
MHEA: Alta prevalencia EEA: Alta prevalencia	Tipo A Argentina (c) Australia (b) Chile (c) Lituania (b) Países Bajos* (a) Eslovaquia (c) Estados Unidos Uruguay	Tipo B República Checa (a,b,c) Hungría (a,c) Irlanda (a) Rumania (c) Singapur (a,c) Taiwán* (c) Emiratos Árabes (c)
MHEA: Alta prevalencia EEA: Baja prevalencia	Tipo C Argelia (a) Brasil (a) China Colombia Irán Letonia (b,c) Perú Polonia (b) Sudáfrica (b) Tailandia Trinidad & Tobago Turquía* (b) Venezuela (a)	Tipo D
MHEA: Baja prevalencia EEA: Alta prevalencia	Tipo E	Tipo F Bélgica (b) Croacia (a) Dinamarca Finlandia (b) Francia Alemania Japón (c) Portugal (a,b,c) Eslovenia Suecia (b) Suiza (b,c) Reino Unido (a,b)
MHEA: Baja prevalencia EEA: Baja prevalencia	Tipo G Bangladesh (a) Barbados (a) Grecia Jamaica México (a) Pakistán Panamá	Tipo H Bosnia & Herzegovina (a,b,c) Corea del Sur (a,b,c) Malasia Rusia España (c)

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2011.

Notas: (a) indica caso limítrofe de MHEA, (b) indica caso limítrofe de SLEA, (c) indica caso limítrofe de EEA;

* Los Países Bajos originalmente estaban catalogados como Tipo E, y Taiwán y Turquía eran del Tipo D.

En seis de estos ocho tipos se pudieron catalogar cinco o más economías. Dentro de las economías con alto EEA en el (Tipo A, B y F) la del Tipo F, (la de sólo alta actividad emprendedora de los empleados) incluye once (sobre todo occidentales) de los países europeos además de Japón, de los cuales todos menos uno son economías impulsados por la innovación. Al parecer, una baja MHEA-combinado con los efectos de una alta EEA- es un fenómeno típicamente europeo, que también se adapta muy bien a una SLEA baja, pero no fácilmente con alta SLEA (Tipo E). Ocho economías tienen una alta prevalencia en las tres dimensiones de la actividad empresarial (Tipo A). En este grupo está Chile. Otros siete países (Tipo B) combinan una alta tasa de EEA con una alta tasa de MHEA y una baja tasa de SLEA. Todos los países, tanto en los tipos A y B, son economías impulsadas por la eficiencia (varios de ellos como Chile en la transición hacia la innovación), o directamente basados en innovación.

El caso particular de Chile es muy interesante dado que, como ya se mencionó en la sección 2, el país presenta una de las más altas tasas de emprendimiento con altas expectativas de crecimiento MHEA, pero también tienen una alta tasa de prevalencia de emprendedores de bajo potencial SLEA con una relativa alta tasa de EAA. Sin duda, el estudio posterior de la actividad emprendedora de los empleados será importante para poder inferir mayores conclusiones sobre la dinámica total del emprendimiento del país. Lo que es un dato alentador es el hecho de que buena parte de la actividades emprendedoras se pueda “encausar” a través de las organizaciones establecidas y

que aquellos individuos emprendedores también puedan desarrollar nuevos proyectos, productos o servicios innovadores en el seno de organizaciones para las cuales trabajan.

El Reporte Global Extendido GEM 2011 (Bosma y otros 2012) analiza con mayor detalle algunas de las características de los diferentes grupos. Adicionalmente se hará público un Reporte Especial del tema de Emprendimiento de los Empleados tal como se ha hecho con otros temas especiales que ha abordado el GEM en años anteriores (educación para el emprendimiento, emprendimiento social, etc.)

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS ORGANIZACIONES CON ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS EMPLEADOS

La **Tabla 4-3** presenta la distribución de la actividad de los emprendedores, de acuerdo con la definición específica, a través del tamaño de las organizaciones donde trabajan (sobre la base de 52 países). Al parecer la actividad emprendedora de los empleados se produce en las organizaciones de todos los tamaños. En términos absolutos la EEA es más frecuente en organizaciones de tamaño medio, lo cual es mayor en Chile. En las economías impulsadas por la innovación también es abundante en las grandes organizaciones, mientras que en las economías basadas en la eficiencia es relativamente frecuente en las organizaciones pequeñas. Para el caso de Chile, la actividad emprendedora de los empleados es mucho menor en empresas pequeñas.

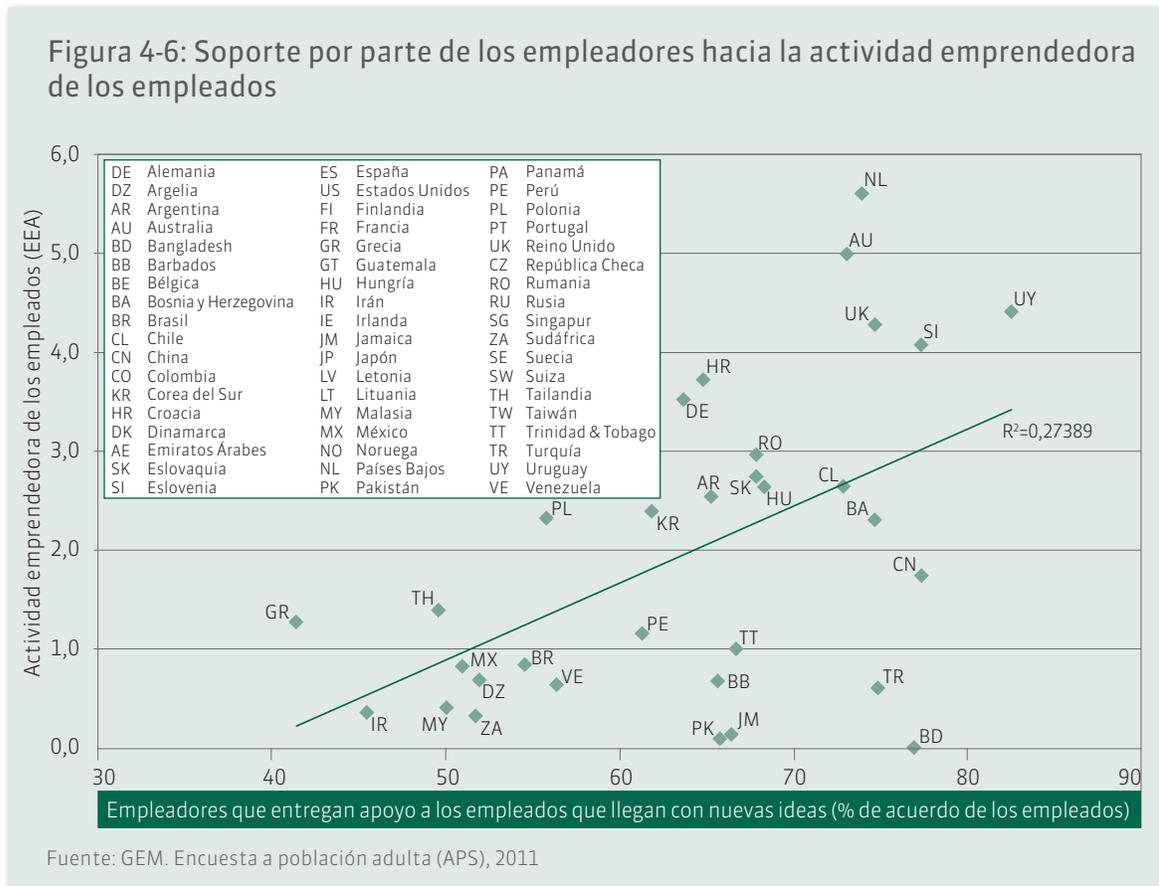
Tabla 4-3: distribución de la actividad emprendedora de los empleados entre el tamaño de la organización (año 2011)

	ECONOMÍAS BASADAS EN LA EFICIENCIA	ECONOMÍAS BASADAS EN LA INNOVACIÓN	TODAS LAS ECONOMÍAS	CHILE
Tamaño de la organización				
< 10 empleados	28	15	22	8
10-249 empleados	41	44	43	56
> 250 empleados	21	34	27	35
Sin información	10	7	8	1

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Otro aspecto importante a considerar es cómo los empleados perciben si reciben o no apoyo por parte de las organizaciones en las cuales trabajan. Para esto se preguntó a los empleados si ellos consideraban que sus empleadores los ayudan cuando ellos presentan nueva ideas de negocios.

La **Figura 4-6** muestra esta relación que si bien no es muy alta, es positiva y da cuenta de que en general el tener apoyo de la organización es importante para tener una EAA. En Chile, el 73% de estos empleados manifestó que sí contaban con el apoyo de sus organizaciones.



4.4 ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPLEADOS EMPRENDEDORES

La **Tabla 4-4** presenta las tasas de prevalencia de la actividad emprendedora de los empleados, de acuerdo con la definición específica, desglosados por edad, género, educación y los ingresos del ho-

gar (en base a 52 países y en Chile). En cuanto a la distribución por edad, la actividad de los emprendedores sigue una forma de U invertida, con mayores tasas de prevalencia en los grupos de edad entre 25 y 54 años de edad. Este patrón es muy similar a la de los emprendedores en etapas iniciales. Sin embargo, dentro del rango de edad de 25-54 años, la actividad emprendedora de los empleados es más frecuente comparado con el TEA, lo cual también se ve reflejado en el caso de Chile¹³.

¹³ De Jong y otros (2011) explican que hay un fenómeno doble: la motivación y la capacidad percibida para participar en actividades de las emprendedoras disminuye con la edad, lo que puede implicar una relación negativa entre la edad y la motivación la actividad emprendedora de los empleados. Sin embargo, la experiencia aumenta con la edad. Suponiendo que ambos factores tienen valores de umbral por debajo del cual ninguna cantidad del otro puede compensar, los empleados en el rango de edad media serían más propensos a involucrarse en una actividad emprendedora.

En segundo lugar, existen diferencias significativas de género, teniendo los empleados de sexo masculino en promedio, casi el doble de probabilidades de estar involucrados en la actividad emprendedora de los empleados. Esto se ve claramente reflejado en el caso chileno donde el 68% de los EAA son hombres. Este patrón en general es muy similar a la de los emprendedores en etapas iniciales. Diversos estudios muestran estos patrones, incluso usando los propios datos del GEM (Amorós y otros, 2012). Algunos factores como la participación laboral femenina pueden determinar una mayor o menor participación de las mujeres en la EAA.

En tercer lugar se observa que la actividad emprendedora de los empleados está relacionada con mayores niveles de educación, lo cual puede estar relacionado en parte con los requisitos de capital humano que requieren las actividades de innovación. Además, mejores niveles de empleo ofrecen una mayor autonomía a las personas y ofrecen más oportunidades para el desarrollo de las redes sociales, que son a la vez algo que propicia la actividad emprendedora de los empleados (De Jong y otros, 2011). Por último, y de acuerdo con los resultados en materia de educación, también la **Tabla 4-4** muestra que la actividad emprendedora de los empleados es más frecuente en los niveles de ingresos más altos; aspecto que es más evidente en el caso de Chile.

Tabla 4-4: Demografía de la actividad emprendedora de los empleados

	ECONOMÍAS BASADAS EN LA EFICIENCIA		ECONOMÍAS BASADAS EN LA INNOVACIÓN		TODAS LAS ECONOMÍAS		CHILE	
	% de la población (18-64)	% Total EEA	% de la población (18-64)	% Total EEA	% de la población (18-64)	% Total EEA	% de la población (18-64)	% Total EEA
Edad								
18-24	1.1	13%	1.4	7%	1.2	8%	0.4	3%
25-34	2.5	30%	4.9	23%	3.7	25%	3.1	31%
35-44	2.3	27%	6.2	30%	4.2	29%	3.8	36%
45-54	1.5	17%	5.4	26%	3.4	23%	2.9	19%
55-64	1.1	13%	3	14%	2	14%	2.2	10%
Género								
Mujeres	1.3	36%	3.1	36%	2.2	36%	1.7	32%
Hombres	2.3	64%	5.7	64%	4	64%	3.6	68%
Educación								
Básica	0.3	5%	0.8	7%	0.5	6%	0	0%
Media	1.4	23%	3.1	26%	2.2	25%	1.6	21%
Superior	4.2	72%	8.1	68%	6.1	69%	6.1	79%
Ingresos								
Bajos	0.5	7%	1.3	9%	0.9	8%	0	0%
Medios	1	15%	3	20%	2	18%	0.6	6%
Altos	3.2	48%	8.2	54%	5.7	52%	4.3	89%
Perdidos	2	30%	2.6	17%	2.4	21%	0.5	5%

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Nota: basado en los promedios simples de cada fase de desarrollo económico.

PERCEPCIONES E INTENCIONES DE LOS EMPLEADOS EMPRENDEDORES

Existe evidencia de que los empleados emprendedores comparten varios rasgos con los emprendedores independientes, como las actitudes hacia el riesgo, locus de control interno, la extroversión y la apertura a nuevas experien-

cias (Caliendo et al., 2011; De Jong et al., 2011). Aunque no se cuenta con datos sobre estos rasgos específicos en esta muestra, el GEM da alguna información sobre las percepciones hacia el emprendimiento de todos los encuestados. Sobre esta base, la **Tabla 4-5** muestra cómo en promedio para las economías impulsadas por la eficiencia y las impulsadas por la innovación

algunas de las percepciones varían entre los empleados emprendedores, otros empleados y trabajadores autónomos. En el caso de Chile, estas diferencias son más marcadas, salvo la pregunta sobre percepción de oportunidades, donde los tres grupos son similares. En general, tanto los empleados emprendedores como los emprendedores independientes, tienen mejores opiniones que los empleados dependientes. Estas observaciones pueden proporcionar una confirmación adicional de la premisa básica de que la actividad emprendedora de los empleados puede ser considerada como un tipo especial de emprendimiento.

Un dato interesante es que el deseo de iniciar un negocio de forma independiente también es mucho mayor entre los empleados emprendedores. Tomando los individuos clasificados como emprendedores en etapas iniciales (y suponiendo que no se cuentan doble), en las economías impulsadas por la eficiencia, un 50% de los empleados emprendedores manifiesta un deseo positivo a ser emprendedores independientes. En las economías basadas en la innovación, la proporción es del 25%. En el caso particular de Chile, un 58,2% de los empleados independientes manifiesta que quieren emprender un negocio independiente. La intención en los otros empleados es del 48%.

Tabla 4-5: Percepciones sobre el emprendimiento en empleados emprendedores, empleados generales y emprendedores independientes

	ECONOMÍAS BASADAS EN LA EFICIENCIA COMO %			ECONOMÍAS BASADAS EN LA INNOVACIÓN COMO %			CHILE COMO %		
	Emprendedores empleados	Otros empleados	TEA	Emprendedores empleados	Otros empleados	TEA	Emprendedores empleados	Otros empleados	TEA
¿Conoce personalmente a alguien que haya comenzado un negocio recientemente?	62	37	48	50	29	45	52	33	60
¿Considera que existen buenas oportunidades de negocio en el área donde vive?	54	43	58	52	30	33	58	56	64
¿Considera que posee los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio?	80	50	74	66	40	79	82	59	87
El miedo a fracasar le impide iniciar un nuevo negocio	32	39	29	35	47	34	21	32	20

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS EMPLEADOS

En esta sección se muestran algunas características propias de la operación del proyecto o nuevo negocio en que se involucran los empleados emprendedores. Estas características están basadas en una serie de preguntas opcionales que se hicieron en 32 de los países participantes.

La **Tabla 4-6** muestra que un 40% de todos los empleados emprendedores asume riesgos personales. La cifra correspondiente es del 50% en las economías impulsadas por la eficiencia y el 30% en las economías impulsadas por la innovación. Esto sugiere que la actividad de los empleados emprendedores es una actividad más riesgosa en los países de menores ingresos en comparación con los países de mayores ingresos. Para el caso de Chile la percepción de riesgo es aún mayor con un 55%.

Tabla 4-6: Riesgo asumido por los empleados emprendedores

	ECONOMÍAS BASADAS EN LA EFICIENCIA	ECONOMÍAS BASADAS EN LA INNOVACIÓN	TODAS LAS ECONOMÍAS	CHILE
Riesgo asumido por los empleados emprendedores (% de respuestas afirmativas)	50	32	42	55
Tipo de riesgo asumido				
- pérdida de estatus	36	46	40	37
- daño a la carrera profesional	44	42	43	41
- pérdida del empleo	36	27	33	50
- pérdida de capital propio	46	35	42	58

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Para analizar con detalle la percepción de riesgo, se distinguieron cuatro categorías: pérdida de estatus, el daño a la carrera profesional, la pérdida de empleo y la pérdida de dinero propio invertido en la nueva actividad. La misma Tabla 4-6 muestra que el daño a la carrera se menciona casi por igual en las economías impulsadas por la eficiencia y por las orientadas a la innovación. La pérdida de estatus se menciona con más frecuencia en las economías impulsadas por la innovación, mientras que la pérdida de puestos de trabajo y pérdida de dinero se mencionan con más frecuencia en las economías impulsadas por la eficiencia. Para el caso de Chile, es más notorio el riesgo asociado con la pérdida de dinero seguido por la pérdida de empleo, siendo menor la pérdida de estatus que el promedio de los países analizados.

La Tabla 4-7 muestra la relación entre la nueva actividad y la organización en donde ésta se inicia. En primer lugar, la tabla muestra que en la gran mayoría de los casos (70%) de las nuevas actividades emprendedoras permanecen dentro de la organización a la que se desempeña el empleado emprendedor. Esto es válido sobre todo para las economías basadas en innovación (80%). En segundo lugar, la tabla muestra que la tecnología y/o procesos de negocio de la nueva actividad están estrechamente relacionados con las tecnologías centrales de la empresa (en casi el 60% de los casos). Para Chile, los indicadores son similares al promedio general siguiendo un patrón intermedio, siendo la relación con las tecnologías actuales de la empresa el indicador con un mayor valor.

Tabla 4-7: Relación entre la nueva actividad emprendedora y la relación con la organización

	ECONOMÍAS BASADAS EN LA EFICIENCIA	ECONOMÍAS BASADAS EN LA INNOVACIÓN	TODAS LAS ECONOMÍAS	CHILE
La actividad quedará alojada en la misma organización	61	80	70	66
Nueva entidad legalmente hablando:				
- Una nueva entidad está siendo creada	24	12	18	15
- Una nueva entidad se creará	16	8	12	19
Relación con la tecnología/proceso central de la organización				
- Muy relacionada	57	59	58	61
- Parcialmente relacionada	32	26	29	26
- No relacionada	11	15	13	13

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Para finalizar esta sección, la **Tabla 4-8** muestra el nivel de apoyo que los empleados emprendedores reciben de su empleador cuando ellos vienen con ideas para nuevos productos o servicios. Esta pregunta se realizó a todos los empleados, por lo tanto, nos permite comparar las respuestas de los empleados emprendedores y otros empleados. Los datos muestran que las experiencias de los empleados emprendedores difieren sustancialmente de las percepciones o experiencias anteriores de otros empleados. El 40% de los casos los empleados emprendedores informan que su empleador está dispuesto a ofrecer algún tipo de apoyo, mientras que más del 50% reportan que reciben apoyo en gran medida. No hay diferencias significativas entre los tipos de

economías. Estos altos niveles de apoyo de los empleadores puede ser una de las razones por las cuales sólo el 42% de los empleados emprendedores informan que asumió personalmente los riesgos de involucrarse en la nueva actividad, tal como se indica en la tabla anterior. Los indicadores para Chile muestran que la percepción del total apoyo es menor al promedio (48% vs. 53% en promedio) y por consiguiente algún tipo de apoyo y ningún apoyo son mayores al promedio. Por último, como se muestra en la mitad inferior de la tabla, otros empleados (que no son considerados emprendedores) informan porcentajes sustancialmente más bajos de apoyo por parte de su empleador, aunque en Chile hay un mayor apoyo si se compara con el promedio.

Tabla 4-8: Soporte de los empleadores a las iniciativas emprendedores de los empleados

	ECONOMÍAS BASADAS EN LA EFICIENCIA	ECONOMÍAS BASADAS EN LA INNOVACIÓN	TODAS LAS ECONOMÍAS	CHILE
Empleadores de los emprendedores				
- Mucho soporte	53	53	53	48
- Algo de soporte	38	40	39	42
- Sin soporte	9	7	8	10
Empleadores de los otros trabajadores				
- Mucho soporte	21	24	22	31
- Algo de soporte	43	43	43	42
- Sin soporte	36	33	35	27

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

ASPIRACIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS EMPLEADOS

En esta sección se analizan las aspiraciones de la actividad de los empleados emprendedores. En primer lugar, la **Tabla 4-9**, que se basa en los datos de 52 economías, muestra que los empleados emprendedores tienen sustancialmente más altas expectativas de creación de empleos para su nueva actividad comparando con los indicadores del TEA (emprendedores nacientes y nuevos empresarios). Estas expectativas de creación de más fuentes de trabajo pueden estar

relacionado con indicadores relativamente altos de aspiración y/o de competencia de los empleados emprendedores, como se sugiere por sus altos niveles de educación e ingresos, y para un mejor acceso a los recursos para lograr el crecimiento, según lo sugerido por los altos indicadores de apoyo de los empleadores como se informó en la sección anterior. En el caso de Chile es aún más notorio el alto grado de aspiración en cuanto a creación de empleo que tienen tanto los emprendedores independientes como ya se había discutido en la Sección 2, así como los empleados emprendedores, donde el 51% manifestó un deseo de crear 20 o más empleos.

Tabla 4-9: Expectativas de creación de empleo por parte de los empleados emprendedores vs. TEA

	SIN EMPLEO/ EMPLEADOS	1-5 EMPLEADOS	6-19 EMPLEADOS	20 O MÁS EMPLEADOS
Economías basadas en la eficiencia				
Emprendedores empleados	1	25	27	47
Emprendedores nacientes	6	49	28	18
Dueños de nuevos negocios	13	47	24	16
Economías basadas en la innovación				
Emprendedores empleados	5	26	25	44
Emprendedores nacientes	16	47	21	17
Dueños de nuevos negocios	22	48	16	15
Chile				
Emprendedores empleados	0	21	28	51
Emprendedores nacientes	5	48	31	16
Dueños de nuevos negocios	4	49	27	20

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Adicionalmente tal como se analizó para los emprendedores independientes (TEA), se estudiaron los niveles de competitividad e innovación relativa de la nueva actividad. Un indicador consiste en la percepción de que si el bien o servicio que es nuevo y desconocido para los clientes de la organización empresarial de los empleados. Los resultados mostrados en la **Tabla 4-10** sugieren que el 70% de los empleados emprendedores evalúan los productos o servicios como

nuevos por lo menos para algunos de los clientes de la organización. En este sentido, los empleados emprendedores parecen ser aún más innovadores que los emprendedores en etapas iniciales, especialmente en las economías impulsadas por la innovación. El caso de Chile es mucho más notorio respecto a la percepción de novedad donde el 39% de los empleados emprendedores manifestó que sus productos o servicios eran nuevos para sus clientes.

Tabla 4-10: Percepción del grado de novedad de los productos o servicios hacia los clientes por parte de los empleados emprendedores comparado con TEA (en porcentaje de respuestas afirmativas)

	TODOS	ALGUNOS	NINGUNO
Economías basadas en la eficiencia			
Emprendedores empleados	28	43	29
Emprendedores nacientes	27	36	37
Dueños de nuevos negocios	24	33	42
Economías basadas en la innovación			
Emprendedores empleados	30	38	32
Emprendedores nacientes	18	29	53
Dueños de nuevos negocios	14	27	59
Todas las economías			
Emprendedores empleados	29	41	30
Emprendedores nacientes	21	31	48
Dueños de nuevos negocios	19	31	50
Chile			
Emprendedores empleados	39	53	8
Emprendedores nacientes	47	43	10
Dueños de nuevos negocios	51	40	9

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

Finalmente en esta sección, se muestra la innovación de empleados emprendedores vis-à-vis frente a los emprendedores en etapas iniciales, respecto a sus percepciones de cómo muchos competidores están ofreciendo el mismo producto o servicio a los clientes. Como lo muestra la **Tabla 4-11**, al parecer, también en este sentido la singularidad de los productos desarrollados por los empleados emprendedores parece ser más alta que la exclusividad de los productos ofrecidos por emprendedores en etapas iniciales. Una vez más, esto es particularmente más notorio en el caso de las economías impulsadas por la innovación. En estas economías, sólo una tercera parte de los empleados emprendedores evaluaron que muchos competidores están ofreciendo el mismo producto o servicio a los clientes, mientras un 44% de los emprendedores nacientes y el 58% nuevos empresarios. De nuevo en el caso de Chile la percepción es mucho mayor ya que un

30% de los empleados emprendedores opinaron que no había competidores para sus productos o servicios. Adicionalmente en Chile se preguntó a quienes iban dirigidos los productos o servicios de esta nueva iniciativa emprendedora respecto a los clientes de la organización. Resulta interesante que un 60,4% de los empleados emprendedores manifestara que estos productos o servicios iban dirigidos a clientes actuales frente a un 17% que respondió que eran nuevos clientes. El 6,5% dijo que no había clientes para dichos productos o servicios y finalmente 16,1% que era tanto para nuevos como actuales clientes. De esto se puede inferir que al no haber mucha diversificación, tal como se mostró en la **Tabla 4-7** de las secciones anteriores, los esfuerzos si bien novedosos y relativamente competitivos se enfocan principalmente a la cartera de clientes actuales, lo cual hace disminuir el potencial riesgo del proyecto.

Tabla 4-11: Percepción del grado de competidores que ofrecen los mismos productos o servicios para empleados emprendedores vs. TEA

	MUCHOS COMPETIDORES	ALGUNOS COMPETIDORES	NINGÚN COMPETIDOR
Economías basadas en la eficiencia			
Emprendedores empleados	28	43	29
Emprendedores nacientes	27	36	37
Dueños de nuevos negocios	24	33	42
Economías basadas en la innovación			
Emprendedores empleados	30	38	32
Emprendedores nacientes	18	29	53
Dueños de nuevos negocios	14	27	59
Todas las economías			
Emprendedores empleados	29	41	30
Emprendedores nacientes	21	31	48
Dueños de nuevos negocios	19	31	50
Chile			
Emprendedores empleados	39	53	8
Emprendedores nacientes	47	43	10
Dueños de nuevos negocios	51	40	9

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2011

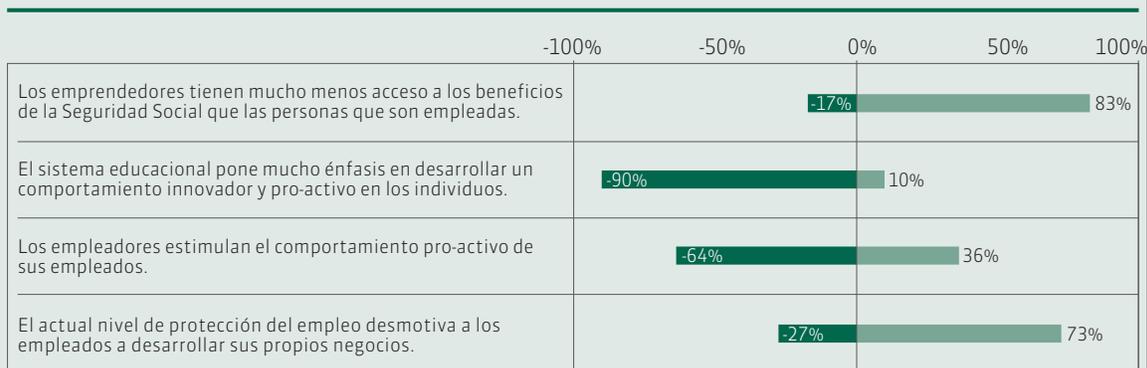
4.5 OPINIÓN DE LOS EXPERTOS EN CHILE SOBRE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS EMPLEADOS

En esta sección se analizarán una serie de preguntas que fueron añadidas a la encuesta a expertos (NES) con motivo del tema especial de la actividad emprendedora de los empleados. Estas preguntas tienen como finalidad el poder contrastar la información proporcionada por la población adulta que fue encuestada mediante la APS y que fue analizada en las secciones anteriores de este capítulo con la evaluación de informantes claves. Este ejercicio permite tomar en consideración elementos de las condiciones del contexto en este caso de las organizaciones en donde se lleva a cabo o existe un potencial emprendedor por parte de los empleados.

Un primer grupo de preguntas analiza el contexto más macro, es decir si existen condiciones del contexto emprendedor general del país para incentivar la actividad emprendedora de los empleados. Estas preguntas están relacionadas con

aspectos institucionales formales así como la incidencia de estos aspectos en la “cultura organizacional” pro-emprendimiento. Como se observa en la **Figura 4-7**, en la opinión de los expertos existe una fuerte crítica sobre todo al aspecto relativo a la educación. Este aspecto que como se ha dado cuenta en otros reportes (Poblete y Amorós, 2011) y en la evaluación de la actividad emprendedora independiente en este reporte es uno con las peores evaluaciones. Por otro lado, el sistema de protección del empleo y la propia seguridad social según la opinión de los expertos desincentiva el emprendimiento independiente por lo que de cierto modo podría favorecer el “intra-emprendimiento”. De hecho, cuando se comparan las evaluaciones de los expertos consultados en todos los países que participaron en el tema especial existe una correlación positiva y significativa de 0,49 entre la tasa de emprendimiento de los empleados y la pregunta específica sobre la protección social a los emprendedores independientes. Finalmente menos crítica, pero con mayoría de evaluaciones negativas está la percepción sobre el apoyo general de las organizaciones hacia el estímulo al comportamiento pro-emprendimiento de los empleados.

Figura 4-7: Evaluación del contexto general nacional para las actividades emprendedoras de los empleados



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

El segundo grupo de preguntas se refiere al apoyo formal que se da por parte de las organizaciones a las iniciativas emprendedoras de los empleados. Como se puede observar en la Figura 4-8 la opinión de los expertos es bastante crítica respecto a estos mecanismos de apoyo. Tanto las restricciones formales para usar recursos así como el apoyo de los empleadores y de los colegas tienen en su mayoría (cerca al 70%) opiniones negativas. Esto se condice parcialmente con la opinión de los propios emplea-

dos emprendedores y los empleados en donde si bien el porcentaje de opiniones positivas respecto al apoyo de los empleadores es mayor (48% y 31% respectivamente según se analizó en la sección 3), aún existen brechas que son evaluadas de forma más crítica por los expertos. Asimismo es interesante ver cómo según la opinión de los expertos la alta jerarquización y centralismo en la toma de decisiones está presente tanto en las empresas grandes como aquellas de menor tamaño.

Figura 4-8: apoyo organizacional para las actividades emprendedoras de los empleados



Fuente: GEM. Encuesta a expertos nacionales (NES), 2011

Como conclusión de esta sección se puede inferir que el contexto general para “intra-emprender” en Chile, según opinión de los expertos, presenta ciertos déficits y brechas sobre todo por parte de las propias empresas. Como ya se ha analizado la actividad emprendedora de los empleados en el país, si bien es una de las más altas en términos absolutos comparadas con las economías basadas en eficiencia, aún está lejos de los indicadores de los países más desarrollados. Sin duda este es un aspecto que también se puede abordar desde la política pública con pro-

yectos y programas que den incentivos para que las empresas establecidas puedan apoyar a sus empleados emprendedores como por ejemplo incentivos a la innovación (ya existen mecanismos actuales de rebajas tributarias a gastos relacionados con I+D) o créditos complementarios para proyectos destinados a crear “spin-offs”¹⁴ que demuestren alto potencial de crecimiento. El principal compromiso debe venir de las organizaciones sobre todo las empresas privadas, que es donde se presenta la mayoría de la actividad emprendedora de los empleados.

¹⁴ La CORFO y el BID tuvieron un proyecto piloto de esta naturaleza, pero los alcances del mismo fueron limitados.

5. Consideraciones finales

Con la colaboración de Carlos Albornoz

El emprendimiento en su concepto general es un tema de creciente reconocimiento por parte de los diversos actores sociales. En su concepción como actividad económica es en la actualidad un fenómeno instalado en las discusiones del ámbito público y privado. Como se ha manifestado (y comprobado por este y otros proyectos de investigación) los emprendedores cumplen un rol fundamental en el desarrollo de los países, ya sea a través de la generación de puestos de trabajo, como en la entrega de nuevos productos y servicios a la sociedad. Los diseñadores de políticas públicas, conscientes de este hecho, han tratado de enfocarse cada vez más en fomentar el “espíritu emprendedor” de la población y entregar mayores facilidades para la generación de nuevos negocios. Bajo este escenario, el proyecto GEM Chile, siendo el mayor proyecto de investigación que analiza la propensión de la población para participar en actividades emprendedoras, entrega datos comparables a nivel internacional, los que a su vez pueden compararse entre años, permitiendo analizar la evolución de esta actividad en nuestro país. El Reporte GEM Chile de este año ofrece resultados interesantes de discutir.

Primero, se observan los cambios en las actitudes emprendedoras de la población en Chile. Si bien se observa una leve disminución en la apreciación de oportunidades futuras y lo mismo ocurre respecto a las capacidades percibidas, estos cambios no son significativos, sin embargo, eventualmente podrían dar indicios de que la población cada vez está comenzando a comprender de forma más acabada lo que significa emprender y

todo lo que conlleva la creación de un nuevo negocio. Cabe señalar que la relación inversa entre actitud e intención que se dio en el GEM de este año es consistente con algunos estudios recientes (Muñoz, Mosey, & Binks, 2011; von Graevenitz, Harhoff, & Weber, 2010). Aquellos que con poco conocimiento y habilidades manifestaban la intención de querer iniciar un negocio, con más información desisten de hacerlo. Por otra parte, aquellos que perseveran en su intención, pasan a la siguiente etapa y emprenden acciones concretas para hacer realidad su idea de negocio. Lo anterior queda manifestado precisamente en la disminución que se observa en la autoconfianza y el incremento de la acción emprendedora. Es posible que el aumento en la cultura emprendedora que se viene gestando hace años –y que es capturado cada reporte nacional del GEM–, podría contribuir a que muchos de los que antes no se reconocían emprendedores, porque su negocio era pequeño o porque aún conservaban su trabajo como empleados, hoy no duden reconocerse como tales.

De la intención se desprende el segundo punto que es un aumento significativo en la actividad emprendedora, pese a que los niveles de empleo en el 2011 han sido los más altos desde 1996. En general lo que se ha observado es que cuando hay más oferta de empleo, las personas se interesan menos por emprender, especialmente si se trata de emprendimiento por necesidad (Acs & Amorós, 2008; Shane, 2008). La actividad emprendedora en etapas iniciales en Chile creció de un 17% en 2010 a un 24% el 2011. Considerando que una proporción del emprendimiento que registra el

GEM es emprendimiento por necesidad, el aumento en el país se dio tanto en los indicadores por oportunidad, como en los de necesidad. Conscientes de que el emprendimiento debe explicarse a partir de múltiples causas, se intentará dilucidar la lógica detrás de los indicadores que más llamaron la atención en este reporte.

Las cifras de empleo pueden ayudar a comprender mejor los resultados del GEM 2011. Si se mira el aumento en la actividad emprendedora, se ve que éste se da especialmente entre los jóvenes, adultos mayores, y mujeres, justamente los segmentos de la población en donde hay mayores índices de desempleo. El desempleo del grupo 20-24 es de 15,4%, lo que equivale a 8,8 puntos porcentuales por sobre la tasa del país. La tasa de desempleo femenino es de 7% comparado con el 4,1% que se da en hombres. El auge en la economía y el bajo desempleo han aumentado la demanda de trabajadores de alto capital humano y social. La mayor demanda se ha traducido en mayores sueldos para ejecutivos y profesionales de alta especialización técnica y administrativa. Estos profesionales se encuentran en el segmento etario ubicado entre los 30 y los 50 años. Para este grupo el costo alternativo de involucrarse en un negocio propio ha subido. Si sube el costo de oportunidad de la población con mayor capital humano y social, y las condiciones para emprender son favorables, la actividad emprendedora se desplaza a aquellos segmentos con un menor costo de oportunidad de emprender. En este caso el aumento de la actividad emprendedora en Chile se ha concentrado en los menores de 30, los mayores de 60 años, y en las mujeres.

Un tercer punto es con respecto a las aspiraciones emprendedoras donde también se observan aspectos positivos, principalmente en relación a la generación de empleo. Chile se destaca por ser el país de la OECD que, considerando el periodo 2009-2011, posee a los emprendedores con mayores intenciones de generar nuevos puestos de trabajo. Al comparar estas cifras con las del año anterior, también se observa que aumentan los emprendedores, tanto iniciales como esta-

blecidos, que tienen expectativas de generar 20 o más empleos a futuro. Asimismo, nuestro país se destaca entre los países de la OECD por el alto porcentaje de emprendedores que consideran estar involucrados en nuevos mercados ofreciendo productos o servicios que también se consideran nuevos o novedosos para estos mercados. Este valor, cercano al 50% de los emprendedores en etapas iniciales, permite clasificar a Chile como un país donde pese a que no se caracteriza por el desarrollo de la frontera tecnológica, sí incorpora rápidamente la innovación.

El contexto para el emprendimiento durante el 2011 también mejoró en comparación al ciclo anterior que, a juicio de los expertos, fue muy adverso. En comparación al año 2009, el cambio en la administración del Estado y el escenario post terremoto, pudo haber afectado negativamente el funcionamiento de las agencias de gobierno dedicadas al emprendimiento durante el 2010. Así el 2011 muestra mejoras en relación al rol desempeñado por la política pública y los programas gubernamentales. El consistente esfuerzo en políticas públicas de la última década estaría contribuyendo al aumento en la intención de emprender de los chilenos. La simplificación de trámites para iniciar negocios que se materializó durante el 2011 hizo pasar a Chile del puesto 62 del mundo en 2010 al puesto número 27 en 2011 en el ranking global Doing Business. Este ranking compara más de 60 países en cuanto a que tan fácil es comenzar un negocio en cada uno de ellos (www.doing-business.com). Estos avances en la percepción de los expertos ciertamente plasman los esfuerzos que se han materializado en esta materia. Por su parte, durante el año 2009 las agencias de gobierno dedicadas a promover el emprendimiento cosecharon el trabajo de cuatro años de administración e incluso canalizaron algunas políticas contra cíclicas para combatir la crisis del 2009. Durante 2010, por el contrario, hubo renovación de equipos en agencias gubernamentales y en varias regiones se priorizó la reconstrucción por sobre la entrega de apoyo a los emprendedores. Por otra parte, es importante destacar un aspecto negativo que se percibe en relación al apoyo

financiero para el desarrollo de la actividad emprendedora, la que se explicaría principalmente por la escasez de fondos de capital propio y las dificultades que se perciben para obtener créditos de instituciones privadas. A partir de lo anterior, las principales recomendaciones entregadas por los expertos tienen relación con la disminución de trámites burocráticos, el fomento de capacitaciones y difusión de las diferentes opciones que hay de financiamiento.

Finalmente, este año se profundizó en el análisis del emprendimiento corporativo. Dentro de las economías basadas en eficiencia, Chile destaca porque alrededor del 13% de los empleados ha participado paralelamente en alguna actividad emprendedora dentro de la organización donde trabajan durante los últimos tres años y cerca del 10% está involucrado actualmente. A nivel mundial, si bien son los países nórdicos quienes liderarían en caso de realizarse un ranking, Chile presenta indicadores similares a los de economías desarrolladas. Esto podría tener una fuerte implicancia que ayudaría a explicar parcialmente el aumento de la actividad emprendedora observada en este ciclo. Una característica de este grupo de emprendedores es que poseen altas expectativas de crecimiento manifestadas en las expectativas de generación de empleo, lo cual demuestra el alto grado de optimismo que poseen y el potencial beneficio que pueden entregarle al país.

A partir de los resultados que se obtuvieron en este ciclo el desafío es grande. Por un lado, no

sólo es importante mantener los indicadores de actividad emprendedora, sino más importante aún, es disminuir aquellos que son generados por la incapacidad del mercado de ofrecer otras alternativas de subsistencia. Una economía que va camino al desarrollo debiera manifestar una disminución de emprendimiento por necesidad al mismo tiempo que el emprendimiento por oportunidad sube. Análogamente es necesario que la calidad de los emprendedores aumente, permitiéndoles a sus empresas crecer no sólo financieramente, sino creando nuevos puestos de trabajo, así también que sean capaces de generar valor y movilizar recursos. De ahí que los datos del GEM 2011 siguen mostrando una tarea pendiente: un gran porcentaje de emprendimiento en Chile sigue siendo por necesidad y la concentración de la actividad emprendedora se da en aquellos segmentos de la población que tienen menos oferta laboral. Esa realidad llama a preguntarse por la calidad de los empleos y los emprendimientos que se están produciendo.

Pese a lo anterior, el buen clima de negocios y la cultura emprendedora está permeando la realidad local. Ello traerá no sólo beneficios para la economía, sino también para la vida de esos aventureros que a partir de su creatividad, talento y gestión encontrarán un sentido adicional para vivir, contribuir a su comunidad, y ser felices. Como equipo GEM Chile reafirmamos nuestro compromiso, aportando datos desde diferentes dimensiones relacionadas con el individuo emprendedor que permita generar una economía sólida basada en el emprendimiento.

6. Referencias

Acs, Z. (2006). How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth? *Innovations Technology Governance Globalization*, 1(1): 97-107.

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

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

Acs, Z. J. & L. Szerb (2011). *Global Entrepreneurship and Development Index 2011*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Acs, Z. J. & 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, & B. Carlsson (2003). *The Missing Link: The Knowledge Filter and Endogenous Growth*, Center for Business and Policy Studies. Stockholm, Sweden.

Amorós, J. E., M. Guerra, O. Pizarro, & C. Poblete (2012). *Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2010-2011*. Ediciones Universidad del Desarrollo: Santiago de Chile.

Amorós, J.E., C. Fernández, & J. Tapia (2011). Quantifying the Relationship Between Entrepreneurship and Competitiveness Development Stages in Latin America. *International Entrepreneur-*

ship and Management Journal Forthcoming. DOI: 10.1007/s11365-010-0165-9.

Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98, 893-919.

Boettke, P. & C. Coyne, (2003). Entrepreneurship and Development: Cause or Consequence? *Advances in Austrian Economics* 6, 67-88.

Bosma, N.S., S. Wennekers, & J.E. Amorós (2012). *Global Entrepreneurship Monitor, 2011 Extended Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.

Bosma, N.S. (2011). Entrepreneurship, Urbanization Economies and Productivity of European Regions, In M.F. Fritsch (ed.) *“Handbook of Research on Entrepreneurship and Regional Development*, Cheltenham (UK); Northampton, MA (USA): Edward Elgar, 107-132.

Bosma, N.S. & J. Levie (2010). *Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.

Bosma, N.S., K. Jones, E. Autio, & J. Levie (2008). *Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.

Caliendo, M., F. Fossen & A. Kritikos (2011). Personality Characteristics and the Decision to Become and Stay Self-Employed. SOEP papers on Multidisciplinary Panel Data Research. DIW Berlin

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

Choi Y.R. & P.H. Phan (2006). The influences of economic and technology policy on the dynamics of new firm formation. *Small Business Economics*, 26: 493-503.

De Jong, J., S. Parker, S. Wennekers, & C. Wu, (2011). Corporate Entrepreneurship at the Individual Level: Measurement and Determinants. EIM Research Report H201108, Zoetermeer: EIM.

Ghoshal, S., M. Hahn & P. Moran (1999). Management competence, firm growth and economic progress, *Contributions to Political Economy* 18, 121-150.

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

Guth W. & A. Ginsberg (1990). Guest editors' introduction: corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, Summer Special Issue 11: 5-15.

Hammann, E. (2006). Decentralized Leadership Implementing a Corporate Entrepreneurship Culture from Outside In. Employee Entrepreneurship Workshop, MPI Jena.

Hessels, J., I. Grilo, R. Thurik & P. van der Zwan (2010). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement. *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3): 447-471.

Kelley, D., Bosma, N. & J.E. Amorós (2011). *Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global Report*. Babson Park MA, Santiago, Chile: Babson College, Universidad del Desarrollo.

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

Levie, J. & E. Autio (2011). Regulatory Burden, Rule of Law & Entry of Strategic Entrepreneurs: An International Panel Study. *Journal of Management Studies*, 48: 1392-1419.

Lucas, R. E. (1978). On the Size Distribution of Firms. *Bell Journal of Economics*, 9 (2): 508-23.

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

Muñoz, C. A., S. Mosey, & M. Binks (2011). Developing Opportunity- Identification Capabilities in the Classroom : Visual Evidence. *Academy of Management Learning & Education*, 10(2), 277-295.

Parker, S. (2009). Why do small firms produce the entrepreneurs? *The Journal of SocioEconomics*, 38: 484-494.

Pinchot, G., III. (1985). *Intrapreneuring*. New York: Harper and Row.

Poblete, C. & J.E. Amorós (2010). Condiciones del contexto para el emprendimiento en Chile: Un análisis de 5 años. Ediciones Universidad del Desarrollo: Santiago, Chile.

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

OECD (2009). *Is Informal Normal? Towards More and Better Jobs in Developing Countries*, Paris: OECD.

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

- Schwab, K. (2011) Global Competitiveness Report 2011-2012. World Economic Forum. Geneva, Switzerland, Disponible en línea <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-2011-2012/>
- Shane, S. (2008). The Illusions of Entrepreneurship: The Costly Myths That Entrepreneurs, Investors, and Policy Makers Live By (p. 224). Yale University Press. Retrieved from <http://www.amazon.com/Illusions-Entrepreneurship-Costly-Entrepreneurs-Investors/dp/0300113315>
- Shane, S. & S. Venkataraman (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.
- Sharma, P. & J.J. Chrisman (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3): 11-27.
- Stam, E., N. Bosma, A. Van Witteloostuijn, J. De Jong, S. Bogaert, N. Edwards & F. Jaspers (2012). Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy, AWT report, 41. The Hague: AWT.
- Von Graevenitz, G., D. Harhoff & R. Weber (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 90-112. Elsevier B.V. doi:10.1016/j.jebo.2010.02.015
- Wennekers, S., A. Van Stel, M. Carree & A.R. Thurik (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 6(3):167-237.
- Wong, P. K., P. Ho & E. Autio (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM Data. *Small Business Economics*, 24 (3): 335-50.
- Zahra, S., I. Filatotchev & M. Wright (2009). How Do Threshold Firms Sustain Corporate Entrepreneurship? The Role of Boards and Absorptive Capacity, in: *Journal of Business Venturing*, Vol. 24, No. 3, S. 248-260.

7. Expertos consultados

Agradecemos, nuevamente, a todos los expertos que de forma desinteresada contribuyeron al presente Reporte GEM Nacional 2011. A continuación, el listado de sus nombres. Ante cualquier error y/u omisión en los nombres de la presente lista se ofrecen las disculpas correspondientes.

Abel Grant Díaz
 Adib Assed Merlez Quintar
 Adrián Magendzo
 Alberto Bengoechea
 Alberto Martínez Quezada
 Aldo Araneda
 Aldo Chipoco Jorquera
 Alejandra Aravena Castro
 Alejandra Carrasco Ulloa
 Alejandra Toro Sánchez
 Alejandro Poli Lauzon
 Alex Iván Rojas Delgado
 Alfonso Mujica Sotomayor
 Alfredo Arriagada Guital
 Alfredo Barriga
 Alfredo Montiglio Adami
 Alicia Ortíz Olivares
 Alicia Salas
 Álvaro Pinochet Flores
 Amanda Mila Zúñiga Acevedo
 Ana Delia Acuña Villarroel
 Ana María Ponce Cereceda
 Ana María Silva
 André Catalán Lobos
 Andrea Rojas Acuña
 Andrés Celis Montt
 Andrés Felmer Caucao
 Andrés Jara Valdivia
 Ángel Torres Poblete
 Ansonia Lillo Tor
 Antonella Pecchenino Lobos
 Ari Wurmman Abeliuk

Ariel Capetillo Méndez
 Arlette Ariane Ibarra
 Arnaldo Vilaxa Olcay
 Arturo Soto Coronado
 Ayu San Martín Li
 Bárbara González Olmos
 Bernardina Cisternas Arapio
 Bernardita Hormazábal U.
 Bernardita Ruffinelli Vargas
 Bernardo Guerrero
 Bernardo Riveros Donoso
 Blanca Ester Medina Bascuñán
 Bronia Castillo Lemée
 Bruno Tavelli Lara
 Bruno Trisotti Martínez
 Camilo Salazar De La Fuente
 Carlos Andrés Oliver Hernández
 Carlos Azocar Cabello
 Carlos Froilan Millar Etti
 Carlos Fuenzalida Cereceda
 Carlos H. Villarroel González
 Carlos Isaacs
 Carlos Pérez
 Carlos Riveros Astudillo
 Carlos Sainz
 Carlos Varas
 Carlos Venegas Revecó
 Carmen Del Río Pereira
 Carmen Gloria Aravena Acuña
 Carmen Ramírez
 Carmen Verónica San Martín W.
 Carol Campos Villanueva

Carolina Cortés Brown
 Carolina Pérez
 Carolina Rubio
 Catalina Gutiérrez
 Cecilia Amaya Arriagada
 Celia De Las Mercedes
 Christian Boada
 Christian Díaz Ramírez
 Christian Gimpel Muñoz
 Christian Linzmayer Chávez
 Christian Rodrigo Álvarez Mancilla
 Claudia González Zambrano
 Claudia Herrera Morales
 Claudia Ibáñez Guerra
 Claudia Paola Cabello Caroca
 Claudia Pinochet Castillo
 Claudia Silva Jaque
 Claudia Solange Jofré Goede
 Claudia Zapata La Torre
 Claudio González
 Claudio Jacques
 Claudio Marchant
 Consuelo Pino M.
 Corina Tapia Sobarzo
 Cornelio Chipana Herrera
 Cristián Campomanes Gutiérrez
 Cristián Cofré Arnes
 Cristián Montaña Viza
 Cristián Morales
 Cristián Moreno Terrazas
 Cristián Riveros Zepeda
 Cristián Rodríguez

Cristián Sayes Maldonado	Fernanda Vicente	Héctor Muñoz Hernández
Cristián Sotomayor Jorquera	Fernando Barraza González	Héctor Varas Meza
Cristina Estefanía Rojas Salvador	Fernando Cabrales Gómez	Herman Cortez Cortez
Cristóbal Philippi	Fernando Contreras Jara	Hermann Mondaca Raiteri
Dafna Michaud Muñoz	Fernando Cortez	Hernán Angel Milla
Daniel Díaz	Fernando Enrique Lee García	Hernán Cabrera Lolic
Daniel Elton Reyes	Fernando Herrera Henríquez	Hortensia Llanos Flores
Daniel Fuentealba Núñez	Fernando Marcelo Estay Áreas	Hugo Arancibia Santibáñez
Daniel Ramírez Gutiérrez	Francheska Medina Grandón	Hugo Beltrán Alejos
Daniela Alejandra Rojas Villaseca	Francisco Duboy Urbina	Hugo Corales
Daniela Krauss Von Harpe	Francisco Iván Isla Montoya	Hugo Norris Gahona
Daniela Zarate	Francisco Javier Chahuan Chahuan	Hugo Pérez Aracena
Darío Polloni Schwencke	Francisco Javier Illanes Baltierra	Hugo Rey Martínez
David Buguño Venegas	Francisco Javier Moreno Carrasco	Ignacio Danilo García Véliz
David Moscoso	Francisco Javier Rodríguez Verdejo	Ignacio De La Cuadra
Débora Marín	Francisco Unanue Morales	Ignacio León
Delfo Muñoz Vásquez	Francisco Zañartu Covarrubias	Ignacio Malig Meza
Diego Villagra G.	Francois Merlet	Irma Oviedo Muñoz
Diego Villanueva	Freddy Gutiérrez López	Isidoro Mena Cisternas
Doris Gutiérrez Ruiz	Gabriel Abusleme Alfaro	Issa Kort
Edgar Estupiñán	Gabriela Jiménez López	Italo Domingo Pastene Pereira
Eduardo Jaramillo	Galina Kovalenko	Italo Marchioni Choque
Eduardo Millar Calbucán	Galo Paiva Cravero	Italo Zamora Wolleter
Eduardo Santander Obligado	Garrido Ana	Iván Escares Díaz
Edwin Steinsapir Steiner	Gary Guerrero Barra	Iván Pérez Castillo
Eliana Campos Gracia	Gelsonina Pagani	Iván Valdebenito Isler
Elías Tefarikis Urquieta	Geraldo Jusakos	Iván Vera-Pinto Soto
Elicer Chamorro	Gerardo Lagos Wiesenfeld	Ivonne Cárdenas Villalón
Elisabeth Von Brand Skopnik	Germán Eduardo Araya Parra	Jaime Aramayo Tapia
Elizabeth Lewin Hoefter	Germán Echeconpar	Jaime Baeza Gil
Elvis Ortega Barra	Germán Lafuente Berrios	Jaime Bustos
Ema Contreras Fuentes	Ghislayne Merino Bascour	Jaime Eduardo Lobos Cabero
Emanuel Friedman Corvalán	Gino Eccher Torres	Jaime Meruane Zumelzu
Emiliano Orueta Bustos	Gisela Vergara	Jaime Rifo Valenzuela
Emilio Deik	Giulietta Lancellotti González	Jaime Urra Meza
Enrique Soto Donaire	Gloria Cartés Isla	Jaime Valdebenito Alcócer
Ercio Mettifogo Rendic	Gloria Castro Castro	James Baez Vega
Espartago Ferrari Pavez	Gonzalo Bravo Jiménez	Javier Arancibia Rob
Esteban Paiva	Gonzalo Flores	Javier Gara
Etienne Choupay Magna	Guillermo Riveros Escudero	Jimena Castillo
Eugenio Covarrubias	Guillermo Valdés Suárez	Johanna Cancino
Eugenio Rodríguez	Guillermo Díaz	Johnny Labbé
Evelyn Sepúlveda	Gustavo Curt Aranibar Alliu	Jonathan Hermosilla Cortés
Felipe Del Río Goudie	Hans Iost Fernández	Jorge Antonio Espinoza Fuentealba
Felipe Jara	Héctor Álvarez Saldaña	Jorge Bastías Venegas
Félix Ortiz	Héctor Anabalón	Jorge Carabantes
Fernand Prohens	Héctor Jorquera	Jorge Díaz Monsalves

Jorge Díaz Tejada	Kathleen Collins Barclay	María Elena Caba Mora
Jorge Eugenio González Ruz	Kenneth Arthur Gent Franch	María Elizabeth Brand Deisler
Jorge Francisco Bernal Peralta	Leandro Sturla Figueroa	María Eugenia Olivares
Jorge Katz	Leonardo Maldonado	María Eugenia Tuset Gjiakoni
Jorge Maturana	Leonardo Iturra Rios	María Francisca Pizarro Graniffo
Jorge Omar Galleguillos Olivares	Leonardo Martínez Ojeda	María Graciela Ortiz
Jorge Rivas Abarca	Leonardo Muñoz	María Isabel Salinas
Jorge Roberto Astudillo Ossandón	Lilian Navea Dantagnan	María José De La Barra Manríquez
Jorge Ruz Laferte	Liliana Quinteros Tagle	María José Gutiérrez Reyes
Jorge Salas Escobar	Loreto Morales Acevedo	María Loreto Jimenez Araya
Jorge Salomó Flores	Lucas Andrés Silva Sepúlveda	María Luiza Aviles Araya
José Aguirre Acuña	Luciano Mardones Cappanera	María Teresa Infante Barros
José Emilio Guzmán Cepeda	Luis Guillermo Cabrera N.	Maribel Bustos Mendoza
José Esteban Garay Anex-Dit-Chenau	Luis Guillermo Contreras Acuña	Maricel Gutierrez Castro
José Fernando Villalobos Veloso	Luis Pardo Valdivia	Mariela Fernández Wickel
José Manuel Correa	Macarena Ciudad Pavez	Mariela Herrera Cañete
José Méndez Manríquez	Macarena Urenda	Mario Montecinos Cortés-Monroy
José Miguel Zuñiga Zuñiga	Mai-Nie Chang Cabrera	Mario Moya
José Pablo Domínguez	Manfred Schwerter	Marisol Calderón Dondero
Juan Alberto Rodríguez Silva	Manuel Fuentes Maya	Maritza Acosta Álvarez
Juan Ancamilla Oyarzún	Manuel Francisco Lizana Acevedo	Marjorie Carvajal Santibáñez
Juan Arcaya Puente	Manuel Morales C	Marlene Vásquez
Juan Carlos Aoun Gómez	Manuel Pino León	Matias Escabini Sepulveda
Juan Carlos Duran Trujillo	Manuel Villalobos	Mauricio Alfonso Matamoros Leal
Juan Carlos Jeraldo Romero	Marcela Gallardo Jara	Mauricio Castillo Castillo
Juan Carlos Oliver	Marcela Pastenes Asmad	Mauricio Ernesto Guaita Juantok
Juan Carlos Ortiz Espinoza	Marcela Schwencke Orostica	Mauricio Jara
Juan Carlos Torres Bustamante	Marcelo Antonio Rivera Nuñez	Mauricio Lagos Lorca
Juan Céspedes Vásquez	Marcelo Diego Molina Ross	Mauricio Silva Malig
Juan Ignacio Zamora Suarez	Marcelo Glavic	Mauricio Valero
Juan José Rivera Cuevas	Marcelo León Iturriaga	Mercedes Belmonte Schwarzbaum
Juan Lorenzo Hernán Suazo Herrera	Marcelo Olivares Herrera	Miguel Angel Navarrete Jaque
Juan Luis Godoy	Marcelo Stuart Vergara	Miguel Angel Quezada Torres
Juan Pablo Coderch Casas	Marcelo Ubilla Rebolledo	Miguel Fuentes G.
Juan Pablo García García	Marcia Banda Garay	Milos Miskovic
Juan Pablo Gardeweg Ried	Marcia Barraza	Moisés Saravia Ruiz
Juan Pablo Gazmuri	Marco Antonio Hernández Ponce	Nancy Sánchez Amaro
Juan Pablo Plaza	Marco Antonio Ortuño González	Nelly Verónica Gómez Barrios
Juan Podesta Arzubriga	Marco Morales Vargas	Nelson Núñez
Juan Vallejo Cerda	Marcos Carrasco	Nelson Pereira Sáez
Juan Yamil Sandoval Nehme	Marcos Kulka	Néstor Aedo Pinto
Julia Li Kao Tirado	María Alejandra Bustamante Tapia	Néstor Arturo Jofre Nuñez
Julio Cesar Melgarejo Varela	María Alejandra Pavez Aguirre	Nibaldo Guaita Godoy
Julio Rafael Palma Vergara	María Alejandra Rojas M.	Nicole Dättwyler Suarez
Julio Ruiz Fernández	María Alejandra Zuñiga Pinto	Olga Pizarro Stiepovic
Julio Zepeda Godoy	María Angélica Vega Maldonado	Omar González Wong
Karen Vargas	María Elena Arias	Orlando Vargas Pizarro

Oscar Alcides Torres Cortés	Raúl Alée	Roxana Belaúnde Galleguillos
Oscar Guillermo Garretón Purcell	Raúl Betancour Ayala	Roxana Ximena Toro Barrientos
Oscar Segovia Vergara	Raúl Navarrete	Sandra Espinoza Paredes
Oswaldo Durán V.	Raúl Stegmaier	Sandra López Gómez
Oswaldo Pastén	Reinaldo Álvaro Neira Ruiz	SergioToro Vargas
Pablo Avalos Herrera	Rene Donoso Villaseñor	Sergio Cabezas Ferrari
Pablo Bernar Vargas	Renzo Gerardo Pepe Victoriano	Sergio Cruz Zárate
Pablo González Olavarría	Ricardo Andrade	Sergio Giaconi Mozó
Pablo Kendal Jaque	Ricardo Cáceres Guzmán	Silvia Merlet Vega
Pablo Reyes Arellano	Ricardo Cifuentes Lillo	Sofía Cid Cid
Pablo Vásquez Saavedra	Ricardo Correa Martínez	Soledad Andrea González Brand
Pamela Garrido Cisterna	Ricardo De Tezanos Pinto	Solón Chávez Mujica
Paola Tima Pecchi	Ricardo Javier Castillo	Talia Haim Kaufmann
Paolo Brizzi Baratta	Ricardo Muñoz	Teodoro Azocar
Patricia Alanis	Ricardo Ovalle Cubillos	Tesla Elizabeth Contreras Fernández
Patricia Arévalo Fernández	Rina Fernanda Erler Sandoval	Tony Gunckel
Patricia Cruzat Contador	Roberta Lama Bedwell	Valeria Auda Martínez
Patricia Martínez Barberi	Roberto Galleguillos Hernandez	Valeria Steffens
Patricia Martínez Cortez	Roberto Alvarez	Verónica Barrera Barrera
Patricio Ignacio Ovalle Wood	Roberto Burgos Flores	Verónica González Barraza
Patricio Pinto	Roberto Darrigrandi	Víctor Aliste Amaro
Patricio Rojas Quezada	Roberto Jiménez Ramírez	Víctor Fuentes Tassara
Patricio Vergara	Roberto Tancara Querquezana	Víctor Mora Padrón
Paul Margot	Roberto Rock	Víctor Rojas U.
Paula Larraín	Rocío Fonseca	Víctor Tornería Aburto
Paulina Henríquez Rivera	Rodrigo Alfaro Arancibia	Waldo Alfaro Alfaro
Paulina Lineros G.	Rodrigo Cid Droguett	Waldo Fuentemavida Troncoso
Pedro Hepp K.	Rodrigo Díaz Cortes De Monroy	Walter Rosenthal Navarro
Pedro Jaramillo	Rodrigo Díaz Valenzuela	Williams Briceño Romero
Pedro Maturana Monardez	Rodrigo Garrido Maldonado	Williams Mauad Meza
Pedro Olate	Rodrigo Guzmán Ubilla	Wladimir Román Miquel
Pedro Vera Castillo	Rodrigo Jarufe Fuentes	Ximena Bravo Cavicchioli
Pelayo Correa	Rodrigo Navia Diez	Ximena Del Castillo
Percy Rodríguez Salinas	Rodrigo Rojas Veas	Ximena Vega Donoso
Pilar Carolina Mazuela Aguila	Rodrigo Sánchez Giraldez	Ximena Vera Basualto
Pilar Majmud	Rodrigo Toro	Yanet Bravo Pallero
Rafael Garay	Rodrigo Zúñiga Morales	Yeny Osorio Lozán
Rafael Prieto	Ronel Torres Fernández	Yuny Arias
Ramón Arrau De La Cerda	Rosa Malebrán González	
Ramón Molina	Rosa Zacconi Quiroz	

8. Anexo: principales medidas del proyecto GEM

ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRENDEDORAS

MEDIDA	DESCRIPCIÓN
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades, pero señala que el miedo al fracaso es un disuasivo para formar una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que los emprendedores gozan de un alto estatus y reconocimiento social.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, los medios de comunicación exhiben con frecuencia historias de nuevos negocios exitosos.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Tasa de emprendimientos nacientes	Porcentaje de la población (18 a 64 años) activamente involucrada en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no ha pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.
Tasa de nuevos emprendedores	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 establecidos	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocio establecido, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea por venta, cierre o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.
Motivación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en 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	100% 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 2011.
Encuestador	Opina S.A.

ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES

Tipo de estudio	Encuesta auto-administrada.
Muestra	510 Expertos de 10 regiones del país más la Región Metropolitana de Santiago.
Fecha de trabajo de campo	Del 1 de mayo del 2011 al 15 de julio del 2011.
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 del Global Entrepreneurship Research Center (GERC) de la Universidad del Desarrollo.

CARLOS POBLETE CAZENAVE

Ingeniero Comercial y Magíster 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 profesor-investigador y coordinador del Global Entrepreneurship Research Center (GERC) de la Universidad del Desarrollo.

CARLOS ALBORNOZ

Psicólogo, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y Master of Science in Human Resource Management y Doctor en Recursos Humanos, Florida International University. Actualmente trabaja como profesor e investigador en 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 2011.

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 González
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 del Desarrollo	Facultad de Economía y Negocios	José Ernesto Amorós Carlos Poblete
REGIÓN DEL LIBERTADOR GENERAL BERNARDO O'HIGGINS	Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	Braulio Guzmán Aracelly Tapia Sandra Díaz 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
REGIÓN DE LA ARAUCANÍA	Universidad de la Frontera	Departamento de Ingeniería sistemas (DIS)	Jaime Bustos Marco Bustos Marjorie Morales Pilar Navarrete Martha Ramírez Francisco Vidal
		Departamento de Administración y Economía	Valeska Geldres Patricio Hernández
		INCUBATEC- Incubadora de Negocios	Pedro Araneda Bastían Gallardo Manuel Hidalgo Gerardo Lagos José Luis Lillo Claudina Uribe Víctor Valenzuela

13. Colaboradores

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:

UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

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

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

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.

Durante los últimos años, el programa de MBA de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo ha ocupado el primer puesto a nivel latinoamericano en la enseñanza del emprendimiento en el Ranking de Escuelas de Negocios de la revista América-Economía.

Más información en: www.udd.cl

MOVISTAR INNOVA

Movistar Innova es la primera incubadora de negocios y aceleradora de empresas privada de Chile y Latinoamérica. Creada en agosto de 2009, su misión es poner a disposición de los emprendedores los canales, plataformas y conocimientos del Grupo Telefónica, en pos de promover, apoyar, explotar y comercializar iniciativas de emprendimiento con alto potencial económico, que conduzcan a la creación o consolidación de empresas exitosas, innovadoras y de impacto en el mercado.

Movistar Innova cuenta con una red de aliados estratégicos y expertos en todos los temas necesarios a la hora de emprender con éxito: técnico, marketing, investigación de mercado, recursos humanos, financiero, legal, publicitario, entre otros. Las ideas de negocios que busca la incubadora, a través de

convocatorias periódicas, deben poseer potencial dinámico en la industria de las comunicaciones, y ser factibles de aplicar en los negocios digitales. Además, deben ser lideradas por un equipo emprendedor competente y con las habilidades necesarias para emprender.

Con cinco convocatorias a la fecha Movistar Innova, ha evaluado más de 2000 ideas de negocios; sus proyectos han levantado US\$ 1 millón en capital privado y US\$ 400.000 en capital semilla, y ya ha generado 7 empresas facturando en Chile y 2 en Silicon Valley.

En agosto de 2011, la compañía de telecomunicaciones inaugura el Centro Movistar Innova, un espacio único, abierto para todos los emprendedores que trabajan para transformar sus ideas en realidad; un entorno que fomenta la co-creación, el networking y el surgimiento de nuevas empresas con potencial global. El objetivo es transformarse en el epicentro del emprendimiento de Chile y Latinoamérica. El Centro es el resultado de una alianza entre Movistar y el Programa de Gobierno Start-Up Chile de Corfo y se enmarca en la visión estratégica que posee la Incubadora y Aceleradora de Negocios, Movistar Innova, que ha puesto énfasis no sólo en promover el emprendimiento, sino además en fortalecer el ecosistema emprendedor del país.

Otro hito importante, sucede a fines de 2011 cuando la compañía y Movistar Innova, presentan un nuevo programa de apoyo a los innovadores y emprendedores de Chile, que llega a ampliar y complementar la oferta que ha brindado la Incubadora. Se trata de Wayra; traducido como “viento” en Quechua, la iniciativa, de carácter global, da cuenta de los “nuevos aires” que se quiere dar a la región en materia de emprendimiento. Su principal objetivo es identificar talentos en España y Latinoamérica, en el campo de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC´s), e impulsarlos en su desarrollo a través de un modelo integral de soporte, brindando apoyo a los emprendedores en formación, recursos tecnológicos, espacio físico y el financiamiento necesario. Con su arribo a Chile, Wayra se consolida como la mayor aceleradora de proyectos de innovación tecnológica, con casi 6.000 proyectos presentados a nivel regional. Actualmente tiene presencia en España (Barcelona/Madrid), Venezuela, Brasil, Perú, Argentina, México, Colombia, Chile y recientemente lanzada en Reino Unido.

Más información en www.movistarinnova.cl

14. Patrocinadores

SOFOFA Innova

El mundo de hoy apunta hacia un mañana distinto. Las empresas para crear valor están bajo constantes presiones de cambio tecnológico, clientes más sofisticados y competencia cada día más globalizada. Con el fin de aprovechar tomar ventaja de este escenario, es que debemos transitar hacia un nuevo paradigma hacia la economía del conocimiento. Lo anterior hace indispensable idear nuevas formas de producir, desarrollar nuevas industrias y dominar nuevos conocimientos.

En este contexto, nace SofofaInnova, el Centro de Innovación y Emprendimiento de Sofofa. Se funda el 3 de Junio del 2010 en el Primer Encuentro Nacional de Emprendimiento e Innovación ENEI 2010, el primer Summit de Innovación de la Corporación.

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

Más información en www.sofofainnova.cl

INNOVACHILE- CORFO

InnovaChile de CORFO es una de las principales agencias públicas a cargo de impulsar la innovación y el emprendimiento en todo tipo de empresas, tanto consolidadas como nuevas, además de universidades y 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 3.000 proyectos de innovación, lo que implicó que alrededor de 10.000 empresas, emprendedores y centros de investigación y más de 12.000

pequeñas y medianas empresas de forma indirecta, desarrollaran importantes iniciativas que les han permitido mejorar sus estrategias competitivas.

InnovaChile busca sistemáticamente que las empresas chilenas incorporen innovación a sus productos y servicios, que agreguen valor a su producción mediante el conocimiento y las mejores prácticas, que accedan a mercados externos exigentes y que se orienten a satisfacer las necesidades de sus clientes, ello con el fin de que Chile se convierta en polo de innovación y emprendimiento de Sudamérica.

Más información en www.corfo.cl



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

www.gemchile.cl

