



Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE NACIONAL DE CHILE 2007



[José Ernesto Amorós ● Massiel Guerra ● Jorge Miguel Carrillo]



Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE NACIONAL DE CHILE
2007

[José Ernesto Amorós ● Massiel Guerra ● Jorge Miguel Carrillo]

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
Reporte Nacional de Chile 2007
Primera Edición

EDICIONES UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Inscripción N° 170386
Santiago – Chile
ISBN: 978-956-7961-19-1

Diagramación: Trinidad Concha G.
Fotografía portada: Shutterstock

Imprenta Salesianos.
Santiago, Chile.
TEL 555-6005
Fax 555-6066
RUT 96.751.950-2,
Fecha impresión: Mayo, 2008

Impreso en Chile / Printed in Chile

● Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio que el año 2007 fue constituido por equipos de investigación de los siguientes países: Argentina, Austria, Bélgica, Brasil, Chile, China, Colombia, Croacia, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hong Kong, Hungría, India, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Kazajstán, Letonia, Noruega, Perú, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, República Dominicana, Rumania, Rusia, Serbia, Suecia, Suiza, Tailandia, Turquía, Uruguay y Venezuela. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros, están publicados en el **Global Entrepreneurship Monitor 2007 Report**, el que puede ser descargado en línea en www.gemconsortium.org. 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.

© 2008 Universidad Adolfo Ibáñez y Universidad del Desarrollo.
© 2008 Global Entrepreneurship Research Association

[CONTENIDO]

| | |
|--|----|
| <i>Prefacio al reporte 2007</i> | 6 |
| <i>Resumen ejecutivo</i> | 7 |
| ¿Cómo es el emprendedor chileno? | 8 |
| <i>Introducción</i> | 9 |
| El modelo GEM | 9 |
| Definiendo emprendimiento | 11 |
| Principales diferencias entre los datos del GEM y los datos de registro de empresas | 13 |
| Glosario de las principales medidas y terminología | 14 |
| <i>Actividad emprendedora en 2007</i> | 15 |
| La actividad emprendedora y el desarrollo económico | 15 |
| Actividad emprendedora en el entorno del GEM y en Chile | 18 |
| Actividad emprendedora en Chile: Una aproximación regional | 22 |
| Motivaciones de la actividad emprendedora | 24 |
| ¿Por qué aumentó el indicador de emprendimiento en etapas iniciales en Chile? | 27 |
| <i>Características de la actividad emprendedora</i> | 30 |
| Indicadores de edad y género | 30 |
| Indicadores de nivel educativo | 31 |
| Nivel de ingresos | 33 |
| Situación laboral de los emprendedores | 35 |
| Sectores industriales de la actividad emprendedora | 36 |
| Innovación, competitividad y crecimiento | 37 |
| Innovar y emprender | 40 |
| Cierre o culminación de la actividad emprendedora | 45 |
| <i>Percepción sobre el emprendimiento y su vínculo con la actividad emprendedora</i> | 48 |
| <i>El contexto emprendedor en Chile</i> | 53 |
| Condiciones para el emprendimiento que analiza el GEM | 53 |
| Análisis general de los factores | 54 |
| Educación y capacitación para el emprendimiento | 56 |
| Transferencia de investigación y desarrollo | 57 |
| Políticas de gobierno | 60 |
| Normas sociales y culturales | 63 |
| Acceso a financiamiento | 65 |
| Programas de gobierno que apoyan el emprendimiento y la innovación | 68 |
| Apertura del mercado interno | 70 |
| Protección a la propiedad intelectual | 71 |
| Programas de gobierno | 72 |

| | |
|---|-----------|
| Infraestructura comercial y profesional | 75 |
| Acceso a la infraestructura física | 77 |
| Oportunidades del emprendedor | 78 |
| Capacidad de formar una nueva empresa | 80 |
| <i>Reflexiones: Emprender en Chile</i> | 81 |
| Referencias | 85 |
| Equipos gem en el mundo | 87 |
| Sobre los autores: | 93 |
| Coordinación del Gem Chile | 94 |
| Coordinación del Gem Chile en regiones | 94 |
| Auspiciadores | 95 |

[ÍNDICE DE FIGURAS]

| | |
|---|----|
| Figura 1: Las 10 características del Emprendedor en Chile | 8 |
| Figura 2: Modelo Conceptual de Global Entrepreneurship Monitor, GEM | 10 |
| Figura 3: El Proceso Emprendedor y las Definiciones Operativas del GEM | 12 |
| Figura 4: Actividad emprendedora en Etapas Iniciales y PIB per cápita 2007 | 15 |
| Figura 5: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales por País, GEM 2007 | 19 |
| Figura 6: Porcentaje de la Población que está Involucrada en las Diferentes Categorías de la Actividad Emprendedora 2007 | 20 |
| Figura 7: Evolución de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales en Países de Latinoamérica y el Caribe | 24 |
| Figura 8: Balance entre los dos Motivadores de Oportunidad en Emprendedores en Etapas Iniciales | 26 |
| Figura 9: Emprendedores Nacientes por Motivación para Emprender | 27 |
| Figura 10: Proporción de Emprendedores que están involucrados a Tiempo Completo en sus Negocios | 29 |
| Figura 11: Actividad Emprendedora Total por Edades | 30 |
| Figura 12: Proporción de Rangos de Edad en Actividad Emprendedora | 31 |
| Figura 13: Actividad Emprendedora Total por Nivel Educativo | 32 |
| Figura 14: Proporción de Nivel de Estudios en Actividad Emprendedora | 32 |
| Figura 15: Nivel de Ingresos y Actividad Emprendedora | 33 |
| Figura 16: Actividad Emprendedora según Ingreso Familiar | 34 |
| Figura 17: Actividad Emprendedora según Nivel Socioeconómico y Motivación | 34 |
| Figura 18: Actividad Emprendedora según Tipo de Empleo | 35 |
| Figura 19: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales por Sector Económico | 36 |
| Figura 20: Actividad Emprendedora Establecida por Sector Económico | 36 |
| Figura 21: Novedad de los Productos Ofrecidos por los Emprendedores | 38 |
| Figura 22: Intensidad de la Competencia Esperada | 38 |
| Figura 23: Porcentaje de Emprendedores en Etapas Iniciales con la Combinación de los Indicadores de Nuevo Producto-Mercado, 2002-2007 | 39 |
| Figura 24: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos | 43 |

| | |
|--|----|
| Figura 25: Expectativa de Expansión de Mercado | 43 |
| Figura 26: Actividad Emprendedora y Exportación | 44 |
| Figura 27: Proporción de la Población que ha discontinuado o cerrado su negocio en los pasados 12 meses, Todos los países del GEM 2007 | 46 |
| Figura 28: Razones para el Cierre de la Actividad Emprendedora | 47 |
| Figura 29: Condiciones Nacionales y Regionales para el Emprendimiento, Percepciones acerca del Emprendimiento y Compromiso con la Actividad Emprendedora | 48 |
| Figura 30: Evaluación del Contexto Emprendedor en Chile: Resultado de Encuestas a Expertos | 55 |
| Figura 31: Contexto Emprendedor en Chile Comparativo de Encuestas a Expertos 2005-2006 y 2007 | 55 |
| Figura 32: Evaluación de Educación y Capacitación para el Emprendimiento | 56 |
| Figura 33: Evaluación de la Transferencia de I+D | 58 |
| Figura 34: Evaluación de las Políticas de gobierno para el Emprendimiento | 62 |
| Figura 35: Evaluación de las Normas Sociales y Culturales Proclives al Emprendimiento | 63 |
| Figura 36: Valoración Social del Ser Empresario | 65 |
| Figura 37: Evaluación de las Fuentes de Financiamiento para el Emprendimiento | 66 |
| Figura 38: Evaluación de la Facilidad para Acceder a Nuevos Mercados y Clientes | 71 |
| Figura 39: Protección de la Propiedad Intelectual | 72 |
| Figura 40: Evaluación de los Programas de gobierno para el Emprendimiento | 74 |
| Figura 41: Evaluación de la Preocupación del gobierno por el Desarrollo de Empresas de Alto Potencial de Crecimiento | 75 |
| Figura 42: Evaluación de la Infraestructura Comercial y Profesional | 76 |
| Figura 43: Evaluación del Acceso a Infraestructura Física para los Negocios | 78 |
| Figura 44: Oportunidades Disponibles | 79 |
| Figura 45: Capacidad de Formar una Nueva Empresa | 80 |

[ÍNDICE DE TABLAS]

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Evolución de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales desde el 2000 hasta el 2007 para los países que han participado y participan en el proyecto GEM | 17 |
| Tabla 2: Índices de Actividad Emprendedora en los Países GEM, 2007, Edades 18-64 años. | 21 |
| Tabla 3: Proporción de Emprendimiento en Etapas Iniciales Motivado por Reconocimiento de Oportunidad | 25 |
| Tabla 4: Percepción Estimada Acerca del Emprendimiento entre la Población Adulta (18-64 años) que no tiene Actividad Emprendedora en los Países GEM 2007 | 49 |
| Tabla 5: Factores de Influencia en la Percepción de los Encuestados por Etapa del Emprendimiento (Porcentaje de respuestas afirmativas) | 50 |
| Tabla 6: Factores de Percepción General de la Población sobre el Emprendimiento (Porcentaje de respuestas afirmativas) | 52 |
| Tabla 7: Análisis de las Políticas de Gobierno Relacionadas con el Emprendimiento | 61 |
| Tabla 8: Relación de Ministerios y Programas de Apoyo al Emprendimiento | 73 |

1 [PREFACIO AL REPORTE 2007]

Presentamos el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Reporte Nacional de Chile 2007, resultado del trabajo de colaboración conjunta entre la Universidad Adolfo Ibáñez y la Universidad del Desarrollo.

Con nueve años de vida, el GEM ha analizado a 60 países de prácticamente todas las regiones del mundo. Este desarrollo hace que el GEM sea uno de los proyectos de investigación sobre emprendimiento más importantes a nivel internacional. En nuestro país éste es el quinto reporte nacional. Para este periodo hemos realizado un esfuerzo tanto cuantitativo como cualitativo para mejorar la calidad y la confiabilidad de los datos y por primera vez hemos, ampliado la muestra de investigación para dar una mayor representatividad regional.

Esta aproximación regional incluye las regiones de Antofagasta, Valparaíso, del Bío-Bío, de los Ríos y la Región Metropolitana de Santiago. Cada uno de los equipos regionales podrá elaborar su propio informe lo cual aporta una perspectiva más específica y por lo tanto, enriquecedora de la actividad emprendedora del país.

Con este nuevo esfuerzo regional seguimos creyendo que el proyecto GEM ofrece al mundo académico, empresarial y de la administración pública una mejor y más completa información sobre la situación del emprendimiento, considerando una dimensión que abarca desde lo local a lo global.

Queremos agradecer el soporte y apoyo brindado por Babson College y la London Business School, fundadoras del proyecto GEM, instituciones educativas líderes internacionales en el estudio del emprendimiento. También agradecemos a las universidades asociadas a nivel regional, Universidad Católica del Norte, Universidad Técnica Federico Santa María, Universidad del Desarrollo sede Concepción y Universidad Austral de Chile, quienes con su esfuerzo han contribuido al crecimiento del proyecto GEM Chile. Igualmente agradecemos el apoyo dado por nuestras Universidades, Adolfo Ibáñez y del Desarrollo y a las facultades, departamentos o centros de investigación de las universidades asociadas, así como a los diferentes auspiciadores, quienes a través de esta iniciativa de investigación apoyan la actividad emprendedora de Chile.

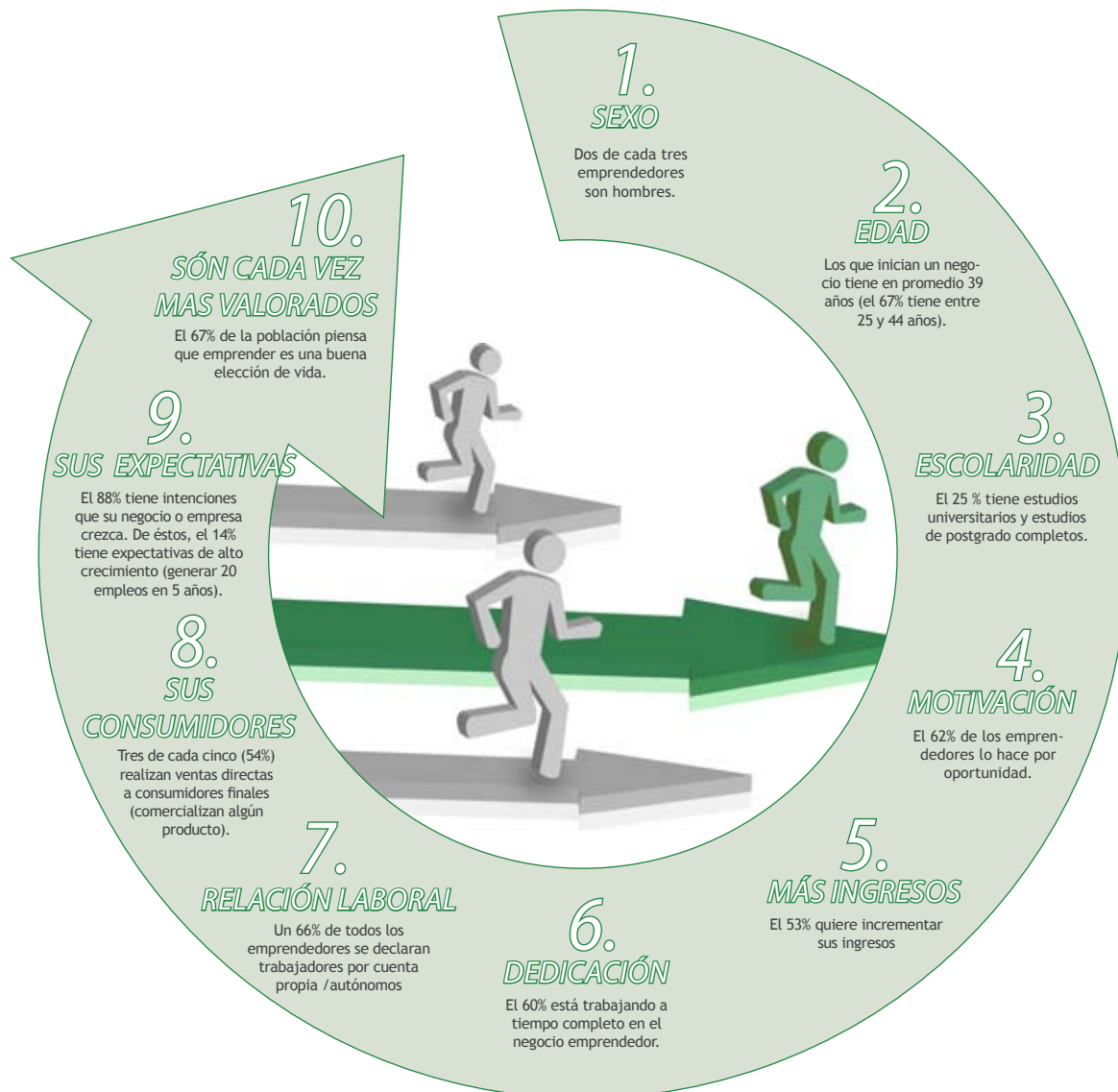
*José Ernesto Amorós, PhD
Coordinador GEM Chile.*

2 [RESUMEN EJECUTIVO]

1. Un 13,4 % de la población adulta entre 18 y 64 años de edad está involucrado en actividades emprendedoras en etapas iniciales. Esto significa un aumento de un 46% con respecto a la medición anterior efectuada en el año 2006.
 2. Un 62% de estos emprendedores manifiestan que están en una actividad emprendedora porque buscan una oportunidad real de negocio.
 3. El aumento de la actividad emprendedora en 2007, se explica fundamentalmente por un pronunciado incremento de actividades de autoempleo y también por un incremento proporcional de participación de las mujeres en actividad emprendedora.
 4. El nivel de actividad emprendedora en Chile es similar a la de otros países que poseen un PIB per cápita parecido.
 5. Las mediciones con la población adulta encuestada indican que existe la percepción de que Chile presenta oportunidades disponibles para iniciar un nuevo negocio o empresa.
 6. Pese a lo anterior, se observan pocas iniciativas de emprendimientos de alto potencial de creación de riqueza. La mayoría se concentran en negocios de escaso potencial de crecimiento y poca innovación.
 7. Lo antes señalado forma parte del contexto del país donde aún prevalece un bajo nivel de inversión y transferencias en I+D hacia las empresas nacientes y en crecimiento, carencias en educación para el emprendimiento, políticas más efectivas y algunos factores sociales y culturales que impiden desarrollar mejor la actividad emprendedora.
 8. Pese a que Chile tiene buena capacidad de gestión y buenas escuelas de negocios, aún resulta insuficiente la enseñanza en temas relacionados con la creación de negocios en otros ámbitos educativos.
 9. La infraestructura física (telecomunicaciones, puertos, carreteras, entre otros) sigue siendo el factor mejor evaluado que puede ayudar a la creación de nuevas empresas o negocios.
 10. Los emprendedores en Chile son fundamentalmente personas independientes que buscan mejorar su situación económica y la de sus familias. El incentivar su desarrollo debiera ser una meta de todas las políticas públicas, ya que esto es lo que garantiza la movilidad social y la verdadera igualdad de oportunidades.
-

¿CÓMO ES EL EMPRENDEDOR CHILENO?

FIGURA 1: LAS 10 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR EN CHILE



3 [INTRODUCCIÓN]

3.1 EL MODELO GEM

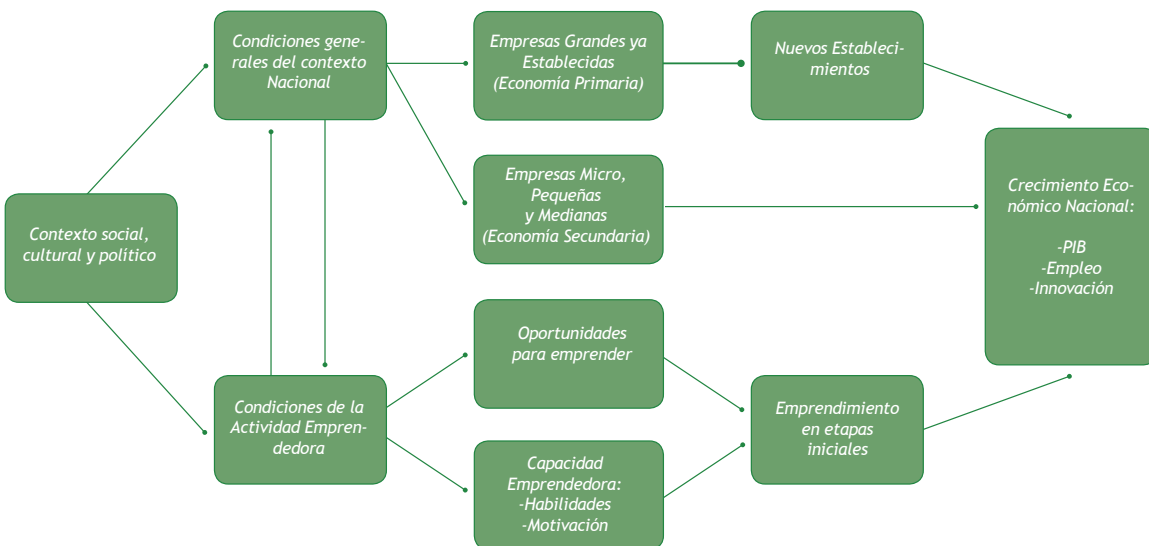
En los últimos años la actividad emprendedora ha sido extensamente reconocida como uno de los factores más importantes que pueden transformar el ámbito económico, sin embargo la comprensión de la relación entre el emprendimiento y el crecimiento económico de los países está lejos de ser bien entendida. Justamente la carencia de datos “armonizados” es decir, comparables entre sí, tanto los de un país específico como internacionales, es uno de los factores relevantes para la mejor comprensión de la actividad emprendedora. Desde su concepción en 1997, el programa de investigación del GEM ha contribuido a incrementar el conocimiento de esta área recogiendo anualmente datos relevantes sobre el fenómeno emprendedor. El GEM se enfoca en tres objetivos principales:

- Medir el nivel de actividad emprendedora en cada uno de los países participantes y compararlos entre ellos.
- Analizar los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora de los países.
- Identificar áreas de oportunidad, que permitan la creación de políticas públicas y recomendaciones para mejorar el nivel de actividad emprendedora.

Con estos objetivos el GEM pretende abarcar las áreas de oportunidad que los análisis tradicionales del desarrollo económico y de la competitividad han abordado tangencialmente, es decir, el papel de las nuevas y pequeñas empresas en la economía. El GEM complementa el enfoque tradicional proponiendo un modelo en el cual el crecimiento económico nacional es una función de dos grupos paralelos de actividades interrelacionadas: (a) aquellas asociadas con las empresas ya establecidas, sean grandes, medianas o pequeñas y (b) aquellas relacionadas directamente con el proceso emprendedor, empresas creadas y lideradas por individuos emprendedores.

En muchas ocasiones las nuevas y pequeñas empresas son las que generan innovaciones, ocupan nichos de mercado y aumentan la competencia, de tal modo que contribuyen a la reasignación de recursos en actividad económica. Adicionalmente es por demás conocido el rol que cumple la pequeña empresa en la generación de empleo. La **Figura 2** presenta el marco conceptual del GEM, en el que se basa este proyecto de investigación para la recolección de los datos.

FIGURA 2: MODELO CONCEPTUAL DE GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM



El modelo GEM resalta algunos elementos claves para la actividad emprendedora, así como la formas en que interactúan estos factores. Moviéndose de izquierda a derecha, a través del modelo de la **Figura 2**, estos elementos se ubican de la siguiente forma:

1. Contexto social, cultural y político: este grupo incluye diferentes factores que juegan un importante rol en la determinación del contexto nacional general y en las condiciones de la actividad emprendedora, los cuales son determinantes de la identidad de cada país. Analizar todos ellos, va mucho más allá del objetivo del GEM, sin embargo se consideran los más relevantes para el desarrollo de la actividad emprendedora.

2. Condiciones generales del contexto nacional y condiciones de la actividad emprendedora: el modelo del GEM determina que la actividad económica de las empresas establecidas varía dependiendo de las condiciones nacionales dentro del marco más general, mientras que la actividad emprendedora varía específicamente dadas ciertas características únicas de los países. La contribución única del GEM es justamente producir datos internacionales que permiten el estudio detallado de los aspectos que se consideran en la mitad inferior de este marco conceptual. El estudio de estas condiciones para la actividad emprendedora pretende vincular la relación económica y social que afecta al sector emprendedor, pero no es capturada por las condiciones nacionales generales.

3. Oportunidades para emprender y capacidad emprendedora: en este contexto se considera la naturaleza de la relación entre la creación de nuevas empresas y crecimiento económico. En este sentido es útil distinguir entre oportunidades del emprendedor y capacidades emprendedoras. La actividad emprendedora está impulsada por la percepción de oportunidades combinadas con las habilidades y las motivaciones para explotarlas. La oportunidad se refiere tanto a la existencia, como a la percepción de oportunidades de mercado disponibles. La capacidad se refiere a la motivación de los individuos para empezar nuevas empresas, y al grado de habilidades que poseen para la iniciativa emprendedora.

4. Actividad emprendedora en etapas iniciales: es el resultado de la combinación entre las oportunidades, las habilidades y las motivaciones. Las nuevas empresas, como ya se había mencionado, se introducen en el mercado generando mayor competitividad.

5. Crecimiento económico nacional: finalmente el crecimiento económico se ve beneficiado por el aporte de la actividad emprendedora tanto a nivel de creación de empleo como en términos de contribución a la innovación.

Este reporte se enfoca principalmente en los elementos y las condiciones de la actividad emprendedora del país y sus subsiguientes etapas (parte inferior ilustrada en la **figura 2**). La primera parte analiza varios indicadores que reflejan la actividad emprendedora en los países que participan en el GEM situando a Chile dentro de este contexto internacional. La segunda sección examina las características específicas de la actividad emprendedora en Chile e indicadores sobre los emprendedores. La tercera sección examina la percepción sobre las oportunidades para emprender, así como la capacidad emprendedora de los individuos en Chile. Estas tres secciones utilizan los datos de un cuestionario denominado Encuesta General de Población (APS, Adult Population Survey) que para este periodo contó con una muestra de 4000 adultos, entre 18 y 64 años de todo el país que fueron entrevistados vía telefónica durante los meses de mayo y junio, incluyendo preguntas precisas a los encuestados acerca de su participación y su actitud hacia el emprendimiento.

Posteriormente se describen las condiciones del marco emprendedor, es decir, el contexto emprendedor en Chile, analizando los datos de una encuesta denominada Encuesta Nacional de Expertos (NES, Nacional Expert Survey) que este año incluye la participación de 179 personas provenientes de cinco regiones del país. Finalmente se concluye con una discusión sobre el rol de las instituciones para incentivar la actividad emprendedora en el país así como reflexiones generales sobre el estudio GEM.

DEFINIENDO EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento es un fenómeno complejo cuyo estudio abarca muchas disciplinas y por lo tanto presenta diversas definiciones dependiendo del enfoque que se utilice. El GEM toma una amplia visión del emprendimiento, que está básicamente enfocada en los individuos que crean empresas. Las personas son quienes se organizan para materializar un nuevo negocio o empresa y precisamente son ellas los sujetos de esta investigación. Esto diferencia al GEM de otros estudios en donde generalmente lo que se mide es el número de empresas o el número de nuevos registros de empresas.

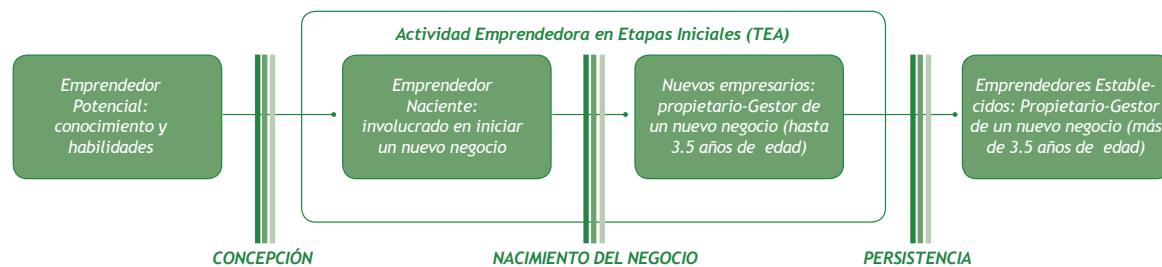
Es precisamente la actividad emprendedora desarrollada por los individuos la que, de alguna u otra forma, se espera tenga una repercusión en el crecimiento económico de los países siempre y cuando esta actividad pueda prevalecer en el tiempo. Para esto, es necesario entender el proceso emprendedor que se inicia antes de la constitución formal (inicio de operaciones) de una empresa. Un individuo que está haciendo todo lo necesario para constituir un negocio es un emprendedor. Por otro lado, una persona que tiene un negocio desde hace muchos años pero que sigue innovando, siendo competitivo y manteniendo sus aspiraciones de crecimiento también es un emprendedor¹. Desde su concepción como proyecto el GEM define a las personas que son emprendedores activos como “todos

¹ Muchos empresarios consolidados nunca “pierden” ese espíritu emprendedor y mantienen esa filosofía para seguir desarrollando sus negocios a través de la creación de nuevas empresas o nuevas áreas de negocios dentro de sus propias compañías. Esto también es conocido con el término emprendimiento corporativo.

aquellos adultos relacionados con el proceso de creación de un negocio que tendrán total o parcialmente su propiedad y aquellas personas que ya tienen la propiedad y administración de un nuevo negocio”². Si bien esta es una definición muy amplia, confiere la posibilidad de estudiar la dinámica emprendedora de una forma sistemática y rigurosa poniendo énfasis en la figura del emprendedor.

En este contexto, los datos que obtiene el GEM cubren el ciclo de vida del proceso emprendedor y clasifican en primera instancia a los individuos que comprometen recursos para iniciar un nuevo negocio o empresa de la cual esperan ser dueños denominándolos emprendedores nacientes; seguidos por aquellos que ya tienen la propiedad de dicho negocio y lo gestionan, y adicionalmente han pagado algún tipo de sueldo o salario por más de tres meses pero no más de 42 denominándolos nuevos empresarios; y finalmente aquellos que poseen y administran un negocio que ha estado en operación por más de 42 meses, denominados emprendedores establecidos. La **Figura 3** muestra este proceso emprendedor usando las definiciones operativas del GEM.

FIGURA 3: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM



Para el GEM el haber pagado cualquier tipo de sueldo o salario por más de tres meses incluyendo el de los propietarios, se considera el “acontecimiento del nacimiento” del negocio. Así, la distinción entre los empresarios nacientes y los nuevos empresarios depende de la edad del negocio. Los negocios que han pagado sueldos y los salarios más de tres meses y menos de 42 meses se pueden considerar nuevos. El punto de corte de 42 meses se ha hecho en base a una combinación de argumentos teóricos y operacionales. La suma de los emprendedores nacientes y nuevos empresarios es un indicador de la actividad emprendedora de etapas iniciales del país. Esto representa la dinámica inicial de la actividad emprendedora; aunque una parte de estos emprendedores no tengan éxito en la supervivencia de su negocio, sus acciones pueden tener un efecto en la economía puesto que pueden aplicar presión en el resto de los emprendedores para que realicen mejores esfuerzos.

Los dueños del negocio que han pagado salarios por más de 42 meses clasificados como empresarios establecidos, son aquellos cuyos negocios han sobrevivido a ese periodo crítico. Los altos índices de empresarios establecidos pueden indicar el hecho que existen las condiciones positivas para la supervivencia de las empresas. Sin embargo, esto no es necesariamente cierto en todos los casos. Si un país exhibe alto grado de actividad emprendedora establecida combinada con un bajo grado de actividad emprendedora en etapas iniciales, esta situación revela un bajo nivel del dinamismo en actividad emprendedora.

²Reynolds y otros, 2005.

PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE LOS DATOS DEL GEM Y LOS DATOS DE REGISTRO DE EMPRESAS.

EL GEM ES UN ESTUDIO SOCIAL DIRIGIDO A INDIVIDUOS. DESDE LA PERSPECTIVA DE LA INVESTIGACIÓN DEL GEM, LAS PERSONAS SON LOS AGENTES PRIMARIOS QUE IDEAN, COMIENZAN Y MANTIENEN LOS NUEVOS NEGOCIOS EMPRENDEDORES. ALGUNAS DE LAS PRINCIPALES DISTINCIONES ENTRE LOS DATOS DE LA GEM Y LOS DATOS DE LOS REGISTROS DE EMPRESAS SON LAS SIGUIENTES:

- LOS DATOS DEL GEM SE OBTIENEN USANDO UN DISEÑO DE INVESTIGACIÓN QUE ES ARMONIZADO EN TODOS LOS PAÍSES QUE PARTICIPAN DE ESTE PROYECTO. A PESAR DE INICIATIVAS RECIENTES DE LA EUROSTAT, LA OECD Y EL BANCO MUNDIAL, LA ARMONIZACIÓN Y HOMOGENIZACIÓN DE LOS REGISTROS NACIONALES DE LAS EMPRESAS NO SE HA ALCANZADO. LOS DATOS DEL GEM PERMITEN COMPARACIONES CONFIABLES ENTRE PAÍSES. LA SOLIDEZ DEL MÉTODO DEL GEM SE HA CONFIRMADO POR LA ESTABILIDAD DE LAS COMPARACIONES AÑO TRAS AÑO ENTRE LOS PAÍSES.
- EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DEL GEM IMPLICA CIERTAS INCERTIDUMBRES ESTADÍSTICAS SOBRE LOS RESULTADOS AGREGADOS (A NIVEL PAÍS). POR ÉSTO EL GEM INCLUYE INTERVALOS DE CONFIANZA EN LOS ÍNDICES DE EMPRENDIMIENTO OBTENIDOS. LOS DATOS DE LOS REGISTROS DE EMPRESAS SON "DATOS CONTADOS" LOS CUALES NO REQUIEREN INTERVALOS DE CONFIANZA. SIN EMBARGO, EL GRADO EN QUE ESTOS REGISTROS SON "CONTADOS" PUEDE SER CONFUSO EN VARIOS PAÍSES. POR EJEMPLO: ALGUNOS NEGOCIOS NO PUEDEN (O NO NECESITAN) SER COLOCADOS EN LAS BASES DE DATOS, MIENTRAS QUE OTROS PUEDEN COLOCARSE PURAMENTE POR RAZONES DE IMPUESTOS SIN OCURRIR NECESARIAMENTE UNA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA. EL GRADO EN EL CUAL ESTAS PRÁCTICAS SUCEDEN VARÍA MUCHO ENTRE PAÍSES.
- EL GEM ESTUDIA A LAS PERSONAS QUE ESTÁN FORMANDO UN NEGOCIO U EMPRESA QUE ESTÁ EN CURSO (EMPRESARIOS NACIENTES), ASÍ COMO LAS PERSONAS QUE POSEEN Y ADMINISTRAN NEGOCIOS QUE YA HAN INICIADO ACTIVIDADES. ESTO TAMBIÉN INCLUYE A LOS TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA U OTROS EMPRESARIOS QUE NO NECESARIAMENTE SE REGISTRAN COMO EMPRESAS. EL GEM TAMBIÉN MIDE ACTITUDES Y OPINIONES ACERCA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA. TENER UN CONOCIMIENTO ACERCA DE LAS ETAPAS INICIALES EN LA CREACIÓN DE UN NEGOCIO ES MUY RELEVANTE PARA LAS ACCIONES DE POLÍTICAS PÚBLICAS.
- EL GEM NO CUENTA EL NÚMERO DE NEGOCIOS Y CIFRAS DE CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS. SU OBJETIVO ES MEDIR EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN DIVERSAS FASES DE LA EXISTENCIA DEL NEGOCIO. POR LO TANTO, LOS DATOS DEL GEM NO CONSTITUYEN LA MEJOR FUENTE PARA CARACTERIZAR LAS EMPRESAS. POR EJEMPLO, PARA DETERMINAR LA DISTRIBUCIÓN DE NEGOCIOS EXISTENTES EN DETERMINADO SECTOR, LOS DATOS DEL REGISTRO SON PREFERIBLES A LOS DEL GEM (CON LA EXCEPCIÓN DE ALGUNOS PAÍSES PARTICIPANTES GEM, CON UNA GRAN CANTIDAD DE PERSONAS QUE RESPONDEN A LA ENCUESTA, TALES COMO ESPAÑA Y EL REINO UNIDO).
- ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO, QUE NO ESTÁN GENERALMENTE DISPONIBLES EN LOS DATOS DE LOS REGISTROS, SE PUEDEN DERIVAR DEL GEM. ALGUNOS EJEMPLOS SON LAS MOTIVACIONES PARA SER INDEPENDIENTES, EL GRADO DE INNOVACIÓN EN LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS Y LAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO. SIN EMBARGO, ESTAS CARACTERÍSTICAS SE DEBEN ANALIZAR SIEMPRE DE UNA MUESTRA ADECUADA, POR LO CUAL ES ÚTIL USAR LAS MUESTRAS DE GEM DE VARIOS AÑOS.

EN EL APÉNDICE DEL INFORME GLOBAL 2005 DEL GEM, SE TRATARON DE EQUIPARAR LAS MEDIDAS DE AUTOEMPLEO Y LAS CIFRAS DE NUEVAS EMPRESAS CON LAS DEFINICIONES PUBLICADAS POR LA OCDE Y LA EUROSTAT. LAS CIFRAS BASADAS EN DATOS DEL GEM SE EQUIPARAN BASTANTE BIEN A LOS DATOS DE LOS REGISTROS DE EMPRESAS. SIN EMBARGO, CABE ENFATIZAR QUE LOS DATOS DEL GEM SON DISTINTOS EN SU ORIGEN Y ELABORACIÓN.

3.3 GLOSARIO DE LAS PRINCIPALES MEDIDAS Y TERMINOLOGÍA

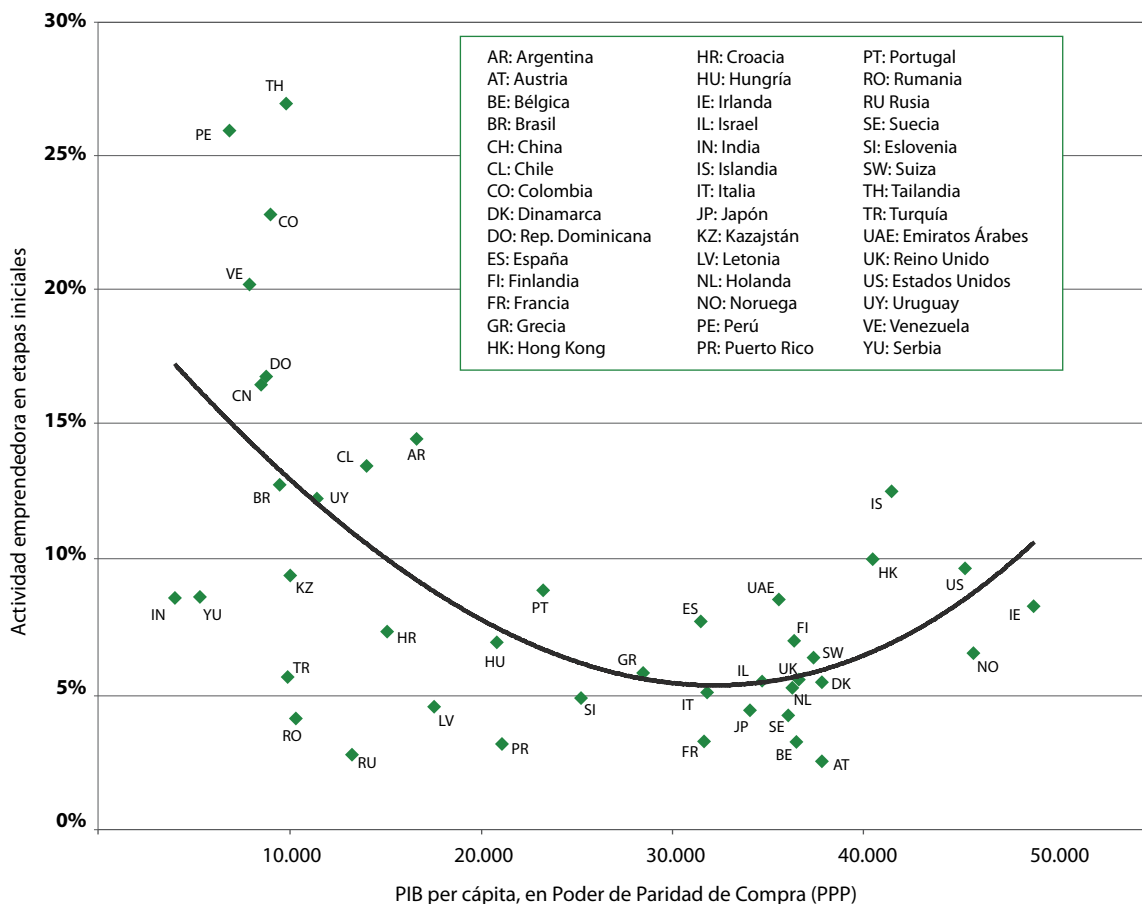
| Medida | Descripción |
|--|--|
| Indicadores de Actividad emprendedora en población adulta | |
| Emprendedores nacientes | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad involucrados en la puesta en marcha de un nuevo negocio (start up) y que han manifestado que tienen o tendrán propiedad de una parte del mismo; este negocio NO ha pagado salarios, sueldos o cualquier otra compensación por más de tres meses. |
| Nuevos empresarios | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que tienen toda o parte de la propiedad y dirección de un negocio y que han pagado salarios por un periodo que oscila entre los 3 y los 42 meses. |
| Actividad emprendedora en etapas iniciales | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que son emprendedores nacientes más los nuevos empresarios (como se definió anteriormente). |
| Emprendedores establecidos | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que tienen actualmente la propiedad y dirección de un negocio establecido y que han pagado salarios por un periodo superior a los 42 meses. |
| Actividad emprendedora total | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que está emprendiendo en etapas iniciales más los emprendedores establecidos. (como se definió anteriormente). |
| Actividad emprendedora en etapas iniciales con expectativa de alto crecimiento | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad que son emprendedores nacientes o nuevos empresarios (como se definió arriba) y esperan crear al menos 20 empleados en los próximos cinco años. |
| Descontinuación de la actividad emprendedora | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad quienes en los pasados 12 meses descontinuaron su negocio ya sea por venta, cierre u otro motivo por el cual dejaron la propiedad y gestión del mismo. Nota: esta NO es una medida de fracaso empresarial. |
| Características de la actividad emprendedora en etapas iniciales | |
| Actividad emprendedora motivada por oportunidad: indicador relativo | Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales, quienes declaran que siguen una oportunidad real de negocio en contraposición de emprender porque no tienen otra opción de empleo. Simultáneamente declaran que siguen una oportunidad real de negocio para ser independientes o incrementar sus ingresos. No incluye aquellos que manifestaron que sólo querían mantener sus ingresos. |
| Actividad emprendedora en etapas iniciales con expectativa de alto crecimiento: indicador relativo | Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales que esperan al menos crear 20 empleos en los próximos cinco años. |
| Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a nuevos productos o mercados: indicador relativo | Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales que indican que sus productos o servicios son nuevos al menos para alguno de sus clientes e indican que no muchos otros negocios ofrecen el mismo producto o servicio. |
| Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a mercados internacionales: indicador relativo | Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales que indican que al menos un 25% de sus clientes provienen de mercados extranjeros. |
| Percepciones sobre el Emprendimiento | |
| Oportunidades percibidas | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad (excluidos aquellos individuos que están involucrados en alguna actividad emprendedora) que observan buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde viven. |
| Capacidades percibidas | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad (excluidos aquellos individuos que están involucrados en alguna actividad emprendedora) que creen que tienen los conocimientos y las habilidades para iniciar un negocio. |
| Indicador de potencial de actividad emprendedora | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad (excluidos aquellos individuos que están involucrados en alguna actividad emprendedora) que tienen una percepción positiva acerca de sus capacidades emprendedoras y que consideran que existen buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde viven. |
| Intención emprendedora | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad (excluidos aquellos individuos que están involucrados en alguna actividad emprendedora) que son emprendedores latentes o quieren iniciar un negocio en los próximos tres años. |
| Indicador de temor al fracaso | Porcentaje de la población de los adultos de 18 a 64 años de edad (excluidos aquellos individuos que están involucrados en alguna actividad emprendedora) que indican que el miedo al fracaso les impide iniciar un nuevo negocio. |

4 [ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN 2007]

4.1 LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y EL DESARROLLO ECONÓMICO

Si bien las características de la actividad emprendedora son diferentes entre cada país, existe un consenso general sobre la importancia que tiene el emprendimiento para el desarrollo económico y adicionalmente representa una gran fuente de movilidad social. El proyecto GEM ha estudiado la relación existente entre desarrollo económico de un país y su nivel de actividad emprendedora. Desde los primeros reportes del GEM se ha mostrado que algunos países con niveles similares de desarrollo tienden a exhibir un nivel similar de actividad emprendedora. Esta relación presenta una forma de “U”, misma que se ha mantenido sistemáticamente en el tiempo³. La **Figura 4** muestra esta relación entre el Producto Interno Bruto per cápita y el indicador de actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA), el cual se deriva de la aplicación de la Encuesta a la Población Adulta (APS).

FIGURA 4: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES Y PIB PER CÁPITA 2007



Fuente: Encuesta población Adulta y FMI

³Ver trabajos de Wennekres y otros (2005) y Amorós y Cristi (2008)

En la **Figura 4** se observa lo siguiente:

- Los países de ingresos bajos y medios tienen mayores niveles de actividad emprendedora en etapas iniciales.
- La actividad emprendedora es relativamente baja en países como Japón o los de Unión Europea.
- Los países con los más altos ingresos generalmente incrementan su actividad emprendedora lo cual sugiere que existen una mayor disponibilidad de oportunidades de negocio.

Los países de bajos ingresos tienen una gran parte de su población emprendiendo como forma de autosostenerse y por lo tanto la actividad emprendedora está basada en empresas muy pequeñas o autoempleo. A medida que el país se desarrolla, las medianas y grandes empresas se van consolidando y tienen un rol más activo en la economía, logrando generar empleos que atraen a más personas y son más eficientes que las micro y pequeñas empresas. Ahora bien, algunos países o regiones al seguir desarrollándose han sido capaces de crear una base de capital humano y gran cantidad de conocimientos que le permite entrar a sectores que requieren de productos y servicios más innovadores. Y es aquí cuando las oportunidades de negocios comienzan a crecer y puede convertirse en el motor del desarrollo del país a través de la creación de nuevas empresas que están insertas en sectores o industrias más intensivas en conocimiento.

Existen también otros factores que determinan el nivel de actividad emprendedora y que van a depender de variables demográficas, culturales o institucionales (Wennekers, 2006). Asimismo la actividad emprendedora es un fenómeno dinámico que puede presentar variaciones importantes durante el tiempo. La **Tabla 1** muestra la evolución de la actividad emprendedora de todos los países que participan o han participado en el proyecto GEM en el periodo 2000-2007. A pesar de estas variaciones en el tiempo, de nuevo se puede apreciar en la **Figura 4** (anteriormente expuesta) que los países con ubicación geográfica similar se agrupan juntos. Este fenómeno al igual que la relación en forma de “U” como lo habíamos comentado también es persistente en el tiempo.

TABLA 1: EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES (TEA) DESDE EL 2000 HASTA EL 2007 PARA LOS PAÍSES QUE HAN PARTICIPADO Y PARTICIPAN EN EL PROYECTO GEM

| País | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Alemania | 4,73 | 7,03 | 5,16 | 5,21 | 4,47 | 5,39 | 4,21 | |
| Argentina | 7,77 | 10,52 | 14,15 | 19,73 | 12,84 | 9,49 | 10,24 | 14,43 |
| Australia | 10,93 | 16,21 | 8,68 | 11,62 | 13,38 | 10,87 | 11,96 | |
| Austria | | | | | | 5,28 | | 2,44 |
| Bélgica | 2,44 | 4,58 | 2,99 | 3,87 | 3,71 | 3,93 | 2,73 | 3,15 |
| Brasil | 16,04 | 14,21 | 13,53 | 12,90 | 13,48 | 11,32 | 11,65 | 12,72 |
| Canadá | 7,93 | 10,98 | 8,82 | 8,01 | 8,85 | 9,33 | 7,12 | |
| Chile | | | 15,68 | 16,87 | | 11,15 | 9,19 | 13,43 |
| China | | | 12,34 | 11,59 | | 13,72 | 16,19 | 16,43 |
| Colombia | | | | | | | 22,48 | 22,72 |
| Corea | 13,67 | 14,85 | 14,52 | | | | | |
| Croacia | | | 3,62 | 2,56 | 3,73 | 6,11 | 8,58 | 7,27 |
| Dinamarca | 4,51 | 8,07 | 6,53 | 5,88 | 5,31 | 4,75 | 5,32 | 5,39 |
| Ecuador | | | | | 27,24 | | | |
| Emiratos Árabes | | | | | | 3,74 | 8,44 | |
| Eslovenia | | 4,63 | 4,05 | 2,60 | 4,36 | 4,63 | 4,78 | |
| España | 4,55 | 7,78 | 4,59 | 6,77 | 5,15 | 5,65 | 7,27 | 7,62 |
| Estados Unidos | 12,69 | 11,65 | 10,51 | 11,90 | 11,33 | 12,44 | 10,03 | 9,61 |
| Filipinas | | | | | | | 20,44 | |
| Finlandia | 3,94 | 9,32 | 4,56 | 6,85 | 4,39 | 4,97 | 4,99 | 6,91 |
| Francia | 2,20 | 7,23 | 3,20 | 1,63 | 6,03 | 5,35 | 4,39 | 3,17 |
| Grecia | | | 6,77 | 5,77 | 6,50 | 7,90 | 5,71 | |
| Holanda | | 6,38 | 4,62 | 3,60 | 5,11 | 4,36 | 5,42 | 5,18 |
| Hong Kong | | 3,44 | 3,23 | 3,47 | | | 9,95 | |
| Hungría | | 11,42 | 6,64 | | 4,29 | 1,90 | 6,04 | 6,86 |
| India | 6,30 | 11,25 | 17,88 | | | | 10,42 | 8,53 |
| Indonesia | | | | | | 19,28 | | |
| Irlanda | 1,25 | 12,11 | 9,14 | 8,10 | 7,70 | 9,83 | 7,35 | 8,22 |
| Islandia | | | 11,32 | 11,24 | 13,57 | 10,66 | 11,26 | 12,48 |
| Israel | 4,17 | 5,97 | 7,06 | | 6,62 | | | 5,44 |
| Italia | 5,68 | 10,16 | 5,90 | 3,19 | 4,32 | 4,94 | 3,47 | 5,01 |
| Jamaica | | | | | | 17,00 | 20,32 | |
| Japón | 1,26 | 5,08 | 1,81 | 2,76 | 1,48 | 2,20 | 2,90 | 4,34 |
| Jordania | | | | | 18,26 | | | |
| Kazajstán | | | | | | | | 9,36 |
| Letonia | | | | | | 6,65 | 6,57 | 4,46 |
| Malasia | | | | | | | 11,09 | |
| México | | 18,73 | 12,40 | | | 5,91 | 5,26 | |
| Noruega | 7,91 | 8,69 | 8,69 | 7,46 | 6,98 | 9,25 | 9,14 | 6,47 |
| Nueva Zelanda | | | 15,63 | 14,01 | 13,60 | 14,67 | 17,57 | |
| Perú | | | | | 40,34 | | 40,15 | 25,89 |
| Polonia | | 9,98 | 4,44 | | | 8,83 | | |
| Portugal | | 7,09 | | | 3,95 | | | 8,78 |
| Puerto Rico | | | | | | | | 3,06 |
| Reino Unido | 5,16 | 7,68 | 5,37 | 6,36 | 6,25 | 6,22 | 5,77 | 5,53 |
| República Checa | | | | | | | 7,85 | |
| Rep. Dominicana | | | | | | | 16,75 | |
| Rumania | | | | | | | | 4,02 |
| Rusia | | 6,91 | 2,52 | | | | 4,86 | 2,67 |
| Serbia | | | | | | | | 8,56 |
| Singapur | 2,06 | 5,18 | 5,91 | 4,95 | 5,69 | 7,24 | 4,85 | |
| Sudáfrica | | 9,37 | 6,54 | 4,30 | 5,40 | 5,15 | 5,29 | |
| Suecia | 3,87 | 6,67 | 4,00 | 4,12 | 2,97 | 4,04 | 3,45 | 4,15 |
| Suiza | | | 7,13 | 7,14 | | 6,06 | | 6,27 |
| Tailandia | | | 18,90 | | | 20,74 | 15,20 | 26,87 |
| Taiwán | | | 4,27 | | | | | |
| Turquía | | | | | | | 6,07 | 5,58 |
| Uganda | | | | 29,26 | 31,64 | | | |
| Uruguay | | | | | | | 12,56 | 12,21 |
| Venezuela | | | 27,31 | | 24,99 | | 20,16 | |

Fuente: GEM

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN EL ENTORNO DEL GEM Y EN CHILE

Usando una muestra aleatoria de individuos en cada país, el GEM estima el nivel de participación de la población adulta económicamente activa⁴ del país involucrada en algún tipo de actividad emprendedora. Sin embargo como se ha analizado en la sección anterior usando la **Figura 4** y la **Tabla 1** la actividad emprendedora debe ser estudiada dependiendo del nivel de desarrollo y también desde una perspectiva regional.

Los reportes anteriores del GEM tanto globales como de los países, utilizaban los indicadores de emprendimiento como si fuese un ranking general. Sin embargo el constante desarrollo de la investigación relativa al emprendimiento demuestra que factores culturales, institucionales, económicos y demográficos influyen en la dinámica emprendedora de los países. El Banco Mundial ha enfatizado que la actividad emprendedora puede mejorarse si existe un clima institucional adecuado (Klapper y otros, 2007). Así en el contexto para emprender en Chile puede ser muy diferente al contexto para emprender en China o Noruega. Por lo tanto comparar economías diferentes puede “distorsionar” la correcta interpretación de los indicadores de actividad emprendedora entre los países.

Por este motivo se ha decidido categorizar a los 42 países participantes en tres grandes grupos dependiendo de dos factores: primero, por su nivel de ingreso basado en la metodología que usa el Banco Mundial para diferenciar países de altos ingresos de los de medios y bajos, y segundo, desde una perspectiva regional. Los grupos quedan definidos de la siguiente forma:

PAÍSES DE INGRESOS ALTOS:

Austria, Bélgica, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hong Kong, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Noruega, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, Suecia y Suiza.

PAÍSES DE INGRESOS BAJOS Y MEDIOS DE EUROPA Y ASIA:

China, Croacia, Hungría, India, Kazajstán, Letonia, Rumania, Rusia, Serbia, Tailandia y Turquía.

PAÍSES DE INGRESOS BAJOS Y MEDIOS DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE:

Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Con estos grupos el GEM Global profundiza el conocimiento de la actividad emprendedora desde la perspectiva institucional, demográfica, cultural y de bienestar económico⁵. Este reporte remarca la situación de Chile en el contexto de los países participantes en el GEM poniendo énfasis en el contexto regional, sin perder de vista las condiciones particulares del país.

⁴ La fuente estandarizada de la estructura de población total de los países participantes, corresponde a la información de la US Census Bureau International Database (www.census.gov/ipc/www/didbnew.html). El rango de edad de 18 a 64 años es el que se toma en las muestras de todos los países asumiendo que la gran mayoría de la fuerza laboral de un país está en este rango.

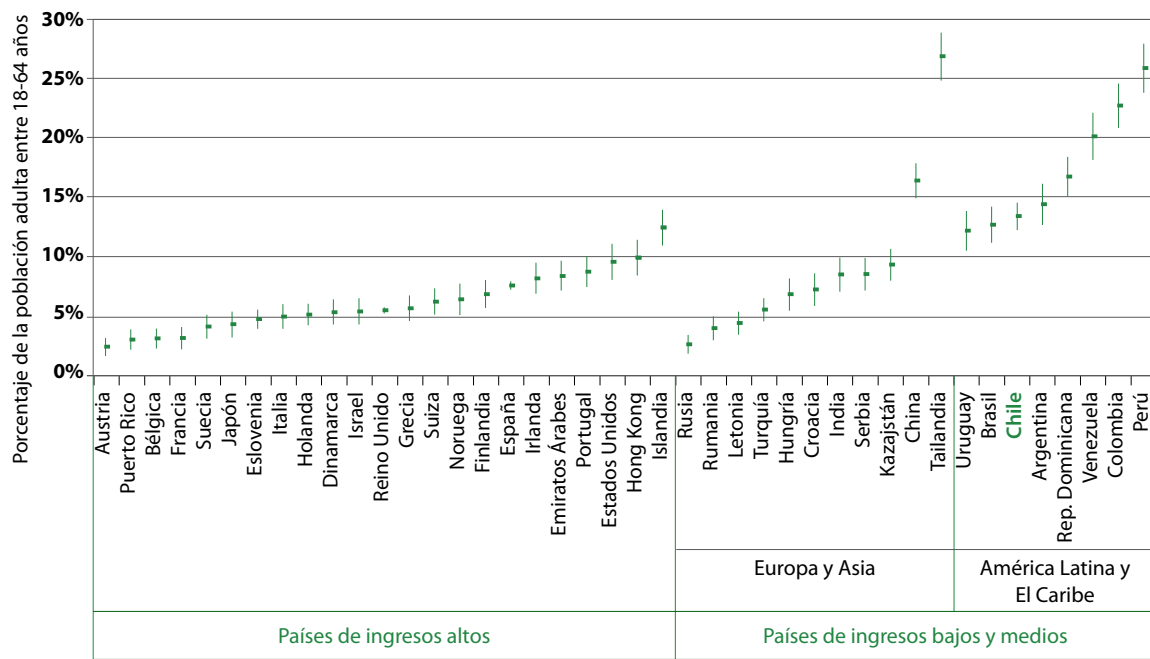
⁵ Para una mayor explicación de dichos factores y su comparativa internacional ver el Reporte GEM global 2007.

En el año 2007, la actividad emprendedora en etapas iniciales para Chile corresponde al 13,4% lo cual representa un incremento con respecto al año 2006

La Figura 5 muestra los indicadores de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) es decir, la proporción de población que está involucrada en alguna actividad emprendedora ya sea como emprendedor naciente o nuevo empresario. Cada país participante está clasificado según los grupos anteriormente descritos y ordenado de forma ascendente. Cada barra vertical en la gráfica representa el intervalo de confianza dado que la encuesta del GEM no incluye a toda la población adulta del país⁶. En el año 2007, la actividad emprendedora en etapas iniciales para Chile corresponde al 13,4% lo cual representa un incremento con respecto al año 2006, donde el indicador era de 9,2%. El análisis de este incremento se abordará más adelante.

Como se observa, del total de los países participantes, los países latinoamericanos junto con China y Tailandia presentan los mayores valores en su indicador de actividad emprendedora en etapas iniciales, siendo Chile uno de los valores más bajos de la región pero aún arriba del resto de los países de ingresos bajos y medios (a excepción de China y Tailandia como ya se había comentado) y también por arriba de los países de ingreso altos.

FIGURA 5: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR PAÍS, GEM 2007



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

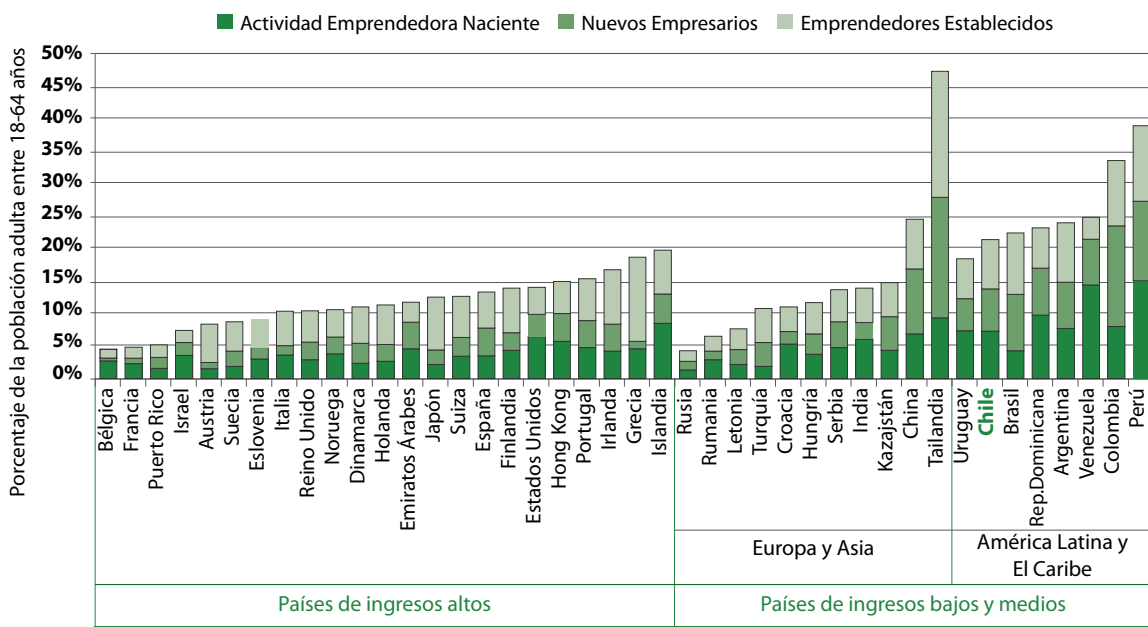
⁶ Si la encuesta pudiera cubrir a toda la población adulta, el actual indicador de emprendimiento tendría un 95% de probabilidad de caer dentro de la línea vertical que cruza los valores estimados. Asimismo este intervalo de confianza permite discriminar el valor del TEA de un país a otros. Si estos intervalos no se superponen entre un país y otro, existe diferencia estadística significativa entre los diferentes valores del TEA.

Como se mencionó la actividad emprendedora en etapas iniciales es la combinación de la actividad emprendedora naciente y nuevos empresarios, mientras que la actividad total es la suma de la actividad en etapas iniciales más los emprendedores establecidos. La **Figura 6** muestra la proporción de cada una de estas categorías.

De nuevo América Latina, China y Tailandia presentan los mayores indicadores. En el caso particular de Chile, éste presenta un 7,3% de emprendedores nacientes. Este porcentaje sube con respecto al periodo anterior, donde esta cifra era del orden del 5,7%. Por su parte, el porcentaje de nuevos empresarios también aumenta de un 6,5% frente a 3,9% del periodo 2006. Como se verá más adelante esta alza puede ser explicada por diferentes motivos, pero es difícil hacer muchas inferencias aunque se supone que esto se asocia a un aumento importante en el autoempleo y también al aumento de algunos emprendedores “por necesidad”, es decir aquellos que emprenden porque es su única fuente de empleo.

Desde el periodo 2005 el GEM puso énfasis en el indicador relacionado con el porcentaje de Emprendedores Establecidos o Consolidados. En el caso de Chile en 2007 el valor es 8,7%, cifra que también aumenta con respecto al periodo 2006, cuando fue de 6,8%. Este indicador podría hablar de una consolidación de la actividad emprendedora. Se supone que algunos de los nuevos empresarios registrados en años pasados se han consolidado y han pasado a engrosar el indicador de empresarios establecidos. Al ser el segundo año de existencia de este indicador aún es difícil inferir una tendencia pero las observaciones en próximos años darán una mejor perspectiva de la dinámica emprendedora en este sentido.

FIGURA 6: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN QUE ESTÁ INVOLUCRADA EN LAS DIFERENTES CATEGORÍAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA 2007



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

La **Tabla 2** muestra un resumen de las diferentes categorías de la actividad emprendedora que mide el GEM en los países que han participado en el periodo 2007. Cabe señalar que un pequeño grupo de emprendedores puede pertenecer a más de dos grupos, sin embargo, se cuenta como sólo uno; de ahí que las cifras no sean la suma aritmética exacta.

TABLA 2: ÍNDICES DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS PAÍSES GEM, 2007, EDADES 18-64 AÑOS

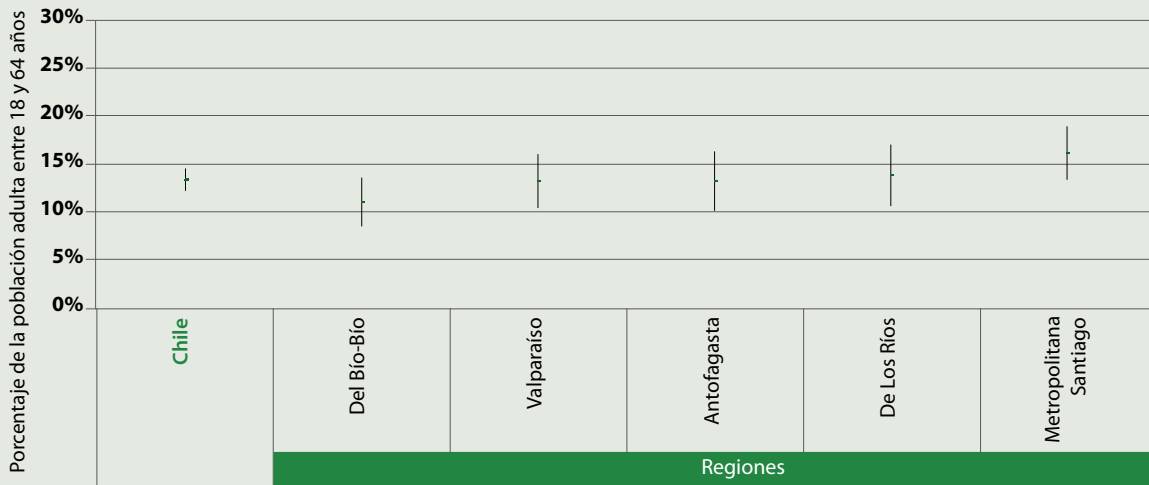
| País | Actividad Emprendedora Naciente | Nuevos Empresarios | Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) | Emprendedores Establecidos | Total de Emprendedores | Muestra |
|--|---------------------------------|--------------------|--|----------------------------|------------------------|-------------------|
| Países de ingresos altos | | | | | | |
| Austria | 1,5% | 1,0% | 2,4% | 6,0% | 8,4% | 1996 |
| Bélgica | 2,7% | 0,4% | 3,2% | 1,4% | 4,6% | 2028 |
| Dinamarca | 2,3% | 3,1% | 5,4% | 6,0% | 11,1% | 2001 |
| Emiratos Árabes | 4,6% | 4,1% | 8,4% | 3,4% | 11,8% | 2097 |
| Eslovenia | 3,0% | 1,8% | 4,8% | 4,6% | 9,3% | 3020 |
| España | 3,5% | 4,3% | 7,6% | 6,4% | 13,4% | 27880 |
| Estados Unidos | 6,5% | 3,4% | 9,6% | 5,0% | 14,1% | 1583 |
| Finlandia | 4,4% | 2,7% | 6,9% | 7,6% | 14,0% | 2005 |
| Francia | 2,3% | 0,9% | 3,2% | 1,7% | 4,8% | 1576 |
| Grecia | 4,6% | 1,1% | 5,7% | 13,3% | 18,7% | 2000 |
| Holanda | 2,7% | 2,6% | 5,2% | 6,4% | 11,3% | 2597 |
| Hong Kong | 5,7% | 4,3% | 10,0% | 5,6% | 15,0% | 1701 |
| Irlanda | 4,2% | 4,2% | 8,2% | 9,0% | 16,8% | 1897 |
| Islandia | 8,5% | 4,5% | 12,5% | 8,8% | 19,8% | 2001 |
| Israel | 3,6% | 2,0% | 5,4% | 2,4% | 7,4% | 1885 |
| Italia | 3,6% | 1,5% | 5,0% | 5,6% | 10,4% | 2000 |
| Japón | 2,2% | 2,2% | 4,3% | 8,7% | 12,6% | 1569 |
| Noruega | 3,9% | 2,8% | 6,5% | 5,9% | 12,0% | 1503 |
| Portugal | 4,8% | 4,1% | 8,8% | 7,1% | 15,4% | 2023 |
| Puerto Rico | 1,6% | 1,7% | 3,1% | 2,4% | 5,2% | 1830 |
| Reino Unido | 2,9% | 2,7% | 5,5% | 5,1% | 10,5% | 39582 |
| Suecia | 1,9% | 2,4% | 4,2% | 4,7% | 8,8% | 1712 |
| Suiza | 3,5% | 2,9% | 6,3% | 6,6% | 12,7% | 2148 |
| Países de ingresos bajos y medios de Europa y Asia | | | | | | |
| China | 6,9% | 10,0% | 16,4% | 8,4% | 24,6% | 2666 |
| Croacia | 5,3% | 2,0% | 7,3% | 4,2% | 11,1% | 1541 |
| Hungría | 3,8% | 3,1% | 6,9% | 4,8% | 11,7% | 1500 |
| India | 6,0% | 2,6% | 8,5% | 5,5% | 13,9% | 1601 |
| Kazajstán | 4,3% | 5,3% | 9,4% | 5,8% | 14,8% | 2000 |
| Letonia | 2,2% | 2,3% | 4,5% | 3,4% | 7,7% | 2000 |
| Rumania | 2,9% | 1,3% | 4,0% | 2,5% | 6,5% | 1739 |
| Rusia | 1,3% | 1,3% | 2,7% | 1,7% | 4,3% | 1939 |
| Serbia | 4,8% | 4,0% | 8,6% | 5,3% | 13,7% | 1766 |
| Tailandia | 9,4% | 18,6% | 26,9% | 21,4% | 47,4% | 1999 |
| Turquía | 1,9% | 3,7% | 5,6% | 5,5% | 10,8% | 2400 |
| Países de ingresos bajos y medios de América Latina y el Caribe | | | | | | |
| Argentina | 7,8% | 7,1% | 14,4% | 10,0% | 24,1% | 1719 |
| Brasil | 4,3% | 8,7% | 12,7% | 9,9% | 22,4% | 2000 |
| Chile | 7,3% | 6,5% | 13,4% | 8,7% | 21,4% | 3662 ⁷ |
| Colombia | 8,0% | 15,5% | 22,7% | 11,6% | 33,6% | 2082 |
| Perú | 15,1% | 12,2% | 25,9% | 15,3% | 39,0% | 1861 |
| Rep. Dominicana | 9,8% | 7,2% | 16,8% | 7,6% | 23,2% | 2081 |
| Uruguay | 7,4% | 5,0% | 12,2% | 6,6% | 18,5% | 1634 |
| Venezuela | 14,5% | 7,1% | 20,2% | 5,4% | 24,9% | 1709 |

⁷ En Chile se realizaron 4008 encuestas para el APS, pero para cálculos de la actividad emprendedora total se utilizaron sólo aquellas personas que tenían hasta 64 años cumplidos. Los adultos mayores de 64 se toman en cuenta para otros indicadores.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN CHILE: UNA APROXIMACIÓN REGIONAL

● POR PRIMERA VEZ, EL PROYECTO GEM EN CHILE HACE UN ANÁLISIS DE DIFERENTES REGIONES DEL PAÍS. EN ESTA PRIMERA APROXIMACIÓN SE UTILIZA UN SOBRESAMPLEO DE LAS REGIONES PARTICIPANTES CON LA FINALIDAD DE OBTENER DATOS SIGNIFICATIVOS DE CADA UNA DE ELLAS, LO QUE AL MISMO TIEMPO PERMITIÓ AUMENTAR LA MUESTRA NACIONAL. ESTO DA LA POSIBILIDAD DE ESTUDIAR CON MAYOR DETALLE LA DINÁMICA EMPRENDEDORA PARTICULAR DE LAS REGIONES PARTICIPANTES. SIN DUDA ESTO CONSTITUYE UN AVANCE SIGNIFICATIVO EN LA COMPRENSIÓN DEL FENÓMENO EMPRENDEDOR NACIONAL YA QUE EVIDENTEMENTE LAS CONDICIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO DIFIEREN ENTRE UNA REGIÓN Y OTRA. COMO SE OBSERVA EN LA SIGUIENTE FIGURA, LA MAYOR PROPORCIÓN DE PERSONAS INVOLUCRADAS EN EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES SE DA EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO Y LA MENOR, EN LA REGIÓN DEL BÍO-BÍO.

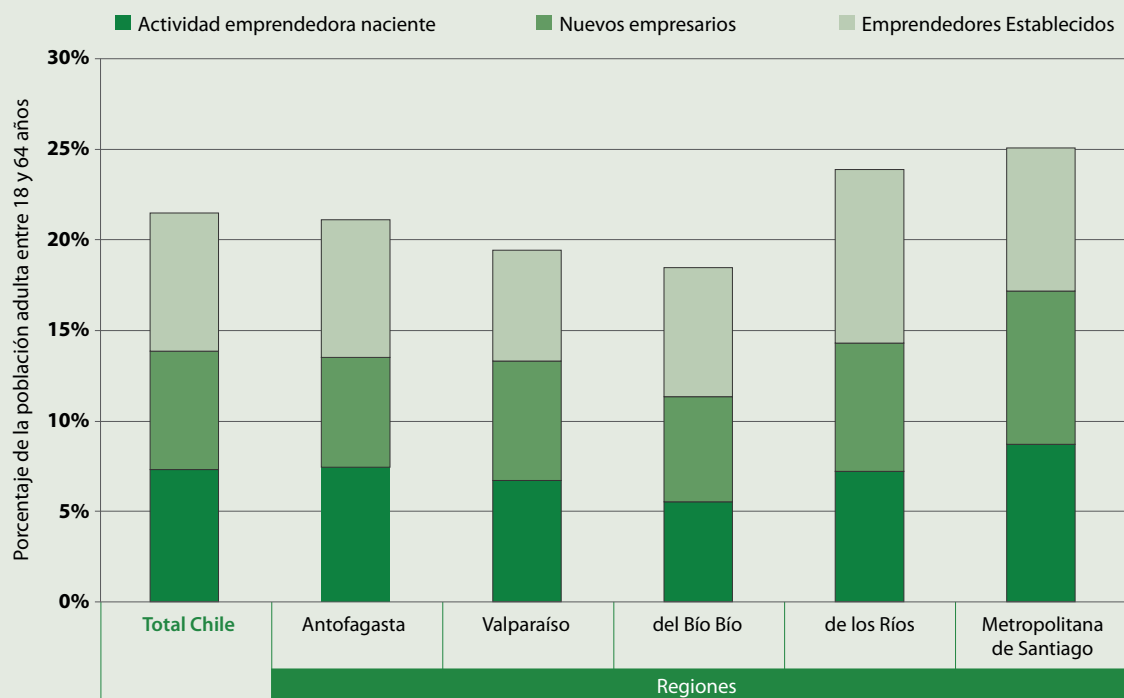
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR REGIÓN EN CHILE



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

LA SIGUIENTE FIGURA MUESTRA LA PROPORCIÓN DE CADA UNA DE LAS DIFERENTES CATEGORÍAS DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR CADA UNA DE LAS REGIONES ANALIZADAS.

PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN QUE ESTÁ INVOLUCRADA EN LAS DIFERENTES CATEGORÍAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR REGIÓN EN CHILE

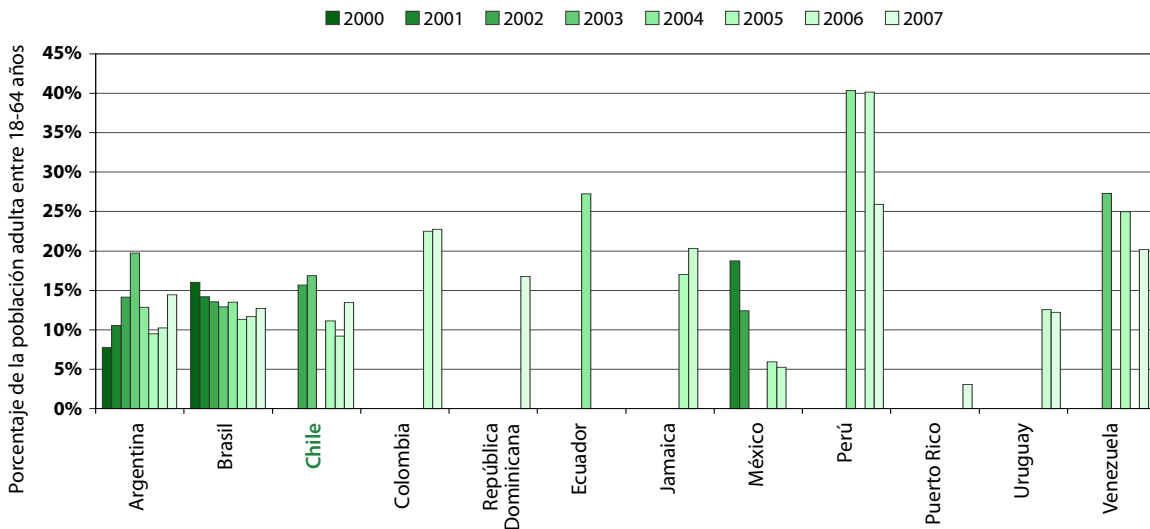


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

● CON ESTE ESFUERZO CHILE SE SUMA A LAS EXPERIENCIAS DE ALEMANIA, REINO UNIDO Y ESPAÑA, QUIENES HAN DESARROLLADO IMPORTANTES ESTUDIOS REGIONALES. EL CASO DE ESPAÑA ES EL MÁS INTERESANTE YA QUE HA LOGRADO CUBRIR PRÁCTICAMENTE TODA LA GEOGRAFÍA DEL ESTADO ESPAÑOL Y DESARROLLAR INFORMES PARTICULARES PARA CADA UNA DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS. SIGUIENDO ESTE EJEMPLO, EN NUESTRO PAÍS CADA UNA DE LAS UNIVERSIDADES REGIONALES PARTICIPANTES DESARROLLARÁ SU PROPIO INFORME.

En el ámbito de la región de Latinoamérica y del Caribe, la evolución de la actividad emprendedora ha tenido diversas variaciones y presenta perfiles muy diferentes (Figura 7). A excepción de Brasil y Argentina, los países latinoamericanos no han presentado una participación constante. Por esta razón las comparaciones resultan difíciles, sin embargo se observa que los países con menores ingresos per cápita como Ecuador, Jamaica o Perú⁸ son los que durante este periodo han mostrado los indicadores más altos de emprendimiento en etapas iniciales. Como contraparte, los países con mayores ingresos como Puerto Rico⁹ registran los menores indicadores de emprendimiento en etapas iniciales, lo cual es concordante con el análisis previamente descrito en relación a la actividad emprendedora y el nivel de desarrollo económico.

FIGURA 7: EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN PAÍSES DE LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE



Fuente: GEM

4.3 MOTIVACIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

El proyecto GEM ha venido profundizando en el estudio de las causas o motivaciones que llevan a los emprendedores a iniciar la actividad empresarial. Si bien la mayoría de los individuos que se declara emprendedor lo hace por el reconocimiento de una oportunidad de negocios; otros lo hacen porque no tienen otra opción laboral. Para aquellos que persiguen una oportunidad de negocio existen dos principales motivadores: el deseo de independencia y el deseo de incrementar sus ingresos en comparación a permanecer como empleados. El resto de los “emprendedores” son aquellas personas que manifestaron no tener otro medio para subsistir (emprendedores motivados por necesidad) y aquellas personas que manifestaron estar involucrados en la actividad emprendedora principalmente para mantener sus ingresos.

⁸ Claramente Perú ha experimentado un descenso muy considerable en sus indicadores. Este fenómeno se debe principalmente a un ajuste metodológico lo cual supone que las mediciones pasadas incluían a un porcentaje importante de la población que se identificaba con el término “emprendedor” aunque estuviese realizando actividades informales. El indicador del periodo 2007, según lo indica el propio equipo peruano, es un reflejo más fidedigno de la realidad de este país.

⁹ Hay que recordar que Puerto Rico es un Estado Libre Asociado a los Estados Unidos por lo mismo es considerado una economía de ingresos altos.

En base a lo anterior, este año el GEM ha redefinido el concepto de emprendimiento por oportunidad en etapas iniciales (TEA por oportunidad) lo cual no permite comparaciones con los años anteriores. El emprendimiento por oportunidad sólo incluye a aquellas personas que tienen deseos de independencia o que desean aumentar sus ingresos. Se considera que el hecho de “mantener el ingreso” no es una legítima manifestación de emprendimiento por oportunidad ya que este tipo de actividades ahora no son consideradas dentro del indicador oportunidad.

Utilizando estas nuevas definiciones, la **Tabla 3** muestra a los grupos de países dependiendo de su bajo o alto indicador de emprendimiento por oportunidad. Consistente con el nivel de ingreso se observa que a excepción de Chile y Uruguay, los países más desarrollados y con ingresos altos son lo que presentan los mayores indicadores proporcionales de emprendimiento por oportunidad.

TABLA 3: PROPORCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES MOTIVADO POR RECONOCIMIENTO DE OPORTUNIDAD

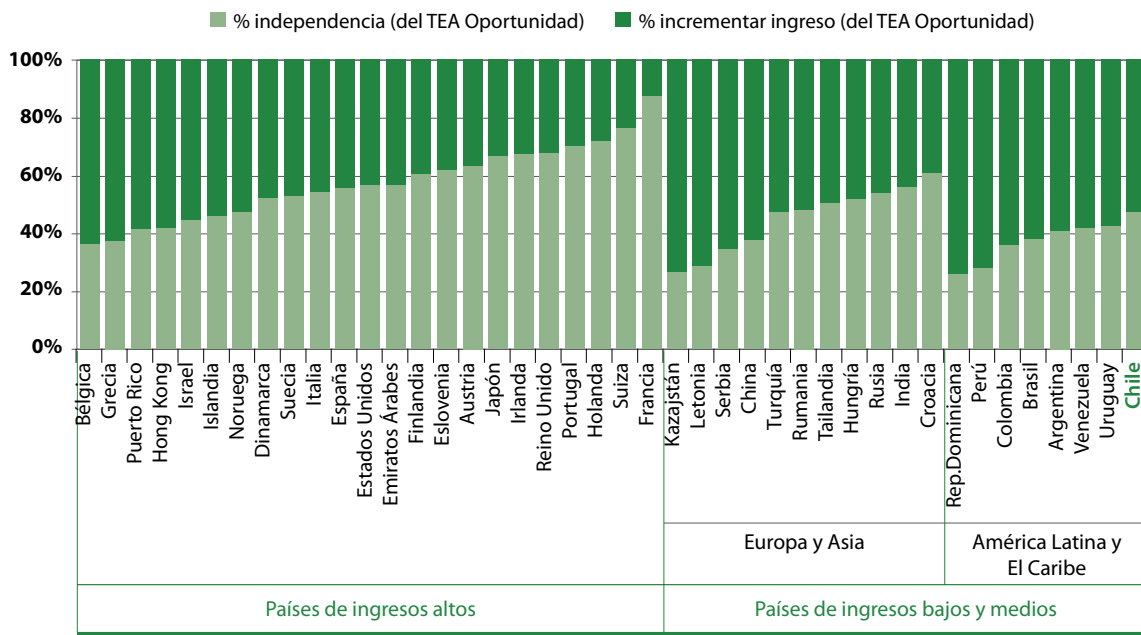
| Grupo 1: Menos de 50% oportunidad | | Grupo 2: Más de 50% oportunidad | |
|-----------------------------------|-----|---------------------------------|------------|
| <i>Serbia</i> | 29% | <i>Israel</i> | 52% |
| <i>Rusia</i> | 30% | <i>Bélgica</i> | 53% |
| <i>India</i> | 33% | <i>Uruguay</i> | 54% |
| <i>Brasil</i> | 39% | <i>España</i> | 54% |
| <i>Turquía</i> | 40% | <i>Japón</i> | 55% |
| <i>República Dominicana</i> | 40% | <i>Francia</i> | 55% |
| <i>Croacia</i> | 41% | <i>Irlanda</i> | 56% |
| <i>Letonia</i> | 42% | <i>Portugal</i> | 56% |
| <i>China</i> | 44% | <i>Reino Unido</i> | 59% |
| <i>Colombia</i> | 44% | Chile | 62% |
| <i>Argentina</i> | 44% | <i>Estados Unidos</i> | 62% |
| <i>Perú</i> | 45% | <i>Puerto Rico</i> | 63% |
| <i>Kazajstán</i> | 46% | <i>Grecia</i> | 63% |
| <i>Venezuela</i> | 47% | <i>Hong Kong</i> | 64% |
| <i>Rumania</i> | 48% | <i>Emiratos Árabes Unidos</i> | 65% |
| <i>Hungría</i> | 48% | <i>Holanda</i> | 66% |
| <i>Tailandia</i> | 49% | <i>Noruega</i> | 66% |
| | | <i>Austria</i> | 67% |
| | | <i>Suiza</i> | 69% |
| | | <i>Italia</i> | 70% |
| | | <i>Finlandia</i> | 73% |
| | | <i>Eslovenia</i> | 77% |
| | | <i>Islandia</i> | 78% |
| | | <i>Suecia</i> | 79% |
| | | <i>Dinamarca</i> | 81% |

Fuente: GEM

Lo interesante para Chile es que este indicador se sitúa a nivel de países más desarrollados, lo cual es importante dado que los emprendedores están manifestando que persiguen oportunidades, lo cual pudiera también reflejar que la relativa estabilidad y crecimiento económico de los últimos años sitúa al país -desde el punto de vista de los emprendedores en etapas iniciales- en un escenario propicio para hacer negocios.

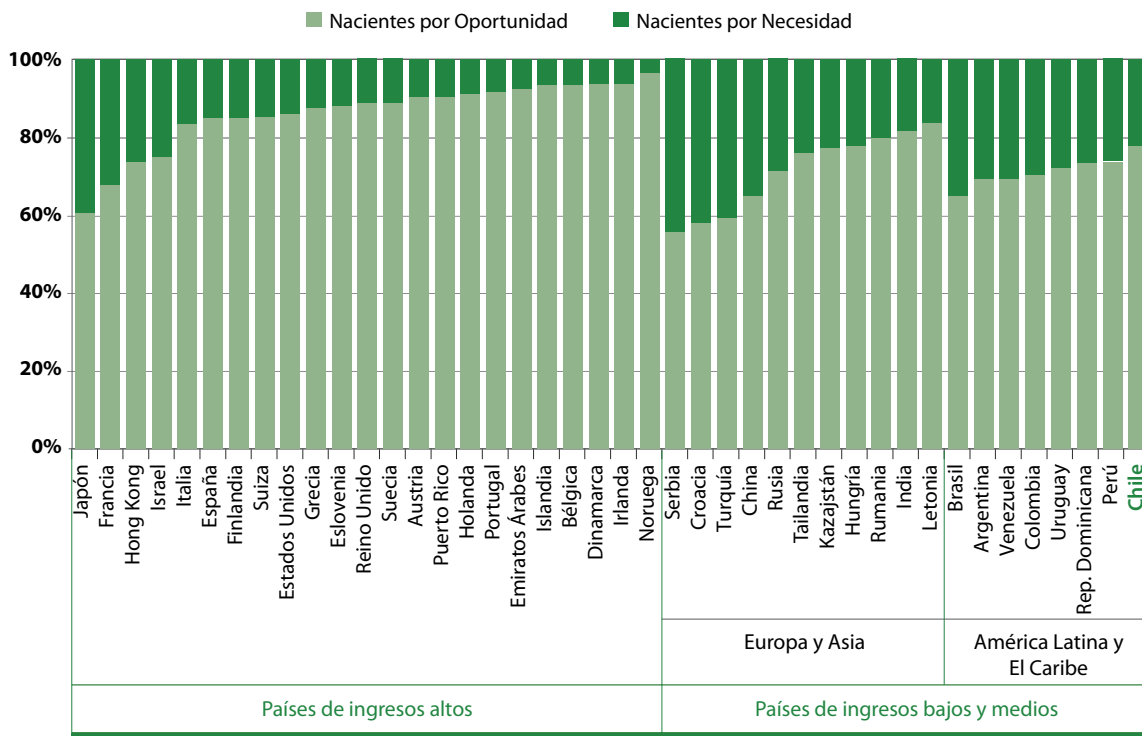
Analizando los dos tipos de motivadores para el emprendimiento por oportunidad la **Figura 8** muestra que los países de mayores ingresos presentan mayor proporción de motivación por independencia. Estos indicadores pueden estar relacionados con el hecho que en estos países se presentan oportunidades adicionales para generar ingresos debido a que muchos de estos países, sobre todo en Europa la población goza de una relativa seguridad social (van Stel y otros, 2007). Como contraparte en Latinoamérica los motivadores principales son incrementar los ingresos. En el caso de Chile, ambos indicadores son muy similares: 47% de los emprendedores motivados por oportunidad manifiestan querer más independencia; 53% incrementar sus ingresos.

FIGURA 8: BALANCE ENTRE LOS DOS MOTIVADORES DE OPORTUNIDAD EN EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Otro aspecto importante, sobre todo cuando se habla de la motivación para emprender, consiste en analizar a los emprendedores nacientes, es decir, si las nuevas iniciativas empresariales o de negocio están motivadas por necesidad o por la búsqueda real de una oportunidad. En el entorno GEM, consistente con los indicadores anteriores, todos los países participantes en 2007 presentan una mayor proporción de emprendedores nacientes cuya principal motivación es la búsqueda de oportunidades, frente al emprendimiento por necesidad. La **Figura 9** muestra los porcentajes de cada categoría del total de los emprendedores nacientes por país y por región. Estos resultados también pueden ser una aproximación al nivel de desarrollo de los países, siendo de nuevo los países de ingresos altos quienes presentan los mayores ratios de oportunidad frente a necesidad. Chile encabeza la región con indicadores 5,46% de la población adulta como emprendedor naciente por oportunidad frente al 1,5% por necesidad. Este último dato es interesante porque es prácticamente igual que en el periodo 2006, lo cual indica que no hay un aumento considerable de emprendimientos por necesidad.

FIGURA 9: EMPRENDEDORES NACIENTES POR MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

¿POR QUÉ AUMENTÓ EL INDICADOR DE EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES EN CHILE?

SI BIEN COMO YA SE HA DESCRITO, EL EMPRENDIMIENTO ES UN FENÓMENO COMPLEJO Y MULTIVARIABLE, UTILIZANDO LOS DATOS QUE EL PROPIO GEM PROPORCIONA SE PUEDEN INFERIR ALGUNAS DE LAS POSIBLES CAUSAS DE ESTE INCREMENTO. ANALIZANDO DATOS MÁS ESPECÍFICOS DE PERIODOS ANTERIORES, SE CONSIDERAN DOS FACTORES INTERESANTES:

- AUMENTO EN EL NÚMERO DE EMPRENDEDORES QUE SON AUTOEMPLEADOS, ES DECIR, TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA QUE NO TIENEN EMPLEADOS. EL PORCENTAJE DE ESTOS EMPRENDEDORES PASÓ DE UN 47% DEL TOTAL DE EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES EN 2006, A UN 55% EN 2007.
- EL AUMENTO DE LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS. UTILIZANDO EL INDICADOR TEA SEPARADO POR GÉNERO, AMBOS SEXOS PRESENTAN UN INCREMENTO CONSIDERABLE ENTRE EL 2006 Y EL 2007: DE 11,4% A 16,4% EN LOS HOMBRES, FRENTE A 7,0% A 10,4% DE MUJERES. SIN EMBARGO SON LAS MUJERES LAS QUE PROPORCIONALMENTE VAN GANANDO "TERRENO" EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES,

FENÓMENO QUE EN CHILE YA HA SIDO CORROBORADO EN DIVERSOS ESTUDIOS UTILIZANDO LA METODOLOGÍA DEL GEM Y OTRAS MEDICIONES (AMORÓS Y PIZARRO, 2007).

TAMBIÉN RESULTA INTERESANTE COMPARAR LOS INDICADORES SOBRE LA MOTIVACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES EN CHILE. EN LAS ÚLTIMAS DOS MEDICIONES (2005-2006) LOS EMPRENDEDORES POR OPORTUNIDAD (MEDIDOS CON LOS PARÁMETROS ANTERIORES) VENÍAN DISMINUYENDO. EN 2005 EL 8,2% DE LOS EMPRENDEDORES ESTABAN EN ESTA CATEGORÍA, PASANDO EN EL PERIODO 2006 A UN VALOR DE 6,6%. CON LA NUEVA MEDICIÓN DE EMPRENDEDORES POR OPORTUNIDAD EL INDICADOR ES 9,8% EN EL 2007, LO QUE CLARAMENTE INDICA UN AUMENTO CONSIDERABLE EN EL NÚMERO DE PERSONAS QUE MANIFIESTAN ESTAR EN ALGUNA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES Y QUE PERSIGUEN UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.

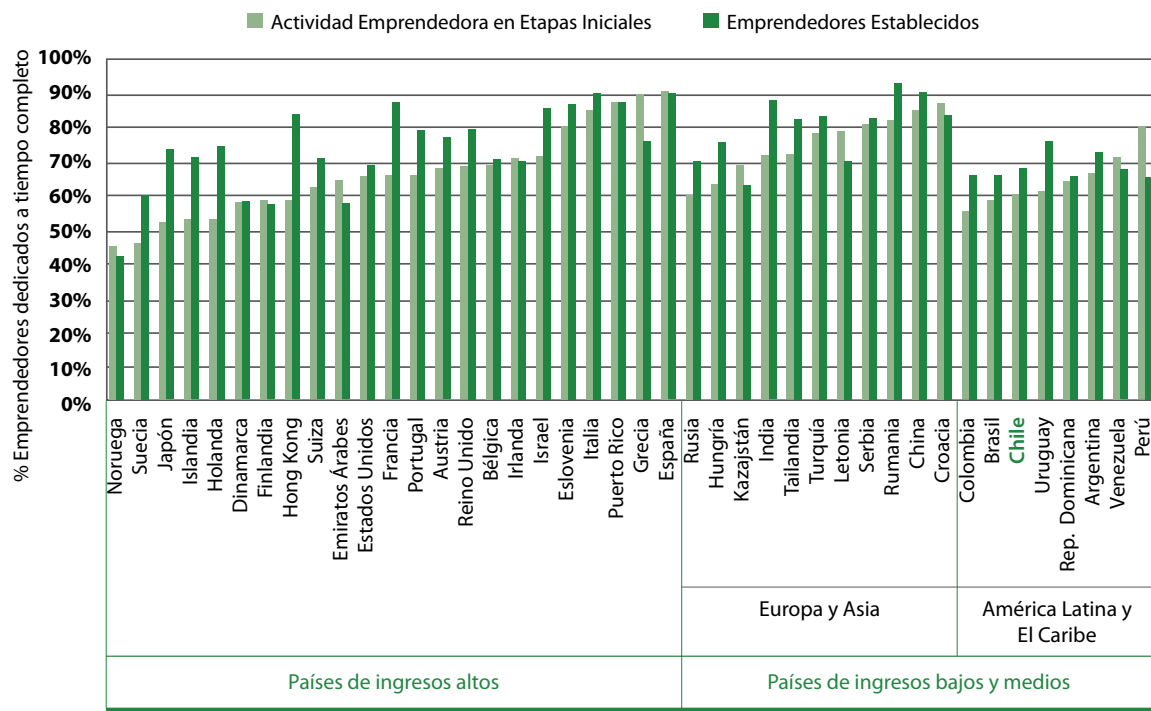
EL EMPRENDIMIENTO POR NECESIDAD TAMBIÉN PRESENTÓ UN LIGERO AUMENTO DE 2,6% EN EL 2006 A 3,2% EN EL 2007. SIN EMBARGO COMO SE HABÍA ANALIZADO ANTERIORMENTE, LOS EMPRENDEDORES NACIENTES POR NECESIDAD MANTIENEN EL PORCENTAJE PRÁCTICAMENTE IGUAL ENTRE EL PERIODO 2006-2007. ESTO LLEVA A SUPONER QUE SON LOS NUEVOS EMPRESARIOS POR NECESIDAD QUIENES ESTÁN AUMENTANDO SU PROPORCIÓN Y QUE HAN PREVALECIDO EN EL TIEMPO. SIN EMBARGO ESTE INDICADOR SE COMPENSA CON LOS EMPRENDEDORES POR OPORTUNIDAD EN ETAPAS INICIALES. COMO CONCLUSIÓN EL EMPRENDIMIENTO POR NECESIDAD EN CHILE ES DE UN 30% DE LOS EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES, PRÁCTICAMENTE IGUAL QUE EL PERIODO ANTERIOR.

¿SE ESTÁ FRENTE A UN INCREMENTO REAL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA? ESTA PREGUNTA ES COMPLICADA DE RESPONDER, TOMANDO EN CUENTA DATOS QUE CUBREN RELATIVAMENTE UN CORTO PERIODO. ADICIONAL A LA CANTIDAD DE EMPRENDEDORES LO INTERESANTE SERÁ SEGUIR LA CALIDAD DEL EMPRENDIMIENTO Y SU REAL IMPACTO EN EL DESEMPEÑO ECONÓMICO DEL PAÍS. LA CONSOLIDACIÓN DEL EMPLEO Y LA SUBSIGUIENTE DISMINUCIÓN DEL DESEMPLEO QUE EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE DE 2007 ERA DE 7,2% FRENTE AL 8% DEL 2006 DA MÁS OPCIONES DE EMPLEO QUE EVENTUALMENTE REDUCEN EL EMPRENDIMIENTO POR NECESIDAD. AHORA SE VE UN AUMENTO DEL EMPRENDIMIENTO POR OPORTUNIDAD PERO MUY ASOCIADO AL AUTOEMPLEO. HISTÓRICAMENTE LA POBLACIÓN EN CHILE PREFERE UN TRABAJO REMUNERADO COMO DEPENDIENTE, DADO EL COSTO DE OPORTUNIDAD, PERSONAL Y ECONÓMICO DE EMPRENDER; PARECIERA QUE SER AUTÓNOMO ES LO SUFICIENTEMENTE ATRACTIVO PUES LA GENTE QUIERE AUMENTAR SUS INGRESOS. SI BIEN LA OFERTA LABORAL ACTUAL PUEDE CUBRIR LAS NECESIDADES DE LA POBLACIÓN QUE POTENCIALMENTE ESTARÍA EN CAPACIDAD DE EMPRENDER, PARA ALGUNAS PERSONAS ESTO YA NO SERÍA SUFICIENTE.

FINALMENTE ¿HAY BUENAS OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER? EN RELACIÓN A ESTE ASPECTO, EL GEM ANALIZA SI EFECTIVAMENTE LA POBLACIÓN DETECTA QUE EXISTEN BUENAS OPORTUNIDADES Y CÓMO ESTO SE PUEDE TRADUCIR EN UN POTENCIAL EMPRENDIMIENTO. LA ENCUESTA PREGUNTA TODOS LOS AÑOS ACERCA DE LA PERCEPCIÓN DE BUENAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO DE LOS SIGUIENTES SEIS MESES A LA ENCUESTA. EN EL 2006 EN PROMEDIO LA PERCEPCIÓN DE BUENAS OPORTUNIDADES ERA DE 47,9% FRENTE A 49% EN 2007, LO CUAL CONSTITUYE UN LIGERO AUMENTO. MÁS ADELANTE SE RETOMARÁN ÉSTOS Y OTROS ASPECTOS DE LA PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN ADULTA QUE PUEDEN ESTAR INFLUYENDO EN LA DINÁMICA EMPRENDEDORA.

La forma en que los emprendedores “explotan las oportunidades” puede tener relación con el tiempo laboral que dedican a sus negocios. La **Figura 10** muestra la proporción de emprendedores que manifiestan estar a tiempo completo en sus negocios. De nuevo existen diferencias importantes entre países, pero en general se puede decir que un emprendimiento a tiempo parcial suele ser una forma de obtener un ingreso extra sin descartar una fuente primaria de ingresos. Lo que resulta interesante es que los países de mayores ingresos son aquellos que presentan mayor proporción de emprendimientos a tiempo parcial. En el ámbito latinoamericano las variaciones no son tan pronunciadas a excepción del Perú. En general, en todos los países los emprendedores establecidos tienen una mayor proporción de dedicación a tiempo completo, que los emprendedores en etapas iniciales. En Chile, los porcentajes son 60,1% para aquellos emprendedores en etapas iniciales que manifiestan estar a tiempo completo y 67,8% para los emprendedores establecidos.

FIGURA 10: PROPORCIÓN DE EMPRENDEDORES QUE ESTÁN INVOLUCRADOS A TIEMPO COMPLETO EN SUS NEGOCIOS



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

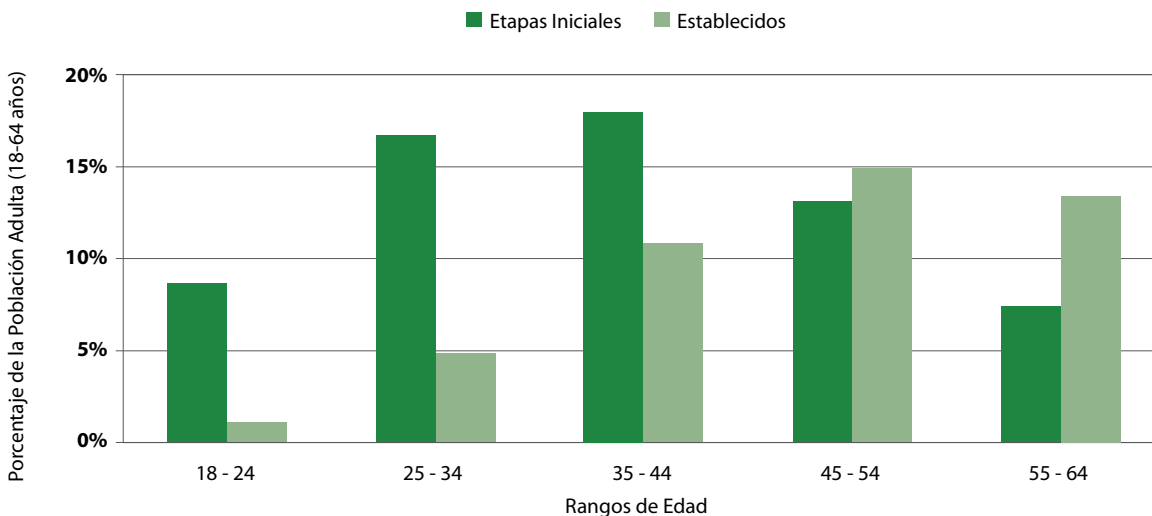
Como conclusión de esta sección podemos constatar que Chile sigue presentando una mayoría de emprendedores que inician un negocio o nueva empresa por oportunidad. El reto continúa siendo lograr indicadores cercanos a los de las economías más desarrolladas. Evidentemente mayores oportunidades para hacer negocios y nuevas empresas dependerán de que se cumplan mejores condiciones en todo el “ecosistema emprendedor”, esto es desde la figura propia del emprendedor y sus motivaciones, hasta todos los factores que ayudan o puedan mejorar la propensión para que más individuos se involucren en la creación de una nueva empresa. Muchos de estos factores serán analizados más adelante.

5 [CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA]

5.1 INDICADORES DE EDAD Y GÉNERO

Como ya se ha visto los niveles de actividad emprendedora difieren entre países y regiones, por lo cual es interesante estudiar algunas de las características propias de los emprendedores. La **Figura 11** muestra los rangos de edad de las personas involucradas en actividad emprendedora en Chile, tanto en etapas iniciales como establecidas. Esta tendencia sigue siendo similar a los resultados del año 2006, en donde la estructura de edad de las personas involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales estaba mayoritariamente en el rango de 25 a 44 años, mientras que los emprendedores establecidos tienden a presentar mayores rangos de edad. Si se compara con la de la región, e incluso con el promedio de todos los países participantes del GEM, Chile posee la mayor proporción en el tramo de 35-44 años, mientras que en el resto está en el tramo 25-34.

FIGURA 11: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TOTAL POR EDADES

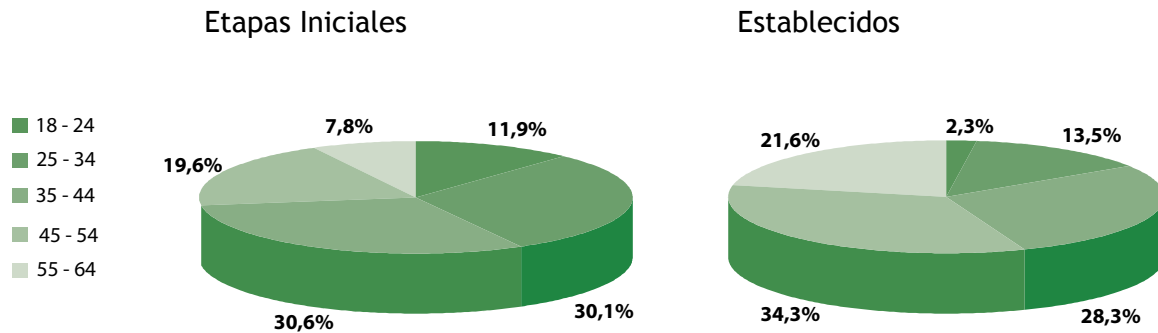


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Para el periodo 2007 en Chile, la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 39,6 años y la de los establecidos es de 48,7 años. Estos indicadores son superiores a los del entorno GEM. De hecho el promedio de las personas que manifiesta estar iniciando una empresa (emprendedores nacientes) es de 41 años. Como se puede observar en la **Figura 12** los porcentajes de edad de personas involucrados en alguna actividad emprendedora en Chile son mayores a partir de los 35 años, siendo incluso de mayor edad en el caso de los emprendedores establecidos. Lo anterior permite concluir que en Chile el emprendimiento se inicia a una edad más tardía.

La edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 39,6 años y la de los establecidos es 48,7 años

FIGURA 12: PROPORCIÓN DE RANGOS DE EDAD EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



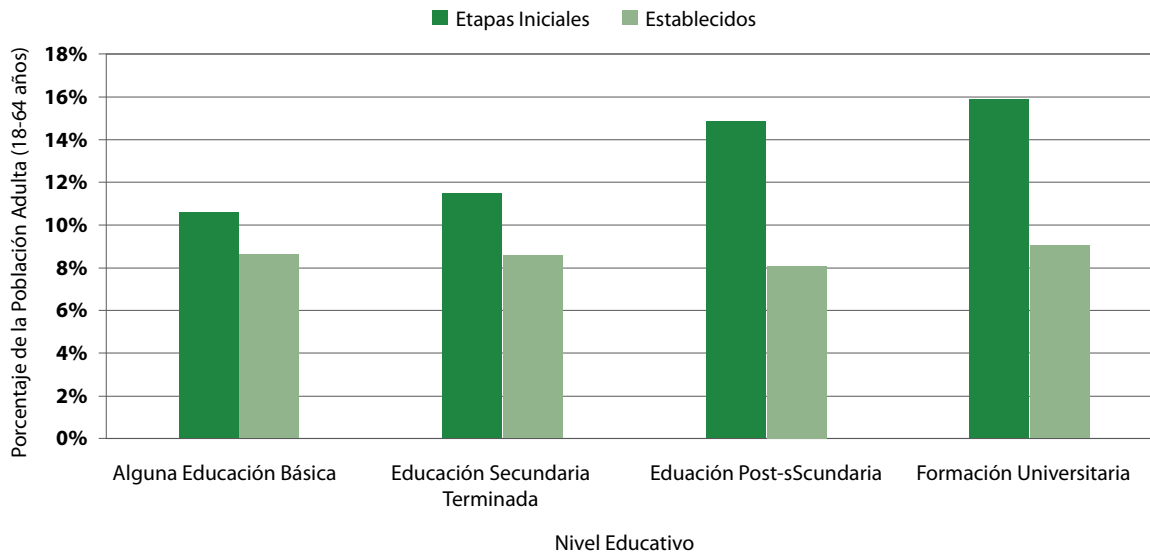
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Desde la perspectiva de género, los indicadores de actividad emprendedora en etapas iniciales para Chile como porcentaje de la población adulta son de 16,45% de hombres frente a 10,43% de mujeres. En estas cifras se observa un aumento en la participación femenina total y también un ligero incremento en proporción a la participación de mujeres con un ratio de 0,63 en comparación al año 2006 que el valor era de 0,61. Respecto a los emprendedores establecidos los indicadores son 11,9% de hombres frente a 5,6% de mujeres, lo cual da como resultado un ratio de 0,47, bajando ligeramente en comparación del año 2006 cuando el valor fue de 0,48. Este dato no indica que el número total de mujeres en actividad emprendedora establecida haya disminuido. Las mujeres pasaron de 4,4% de la población adulta en 2006 a 5,6% en el 2007. Lo que el ratio indica es que más hombres (casi el doble) lograron consolidar sus negocios más allá de 42 meses de vida. Lo importante es que las mujeres chilenas siguen incrementando su participación en la actividad emprendedora total del país, (más información específica sobre género y actividad emprendedora es abordada en los reportes de Mujeres y Actividad Emprendedora¹¹).

5.2 INDICADORES DE NIVEL EDUCATIVO

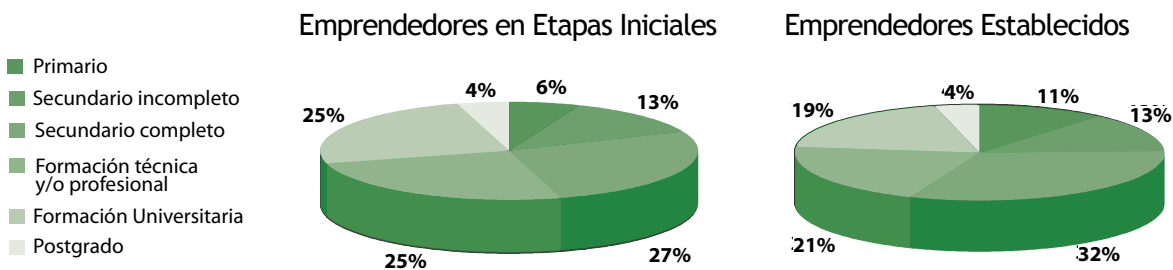
El GEM estandariza los indicadores de nivel educativo con la finalidad de poder hacerlos comparables. Utiliza cuatro categorías que incluyen estudios de educación básica sin concluir, educación básica y secundaria concluida, alguna educación post-secundaria (incluye educación técnica y profesional) y grado académico (incluye educación universitaria y postgrados). La **Figura 13** muestra las estimaciones de porcentajes de población adulta del país involucrada en alguna actividad emprendedora por nivel educativo. Resulta interesante observar que, como proporción de la población, son las personas que tienen estudios universitarios quienes muestran una mayor propensión a emprender.

¹¹ Los reportes de género que incluyen a todos los países participantes del GEM "GEM REPORT on WOMEN and ENTREPRENEURSHIP" pueden ser descargados en www.gemconsortium.org

FIGURA 13: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TOTAL POR NIVEL EDUCATIVO

Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Ahora bien, utilizando los datos de los encuestados involucrados en actividades emprendedoras en etapas iniciales y establecidas, la **Figura 14** muestra la proporción de cada uno de los niveles de educación formal utilizando las denominaciones que comúnmente se usan en el país. Se observa que los emprendedores en etapas iniciales en su mayoría poseen estudios superiores (la suma de formación técnica y/o profesional, universitarios y estudios de postgrado).

FIGURA 14: PROPORCIÓN DE NIVEL DE ESTUDIOS EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

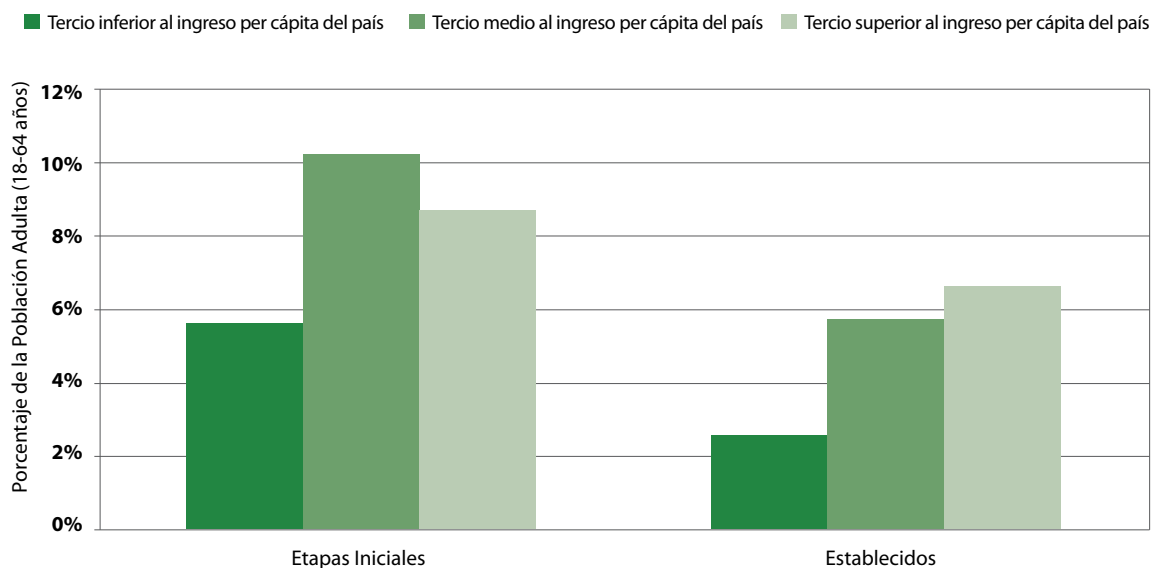
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Como conclusión de esta sección se puede observar que la actividad emprendedora en Chile está muy asociada a mayores niveles educativos. Esto está relacionado con la mayor proporción de emprendedores que manifiestan seguir una oportunidad de negocio respecto a aquellos que lo hacen por necesidad como se señaló antes. El emprendimiento por necesidad en términos generales en Chile, como en otros países en vías de desarrollo, se asocia con menores niveles educativos.

5.3 NIVEL DE INGRESOS

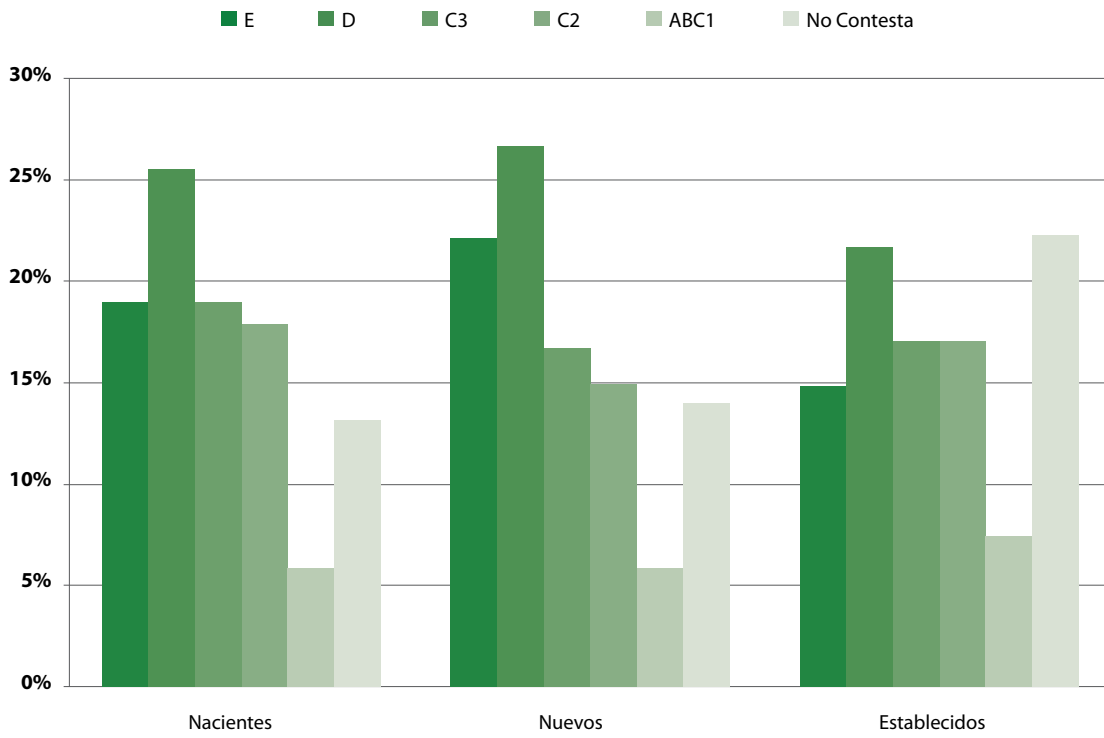
Un indicador relevante es situar a los emprendedores en los diferentes niveles de renta familiar (ingresos). Con el fin de estandarizar la información y hacerla comparativa a nivel internacional, el GEM divide el ingreso de las personas en tercios de acuerdo al ingreso per cápita del país. Esto permite situar a los emprendedores por arriba o por debajo de la media del ingreso nacional. La **Figura 15** muestra estos porcentajes como proporción de la población adulta. Como se puede observar, la mayoría de los emprendedores se sitúa en la media o por arriba de la media de ingreso per cápita del país.

FIGURA 15: NIVEL DE INGRESOS Y ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



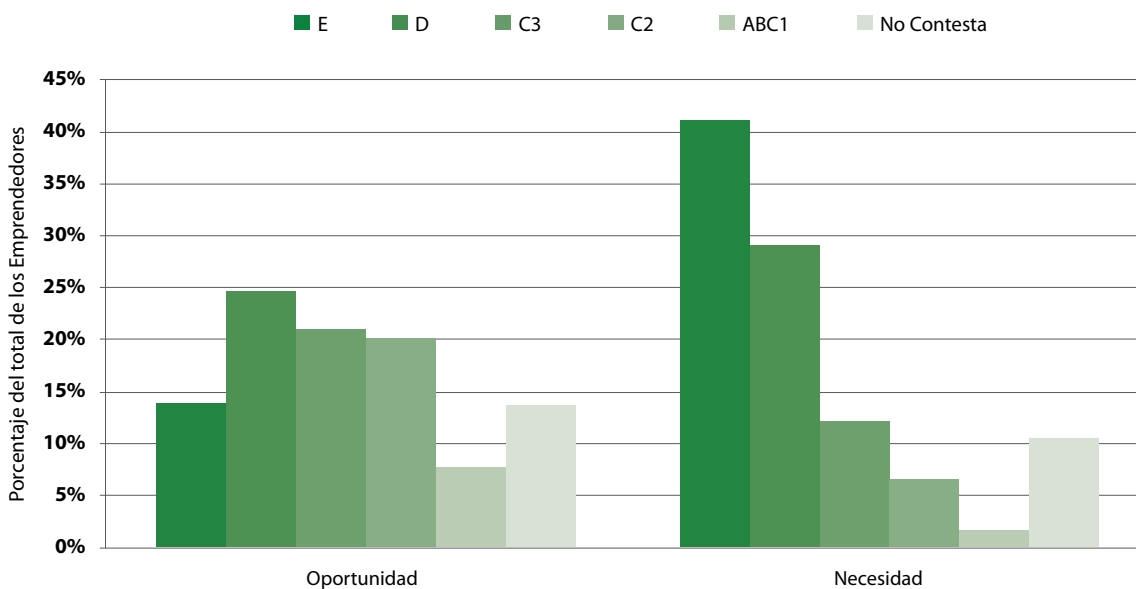
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Utilizando los criterios nacionales que determinan el nivel socioeconómico, la **Figura 16** muestra los porcentajes de emprendedores en cada una de las cinco categorías. De este análisis podemos inferir que a medida que se consolida la actividad emprendedora, los ingresos tienden a subir.

FIGURA 16: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN INGRESO FAMILIAR

Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

La motivación para emprender también está relacionada con el ingreso. Como es de esperar, el porcentaje de quienes emprenden por necesidad es mayor en las personas con menor nivel de ingreso y el de quienes lo hacen por oportunidad corresponde al nivel de mayores ingresos como lo muestra la **Figura 17**.

FIGURA 17: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO Y MOTIVACIÓN

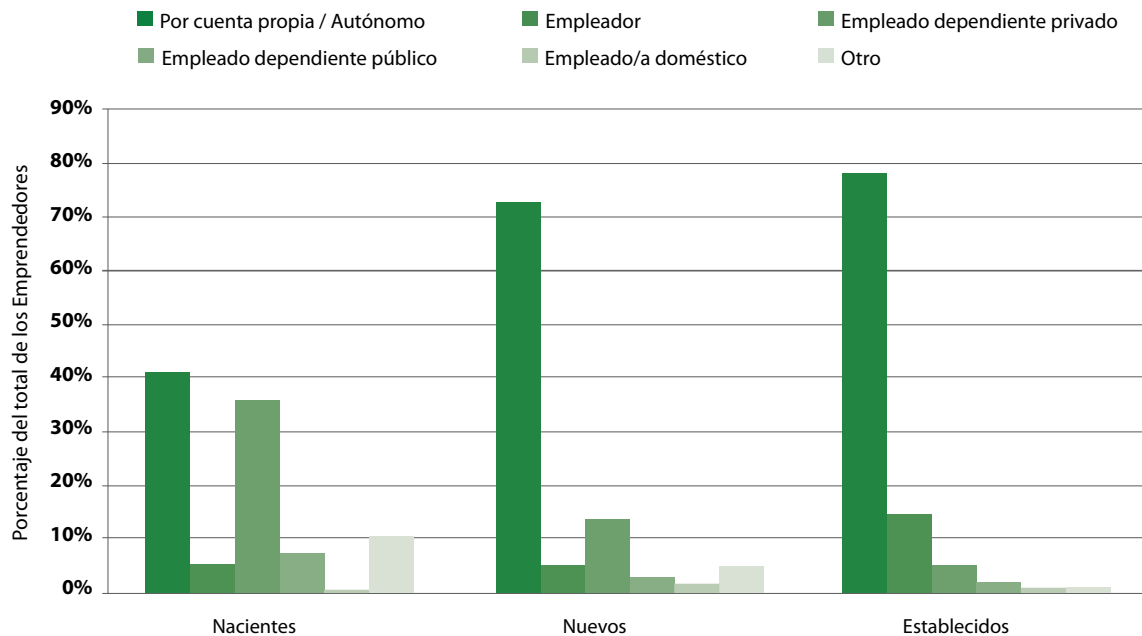
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile (APS) 2007

5.4 SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRENDEDORES

En Chile el 60,1% de los emprendedores en etapas iniciales y el 67,8% para los emprendedores establecidos manifiestan estar trabajando a tiempo completo en sus negocios, 3,8% son estudiantes y 2% jubilados. Cabe destacar que sólo el 4,4% de los emprendedores en etapas iniciales señaló estar desocupado lo cual es un buen indicador, ya que refleja la rapidez con la que se involucran formalmente las personas en la constitución de nuevos negocios o empresas.

Respecto al tipo de empleo, también se había comentado que la mayoría de los emprendedores manifestó ser autónomo o independiente. Esta situación es relevante dado que mucha de la actividad emprendedora de Chile está basada en autoempleo y con poca perspectiva de crecimiento como se analizará más adelante. La **Figura 18** muestra la distribución porcentual del tipo de empleo tanto en emprendedores en etapas iniciales como establecidos.

FIGURA 18: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN TIPO DE EMPLEO

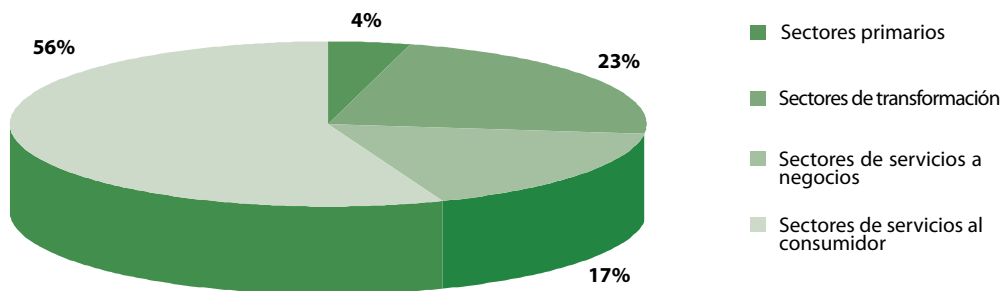


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

5.5 SECTORES INDUSTRIALES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

La distribución sectorial de la actividad emprendedora en etapas iniciales en Chile para el periodo 2007, como se puede ver en la **Figura 19**, presenta, en general, una pauta similar a la de años anteriores. Los sectores orientados al consumidor final (ventas al detalle, restaurantes, servicios personales, hostelería, etc.) siguen siendo aquellos con mayor proporción, seguidos de los sectores de transformación (manufacturas industriales, transportes, construcción, comunicaciones). Los sectores de servicios a empresas (servicios financieros, seguros, inmobiliarios, otros servicios a empresas) están en tercer lugar y finalmente, con el menor porcentaje, las actividades primarias (agricultura, ganadería, pesca, minería).

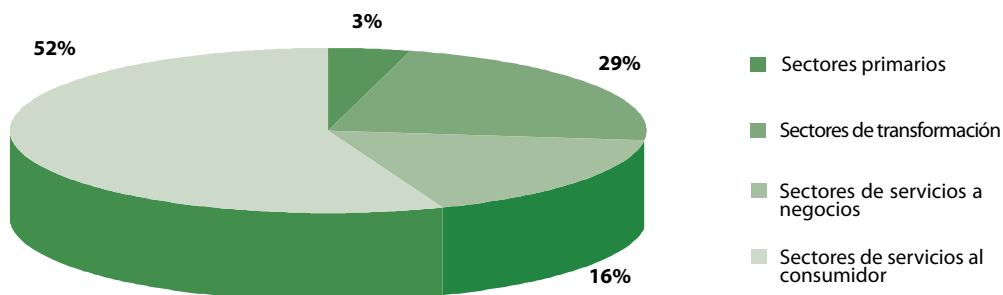
FIGURA 19: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR SECTOR ECONÓMICO



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Respecto a los emprendedores establecidos se observa que esta misma relación prevalece, siendo los sectores de servicios al consumidor los que mayores porcentajes tienen (ver **Figura 20**).

FIGURA 20: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA ESTABLECIDA POR SECTOR ECONÓMICO



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

La actividad emprendedora sigue desarrollándose principalmente en sectores orientados al consumidor final -vender algún producto o servicio-.

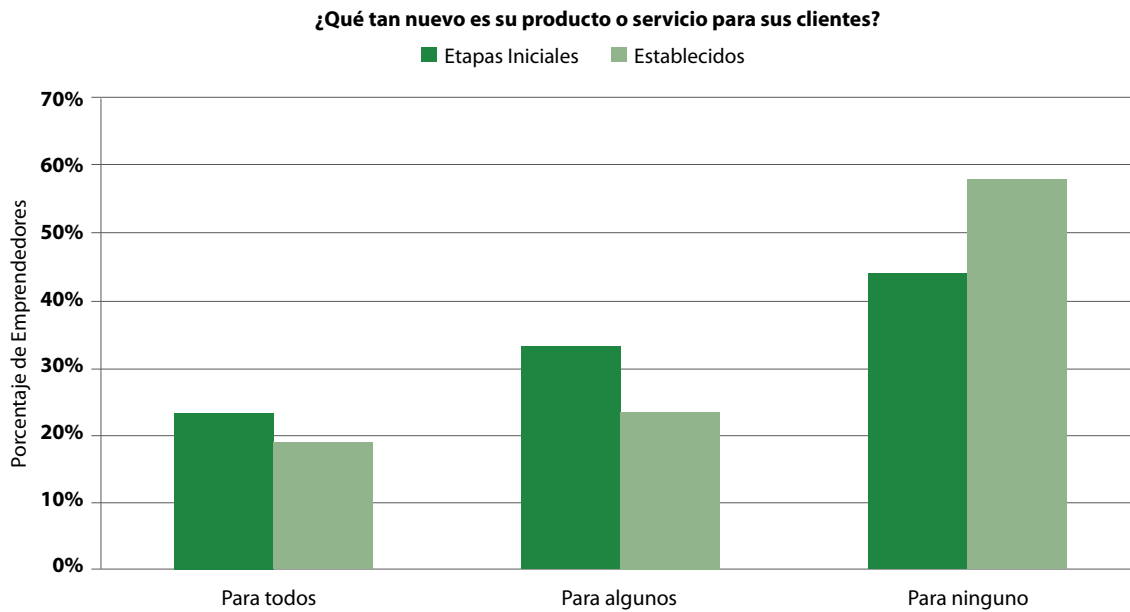
Cabe destacar que las actividades en sectores orientados a consumidores, siguen siendo las más habituales tanto en los países y regiones con ingresos medios del entorno GEM. Esto se debe principalmente a la relativa facilidad y bajo requerimiento de capital que tienen muchos de estos emprendimientos, por ejemplo pequeños comercios o autoempleo en ventas. Por lo tanto es más común observar este tipo de actividades frente a negocios más sofisticados, los cuales son más frecuentes en economías desarrolladas. El reto en Chile es tratar de ampliar la base de mayores emprendimientos con potencial de desarrollo tanto en el mercado nacional como aquellos con proyección internacional. Evidentemente pueden haber buenas oportunidades de negocio en diversos sectores, es decir, no implica que un sector sea mejor que otro para emprender. Lo importante radica en saber “captar” las oportunidades reales que hay en el mercado para que los emprendedores o potenciales emprendedores puedan generar negocios competitivos sin importar el sector. A continuación se analizarán los aspectos competitivos de la actividad emprendedora.

5.6 INNOVACIÓN, COMPETITIVIDAD Y CRECIMIENTO

Un aspecto importante de la actividad emprendedora tiene que ver con la capacidad de innovación, la competitividad y sustentabilidad de la misma. El economista Joseph Schumpeter (1934) sentó las bases para vincular el emprendimiento con la innovación. Su teoría de la “destrucción creativa” plantea que los emprendedores son capaces de “romper” el equilibrio en el mercado porque pueden introducir nuevos productos o servicios o innovaciones. Estas innovaciones pueden hacer más competitivo el mercado y a su vez, ampliar las posibilidades de eficiencia y productividad. Así, la innovación es un medio por el cual los emprendedores pueden contribuir al crecimiento económico.

La metodología del GEM utiliza diferentes medidas o factores que permiten tener una visión acerca de cuál es el “comportamiento de innovación y competitivo” de la actividad emprendedora. Un primer factor está relacionado con lo novedoso que es en el mercado el producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor. Como se puede observar en la **Figura 21**, son los emprendedores en etapas iniciales quienes manifiestan que un mayor porcentaje de sus productos o servicios son nuevos en el mercado, lo cual está reflejando cierto grado de innovación que puede estar relacionado con la búsqueda de oportunidades de mercado. En contraparte los emprendedores establecidos ofrecen productos “más tradicionales” ya que el 58% manifiesta que no son novedosos. En resumen, se puede decir que sólo el 23% de la actividad emprendedora en etapas iniciales para el periodo 2007 está ofreciendo productos o servicios totalmente innovadores (29% en el periodo 2006). Sin embargo este indicador se sitúa por encima del promedio de la región que alcanza un 19%.

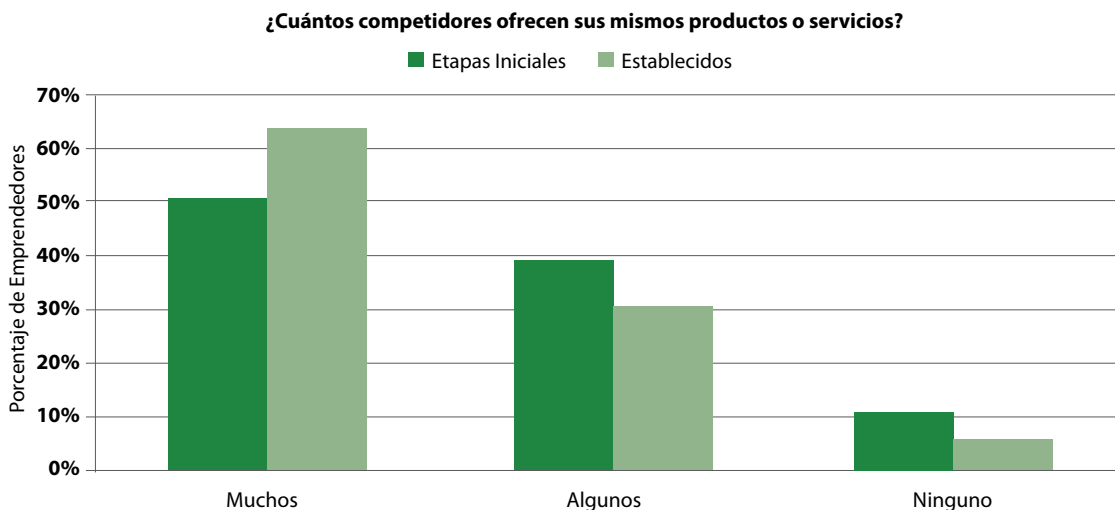
FIGURA 21: NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LOS EMPRENDEDORES



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

El segundo factor está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares. La **Figura 22** muestra que apenas un 11% de los emprendedores en etapas iniciales y un 6% de emprendedores establecidos no perciben competencia directa, situando a la actividad emprendedora con relativa poca capacidad para detectar nuevos nichos de mercado, si bien los emprendedores en etapas iniciales manifiestan tener menos competencia directa y por lo tanto, tener una mejor posición competitiva relativa. Chile también se sitúa ligeramente por arriba del promedio de la región que es de 9% para los emprendedores en etapas iniciales.

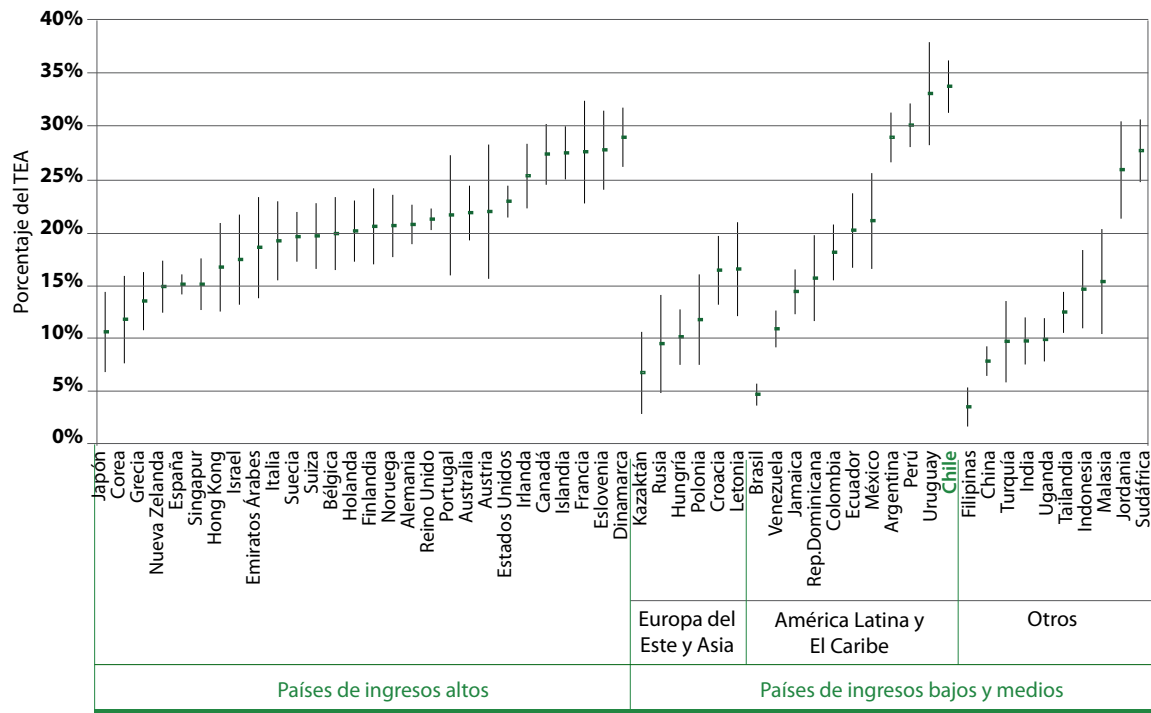
FIGURA 22: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

El GEM ha evaluado los dos indicadores anteriores (novedad de los productos y grado de competencia) conformando un índice que agrupa dicha información en el periodo 2002 al 2007. Esto permite tener una visión acerca de cómo los emprendedores en etapas iniciales combinan aspectos de innovación tanto en el producto como en el mercado. La **Figura 23** muestra este indicador utilizando grupos de países similares a los antes utilizados, con la diferencia de que los países de ingresos medios y bajos se separan en tres subgrupos para separar a los países que conformaban el ex bloque soviético, quienes justamente tienen algunos de los índices más bajos.

FIGURA 23: PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES CON LA COMBINACIÓN DE LOS INDICADORES DE NUEVO PRODUCTO-MERCADO, 2002-2007



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Una consideración importante de este indicador es que para poder comparar entre países, las condiciones de competitividad y disponibilidad de nuevos productos y servicios deben ser uniformemente distribuidas. Se sabe que esto no sucede en la realidad y que algunos países presentan altos indicadores en esta medición simplemente porque hay pocos productos o servicios disponibles por lo cual cualquier introducción es considerada como novedosa y la competencia también es débil. Sin embargo resulta interesante destacar que Chile se sitúa con el mayor indicador no sólo en la región sino en todos los países del GEM. El indicador del año 2007 llega al 25,3% de los emprendedores en etapas iniciales. Esto puede reflejar que los emprendedores en Chile durante el periodo analizado manifestaron que el mercado objetivo y sus productos o servicios les permiten cierto nivel de competitividad. Un mercado relativamente pequeño como el chileno tiende a ser más competitivo internamente. Asimismo la relativa competitividad ganada por el país en los últimos años también puede reflejar este “optimismo” por parte de los emprendedores. Desafortunadamente como lo hemos venido analizando en este y los reportes anteriores estos indicadores han ido cayendo. El recuadro “Innovar y Empezar” analiza en detalle esta información.

INNOVAR Y EMPRENDER

EL INNOVAR GENERALMENTE IMPLICA EMPRENDER, SIN EMBARGO EMPRENDER NO IMPLICA NECESARIAMENTE INNOVAR. LA INNOVACIÓN PRODUCE CAMBIOS CUALITATIVOS EN EL PORTAFOLIO DE RECURSOS Y CAPACIDADES DE LAS EMPRESAS PARA PODER DAR SALTOS IMPORTANTES EN LA CREACIÓN Y ENTREGA DE VALOR A LOS CLIENTES Y CONSUMIDORES.

COMO YA SE HA EXPLICADO, EL GEM MIDE EL GRADO DE INNOVACIÓN EN DOS DIMENSIONES, LA PERCEPCIÓN DE NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL CLIENTE O CONSUMIDOR Y LA PERCEPCIÓN DE SINGULARIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO EN EL MERCADO QUE IMPLICA CONTAR CON UN NÚMERO REDUCIDO O INEXISTENTE DE COMPETIDORES. ENTRE LOS PAÍSES DEL GEM, CHILE REPORTA LA MAYOR PROPORCIÓN DE EMPRENDEDORES INNOVADORES. CASI EL 34% DE LOS EMPRENDEDORES CHILENOS DURANTE EL PERIODO 2002-2007 SE DECLARAN INNOVADORES, EN TÉRMINOS DE LA NOVEDAD DE PRODUCTOS Y/O EN TÉRMINOS DE LA SINGULARIDAD DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

ESTE FENÓMENO APARENTEMENTE ALENTADOR, QUIZÁS NOS POSICIONA COMO PAÍS A LA VANGUARDIA DEL EMPRENDIMIENTO CUALITATIVO, POR LO MENOS EN PROPORCIÓN A OTROS PAÍSES DE LA REGIÓN. SIN EMBARGO, EL EQUIPO GEM CHILE DECIDIÓ PROFUNDIZAR EN EL TEMA, TRATANDO DE VALIDAR Y AMPLIAR EL ANÁLISIS UTILIZANDO OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN.

● DISPERSIÓN

EXISTE UNA DISPERSIÓN MUY MARCADA EN INNOVACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS ENTRE PAÍSES DE INGRESOS MEDIOS Y BAJOS, MIENTRAS QUE EN PAÍSES CON INGRESOS PER CÁPITA ALTOS LA DISPERSIÓN DISMINUYE DE MANERA IMPORTANTE (VER FIGURA 23). LA DISPERSIÓN ENTRE CHILE Y BRASIL ES DE CASI 30 PUNTOS PORCENTUALES, MIENTRAS QUE LA DISPERSIÓN ENTRE DINAMARCA Y JAPÓN ES DE MENOS DE 17 PUNTOS PORCENTUALES. ESTA DIFERENCIA DE DISPERSIONES, PODEMOS INFERIR, ES PRODUCTO TANTO DE LA EFICIENCIA Y MADUREZ DE LOS MERCADOS, QUE DE LA PROPIA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DE CADA PAÍS. EL INDICADOR DE INNOVACIÓN DEL GEM, PUEDE NO IMPLICAR UNA TOTAL NOVEDAD DE PRODUCTOS, SINO LA PERCEPCIÓN DE LA NOVEDAD DE UN PRODUCTO ESPECÍFICO EN EL PAÍS, ES DECIR NOVEDOSO PARA EL CONSUMO LOCAL. ESTOS PRODUCTOS O SERVICIOS "NOVEDOSOS" NO NECESARIAMENTE PROVIENEN DE LA INNOVACIÓN DE PRODUCTO PER SE, SINO DE ASIMETRÍAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOS LOCALES, LAS CUALES SON EXPLOTADAS BREVEMENTE POR EMPRESAS QUE VAN A LA VANGUARDIA EN LA IMPORTACIÓN O PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS NUEVOS. SIN EMBARGO ESTAS VENTAJAS COMPETITIVAS SON RELATIVAMENTE CORTAS, TOMANDO EN CUENTA EL GRADO DE APERTURA COMERCIAL QUE TIENE EL PAÍS.

● TAMAÑO

POR OTRO LADO, SON PAÍSES RELATIVAMENTE PEQUEÑOS LOS QUE TIENDEN A REPORTAR PERCEPCIONES DE EMPRENDEDORES MÁS INNOVADORES. DINAMARCA, ESLOVENIA, CHILE, PERÚ, URUGUAY, JORDANIA Y SUDÁFRICA SON PAÍSES PEQUEÑOS, PERO QUE REPORTAN LOS ÍNDICES MÁS ALTOS DE INNOVACIÓN EN EMPRENDIMIENTO CON RESPECTO A SU ZONA GEOGRÁFICA O NIVEL DE INGRESO. ESO SE DEBE TENTATIVAMENTE A LA NECESIDAD DE RECURRIR A ECONOMÍAS DE ENVERGADURA, MÁS QUE A ECONOMÍAS DE ESCALA, DADO QUE NO CUENTAN CON MERCADOS QUE PERMITAN LOGRAR ESCALAS DE OPERACIÓN ÓPTIMAS.

● MOTIVACIÓN

UN ASPECTO QUE TAMBIÉN ES NECESARIO ENFATIZAR ES LA FUENTE DE MOTIVACIÓN DEL EMPRENDEDOR CHILENO Y SU RELACIÓN CON LA INNOVACIÓN. CHILE REPORTA 62% DE EMPRENDEDORES IMPULSADOS POR OPORTUNIDAD, EN EL MISMO NIVEL QUE LOS ESTADOS UNIDOS Y CERCANO AL REINO UNIDO Y HONG KONG. EN GENERAL, EL EMPRENDEDOR POR OPORTUNIDAD SE ENFOCA A INCREMENTAR SUS INGRESOS Y A LOGRAR INDEPENDENCIA LABORAL, ASÍ COMO UN NIVEL EDUCATIVO MÁS ALTO. ESTOS ELEMENTOS PUEDEN INFLUIR DE MANERA IMPORTANTE EN LA PERCEPCIÓN SOBRE LA INNOVACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS.

● ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL

PARA EXPANDIR EL ANÁLISIS EN EL TEMA DE INNOVACIÓN EN PARTICULAR, SE HAN CONSULTADO DATOS DEL FORO ECONÓMICO MUNDIAL A TRAVÉS DEL GLOBAL COMPETITIVENESS INDEX (GCI), Y EL GLOBAL INNOVATION INDEX (GII) QUE PUBLICA LA REVISTA WORLD BUSINESS EN CONJUNTO CON LA PRESTIGIOSA ESCUELA DE NEGOCIOS FRANCESA INSEAD.

PARA EL GCI DEL 2007-2008, CHILE APARECE EN EL LUGAR 26 DE 131 PAÍSES, MUY POR ARRIBA DE CUALQUIER PAÍS LATINOAMERICANO. COMPARANDO CON ECONOMÍAS DE LA REGIÓN QUE HAN PARTICIPADO EN EL GEM, PUERTO RICO LE SIGUE EN EL LUGAR 36, MÉXICO EN EL LUGAR 52, SEGUIDO POR, COLOMBIA 70, BRASIL 72, URUGUAY 75, JAMAICA 78, ARGENTINA 85, PERÚ 86, REPÚBLICA DOMINICANA 96, VENEZUELA 98 Y ECUADOR EN EL 103. SEGÚN EL REPORTE DEL FORO ECONÓMICO MUNDIAL, CHILE ES LA ECONOMÍA MÁS COMPETITIVA EN LA REGIÓN. DE MANERA PARTICULAR RESALTA LA SOLIDEZ MACROECONÓMICA, Y LA EFICIENCIA DE LOS MERCADOS FINANCIEROS Y LABORALES. DE FORMA SIMILAR, EL INDICADOR DE WORLD BUSINESS E INSEAD UBICA A CHILE EN EL NÚMERO 33 A NIVEL MUNDIAL, POR ARRIBA DE CUALQUIER PAÍS DE LA REGIÓN, SEGUIDO DE MÉXICO EN EL LUGAR 37, Y DE BRASIL EN EL LUGAR 40.

SIN EMBARGO, EXISTEN CONTRASTES IMPORTANTES EN EL MOMENTO EN QUE SE DESAGREGAN ALGUNOS FACTORES QUE SON FUNDAMENTALES PARA LA EVOLUCIÓN DE UNA ECONOMÍA QUE SE BASA EN LA EFICIENCIA (BUENA GESTIÓN DE SUS RECURSOS), A UNA ECONOMÍA DE INNOVACIÓN (GENERADORA DE CONOCIMIENTO Y PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALTO VALOR AÑADIDO). LA METODOLOGÍA DEL GCI ESTIPULA QUE CADA ECONOMÍA BASA SU COMPETITIVIDAD EN “DOCE PILARES DE COMPETITIVIDAD”. ESTOS SE AGRUPAN EN TRES GRANDES BLOQUES: REQUERIMIENTOS BÁSICOS, IMPULSORES DE EFICIENCIA, Y FACTORES DE SOFISTICACIÓN E INNOVACIÓN. MÁS INFORMACIÓN SOBRE ESTA METODOLOGÍA ESTÁ DISPONIBLE EN WWW.WEFORUM.ORG/EN/INITIATIVES/GCP/INDEX.HTM

LOS 2 PILARES QUE SOPORTAN DE MANERA MÁS DIRECTA UNA ECONOMÍA IMPULSADA POR LA INNOVACIÓN SEGÚN EL FORO ECONÓMICO MUNDIAL SON:

A) SOFISTICACIÓN DE NEGOCIOS: LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE LA RED DE NEGOCIOS NACIONAL, ASÍ COMO LA CALIDAD DE LAS OPERACIONES Y ESTRATEGIAS DE LAS EMPRESAS. SE DIMENSIONAN LA CALIDAD Y CANTIDAD DE PROVEEDORES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS LOCALES, ASÍ COMO SU NIVEL DE CONECTIVIDAD E INTERACCIÓN. CHILE OCUPA EL LUGAR 32 ENTRE LOS 131 PAÍSES ANALIZADOS.

B) INNOVACIÓN: EN ESTA DIMENSIÓN, SE HACE ÉNFASIS EN INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, EN LA CAPACIDAD DE CADA PAÍS DE DISEÑAR PRODUCTOS O PROCESOS DE VANGUARDIA, INVERSIÓN EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, PROTECCIÓN A LA PROPIEDAD INTELECTUAL, Y A LA COLABORACIÓN ENTRE UNIVERSIDADES Y LA INDUSTRIA. CHILE OCUPA EL LUGAR 45.

ESTOS DOS FACTORES COMBINADOS SE DENOMINAN EL SUBÍNDICE DE INNOVACIÓN Y SOFISTICACIÓN EN EL CUAL CHILE OCUPA EL LUGAR 36 ENTRE LOS 131 PAÍSES ANALIZADOS. SI BIEN CHILE TIENE UNO DE LOS LUGARES MÁS ALTOS DE LA REGIÓN, SUPERADO SÓLO POR PUERTO RICO QUE ESTÁ EN EL LUGAR 27 Y SEGUIDO MUY DE CERCA POR COSTA RICA QUE OCUPA EL LUGAR 37, LA POSICIÓN COMPETITIVA DE CHILE EN CUANTO A INNOVACIÓN YA NO ES “DE PRIVILEGIO” Y SOBRE TODO ESTÁ MUY ALEJADA DE ECONOMÍAS DESARROLLADAS.

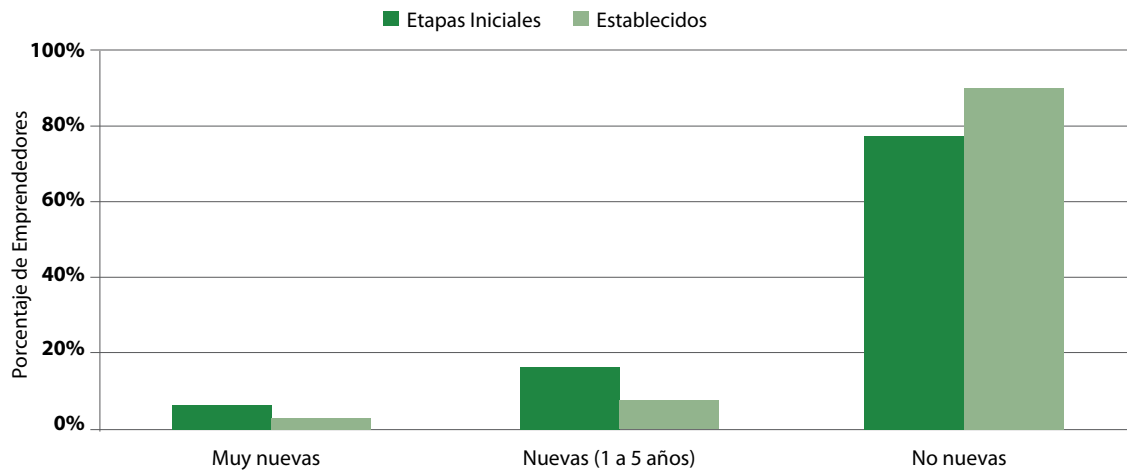
OTRO ÁMBITO EN DONDE CHILE COMO PAÍS ENFRENTA RETOS IMPORTANTES, SEGÚN LO QUE REVELA LOS DATOS DEL GCI, ES EN LA EDUCACIÓN. CHILE SE ENCUENTRA EN LUGAR 102 EN CALIDAD DE EDUCACIÓN PRIMARIA, Y EN LUGAR 107 EN LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN EN CIENCIAS Y MATEMÁTICAS. POR EL CONTRARIO, SE REPORTA CHILE EN LUGAR 19 EN CALIDAD DE EDUCACIÓN EN ESCUELAS DE GESTIÓN A NIVEL MUNDIAL, POR LO QUE CLARAMENTE ES NECESARIO EL INCENTIVAR LA FUSIÓN DE LAS DOS ATMÓSFERAS, INTEGRANDO LOS NEGOCIOS A LA CIENCIA, Y LA CIENCIA A LOS NEGOCIOS E INCENTIVAR A UNA EDUCACIÓN “PARA EMPRENDER” DESDE LOS NIVELES MÁS BÁSICOS.

CON ESTE ANÁLISIS LA PREGUNTA ESENCIAL RADICA EN LA SUSTENTABILIDAD DEL MODELO CHILENO DE INNOVACIÓN. ES IMPORTANTE CONTAR CON CANTIDAD Y CALIDAD DE EMPRENDIMIENTOS. POR EJEMPLO, POCO MÁS DEL 8% DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA REPORTADA ES LLEVADA A CABO POR JÓVENES DE ENTRE 18 Y 24 AÑOS, LO QUE NOS INDICA QUE ES NECESARIO PROMOVER EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL. ASIMISMO, ALGUNOS PAÍSES CON NIVELES DE COMPETITIVIDAD ALTOS COMO ESTADOS UNIDOS, ISRAEL, ISLANDIA, O BÉLGICA CUENTAN CON UNA MAYOR PROPORCIÓN DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA NACIENTE, QUE DE NUEVOS EMPRESARIOS O EMPRENDEDORES ESTABLECIDOS. POR EL CONTRARIO, PAÍSES COMO JAPÓN, O TAILANDIA, CUENTAN CON UNA BASE DE NEGOCIOS ESTABLECIDOS MUY POR ARRIBA EN NÚMERO DE INICIATIVAS EMPRENDEDORAS NACIENTES, LO QUE PUEDE PONER EN JAQUE LA SUSTENTABILIDAD DE RENOVACIÓN EMPRESARIAL. CHILE TIENE UNA PROPORCIÓN SIMILAR DE NEGOCIOS ESTABLECIDOS, NUEVOS, Y NACIENTES, POR LO QUE ES NECESARIO INCENTIVAR A LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS QUE PERMITAN LA CONSOLIDACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN EL LARGO PLAZO. AUNQUE SE PUEDE ARGUMENTAR QUE NO ES UNA CONDICIÓN NECESARIA PARA MEJORAR EL EMPRENDIMIENTO EN EL LARGO PLAZO, UNA MASA CRÍTICA DE INICIATIVAS EMPRENDEDORAS PUEDE SER LA BASE PARA EL DESARROLLO Y CONSOLIDACIÓN DE UN ECOSISTEMA EMPRENDEDOR, ESPECIALMENTE SI LOS EMPRENDIMIENTOS SON DE ALTO POTENCIAL E INVOLUCRAN NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO O TECNOLOGÍAS DE ÚLTIMA GENERACIÓN.

Otro factor está relacionado con la capacidad de aprovechar las nuevas tecnologías de producción o de procesos. Generalmente, podemos asociar el uso de nuevas tecnologías a una mejor utilización de los recursos, mayor productividad, mejor calidad, etc. La **Figura 24** muestra cómo los emprendedores en etapas iniciales son más propensos a utilizar nuevas tecnologías. Sin embargo, este indicador para el periodo 2007 bajó con respecto al 2006 desde un 12% a un 6%, una muy notoria diferencia que puede estar relacionada con el tipo de emprendimiento que presentan las personas encuestadas. Como se constata las actividades predominantes son aquellas que están orientadas al consumidor y que no son muy “sofisticadas” tecnológicamente hablando. Si se considera sólo las actividades que requieren un nivel tecnológico de medio a alto, por ejemplo telecomunicaciones o biotecnología, el porcentaje de emprendimientos en etapas iniciales que están en estos sectores es de 7,5% y de 4,7% en emprendedores establecidos. Si bien Chile está en los primeros lugares de la región junto con Uruguay, estos indicadores contrastan con los de economías muy orientadas tecnológicamente como Japón, Israel, Irlanda o Dinamarca que tienen a más del 12% de sus emprendedores en etapas iniciales empezando sus negocios en sectores intensivos en tecnología. Por otra parte este indicador también es congruente con los indicadores de autoempleo que se analizaron antes, dado que los trabajadores autónomos generalmente no están en sectores de alta tecnología. Un hecho que pudiera estar repercutiendo en este indicador es la relativa poca capacidad de transferencia de investigación y desarrollo hacia la actividad emprendedora. Este aspecto ya se ha analizado en reportes anteriores y será abordado en secciones subsiguientes. Por último cabe indicar que Chile está por debajo del promedio de la región, ya que sólo el 8% de los emprendedores en etapas iniciales manifiestan utilizar una muy nueva tecnología o proceso en su negocio.

FIGURA 24: USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS

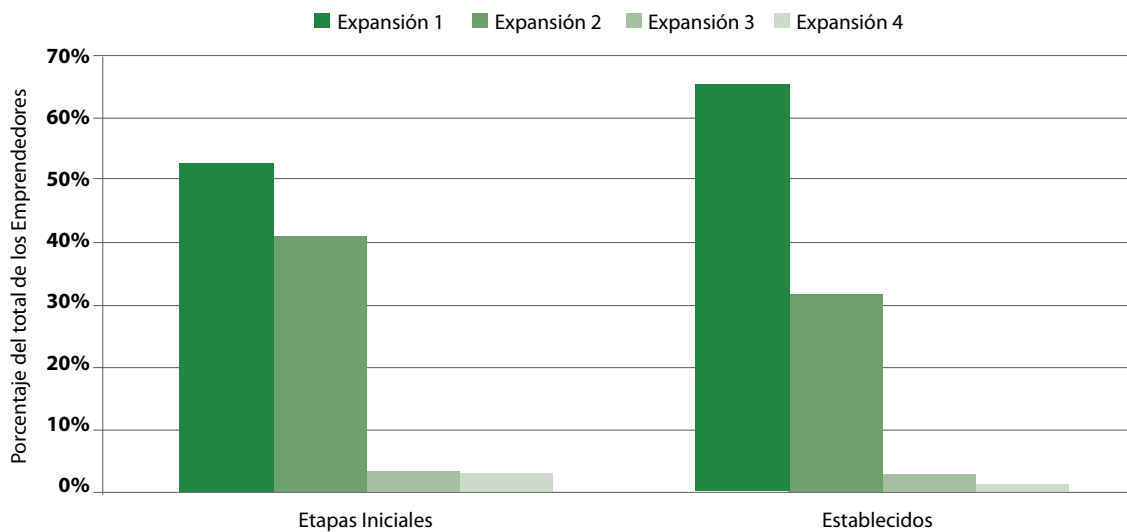
¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos que utiliza la empresa?



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Otro resultado es la combinación de los factores anteriores relacionados con tecnología más la opinión de los entrevistados en cuanto a su participación de mercado futura. Para este fin el GEM calcula un índice de cuatro puntos, donde 4 indica el máximo impacto en cuanto a expansión de mercado; 3 una expansión del mercado usando tecnología; 2 expansión de mercado sin uso intensivo de tecnología y finalmente 1 que significa poca o nula expansión. Estos indicadores se muestran en la **Figura 25**. El porcentaje de emprendedores en etapas iniciales que presentan altas expectativas de expansión de mercado disminuyó de un 6% en el periodo anterior a un 3,1% y de 1% a 0,7% en el caso de los establecidos. Nuevamente se observa que la actividad emprendedora no está muy orientada al crecimiento ni al uso de nuevas tecnologías tanto en productos o servicios como en los procesos.

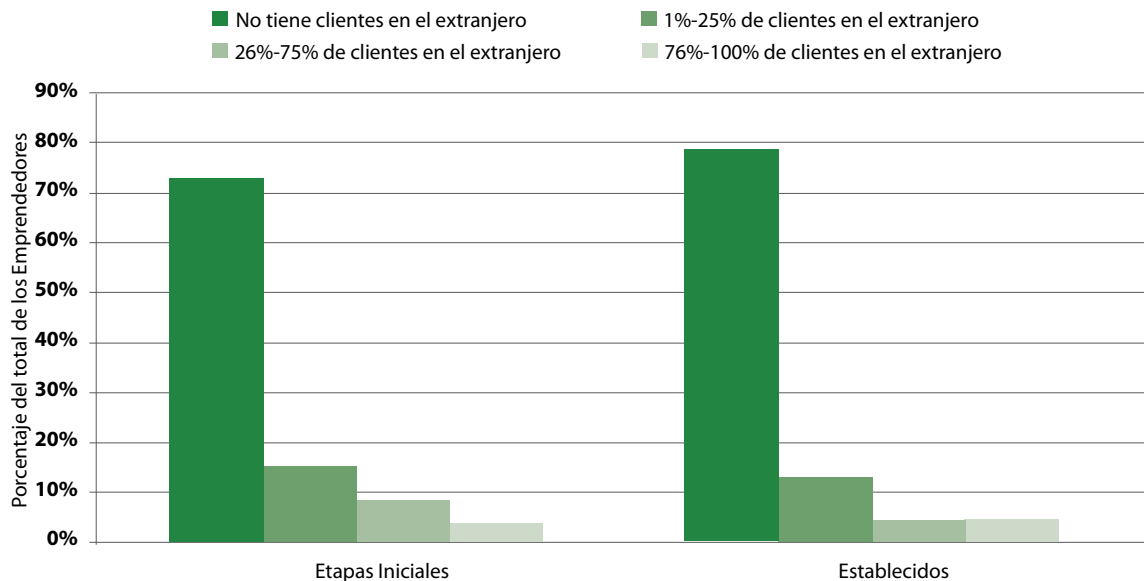
FIGURA 25: EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Otro indicador está relacionado con la actividad exportadora de los emprendedores, medido por el porcentaje de clientes que tienen en el extranjero. Como se puede observar en la **Figura 26** sólo el 4% de los emprendedores, tanto en etapas iniciales como establecidos, están fuertemente orientados a mercados exteriores. La gran mayoría de los emprendedores (arriba del 70%) se concentra en el mercado local.

FIGURA 26: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y EXPORTACIÓN



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

En términos generales la percepción que tienen los emprendedores respecto de la competitividad de sus negocios se mantiene baja

El último aspecto a considerar es la capacidad de generación de empleo. El GEM estima el porcentaje de la población adulta involucrada en la actividad emprendedora en etapas iniciales que manifestaron tener expectativas de crear al menos un empleo durante los próximos 5 años. Para el periodo 2007 este indicador es del 11,8%, es decir el 88% de los emprendedores en etapas iniciales. El porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales que manifestaron que crearían más de 10 empleos es un 26,4%. Este mismo indicador respecto a los emprendedores establecidos es de un 7,7%. Finalmente cuando se preguntó sobre las expectativas de alto potencial de crecimiento, es decir si los emprendedores en etapas iniciales tenían la intención de crear de 19 o más empleos

en los próximos 5 años el porcentaje es de 14%. El propio GEM analiza en profundidad a este último tipo de emprendimiento cuya proporción respecto al total de emprendedores es muy poca en todos los países. Sin embargo su repercusión es muy relevante tanto a nivel económico como social¹³. De ahí que tanto para los propios emprendedores de alto potencial de crecimiento, como para los programas privados y gubernamentales de apoyo sea importante contar información más profunda sobre este tipo de emprendimiento.

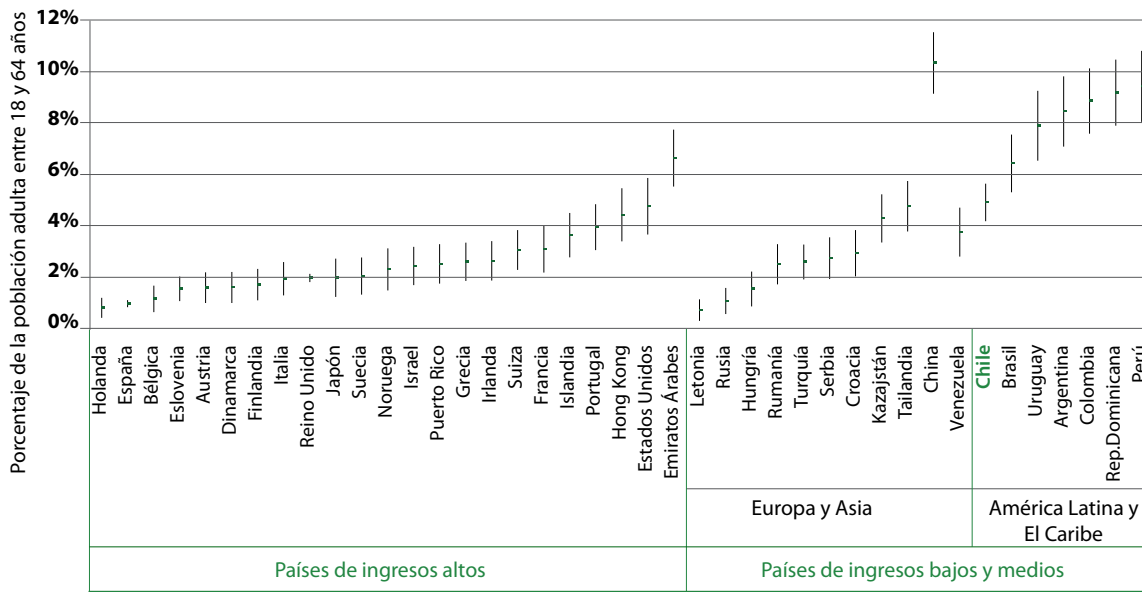
En síntesis se puede decir que en términos generales la percepción que tienen los emprendedores respecto de la competitividad de sus negocios se mantiene baja. Si bien existe un porcentaje de ellos que declaró esperar un buen crecimiento de su empresa y aumentar la participación de mercado en el corto y mediano plazo, los análisis de los factores competitivos indican que un gran porcentaje del emprendimiento en Chile aún mantiene pocas o nulas expectativas de crecimiento, es decir, los emprendedores innovadores, dinámicos y con alto potencial de crecimiento son relativamente pocos en Chile. Esto puede estar altamente correlacionado con algunos determinantes que garantizan la supervivencia de las empresas. Por ejemplo, una empresa que no crece puede presentar problemas de gestión, problemas financieros (acceso a mayor financiamiento), falta de tecnología e innovación, etc. Un estudio reciente sobre emprendedores dinámicos en Chile realizado por Kantis y otros (2008) confirma estos hechos. Adicionalmente esta relativa baja competitividad también puede estar relacionada con otros factores ya analizados como el autoempleo y el tipo sector económico donde se realiza la actividad emprendedora. Para que Chile dinamice la actividad emprendedora, se debe buscar que los emprendedores enfoquen sus esfuerzos en la búsqueda de oportunidades reales de mercado. El uso de tecnologías y modelos de negocios innovadores pueden convertirse en fuente de ventajas competitivas que den mayor perspectiva de desarrollo para la actividad emprendedora del país.

CIERRE O CULMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

El cierre o culminación de una actividad emprendedora debe verse como parte del “proceso natural” en la dinámica de los negocios. En algunos países esta dinámica equivale a una “rápida regeneración” de la actividad emprendedora. En la **Figura 27** se registran los porcentajes de personas que han discontinuado un negocio. Como se observa en la mayoría de los países este indicador no llega al 10% aunque claramente en Latinoamérica se observan mayores proporciones de cierre o culminación de negocios. Chile se sitúa con un indicador medio si se comparan todos los países, pero es uno de los más bajos de la región. Evidentemente cada país posee diferentes características que pueden determinar el cierre de un negocio. Sin embargo la pregunta a plantear es si podemos considerar estos indicadores como un sinónimo de fracaso empresarial.

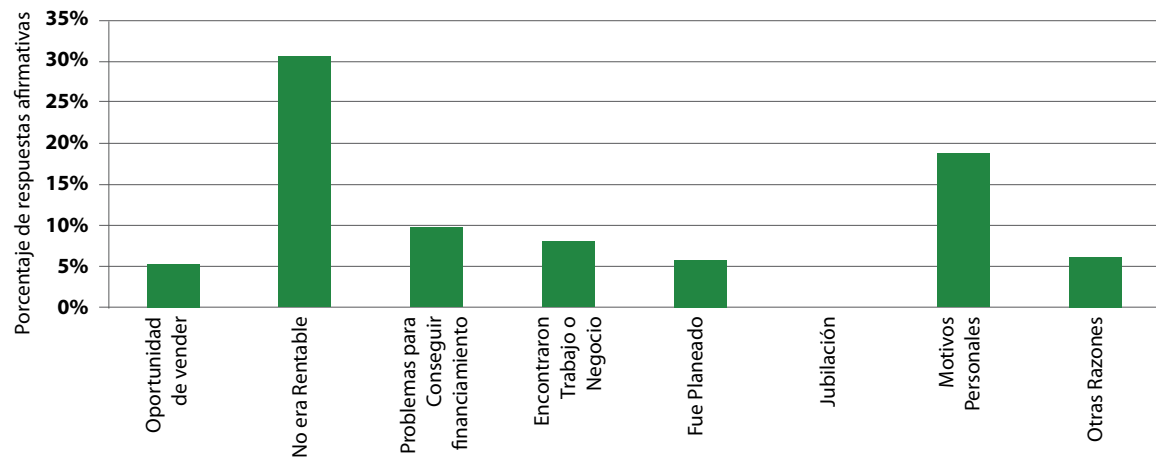
¹³ Un ejemplo de esto es el informe *GEM Report on High-Expectation Entrepreneurship* que puede ser consultado en www.gem-consortium.org. Chile no está referenciado en los informes del 2006 y 2007 justamente por no contar con los suficientes casos que permitieran estimar un intervalo de confianza aceptable para poder inferir sobre la población y hacerlo comparativo con otros países.

FIGURA 27: PROPORCIÓN DE LA POBLACIÓN QUE HA DESCONTINUADO O CERRADO SU NEGOCIO EN LOS PASADOS 12 MESES, TODOS LOS PAÍSES DEL GEM 2007



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

Generalmente se asume que cerrar un negocio es sinónimo de fracasar. Un estudio de Headd (2003) realizado en Estados Unidos, sugiere que cerca de un tercio de las empresas que cerraron en un determinado periodo eran firmas exitosas, por lo tanto, las razones para terminar un negocio no siempre deben o pueden asociarse al fracaso empresarial. Desde el año 2006 el GEM registra a las personas que habían tenido algún tipo de actividad emprendedora en los 12 meses anteriores a la aplicación de la encuesta. A ellas se les pregunta sobre cuáles eran los principales motivos por los que habían cerrado o interrumpido su negocio o empresa. Si bien existen diversos motivos y estos varían entre cada país, en aquellos de ingresos medios y bajos el 55% de las razones citadas se refieren a problemas financieros y en los países de altos ingresos sólo alcanzan un 35%. Para el caso de Chile la **Figura 28** muestra que efectivamente los problemas relacionados con la rentabilidad del negocio y acceso a financiamiento (problemas financieros) son la principal causa. Estos motivos de cierre también pueden estar relacionados con los factores competitivos anteriormente analizados, sobre todo en situaciones de inestabilidad financiera que ponen en peligro la supervivencia de la empresa o negocio. Sin embargo, cerca de un 17% de los entrevistados que habían cerrado un negocio ya estaban iniciando uno nuevo o bien ya eran gestores y dueños de otros. Esto demuestra que descontinuar un negocio es un elemento natural y normal en el proceso emprendedor y que ayuda a distribuir no sólo innovación sino recursos financieros y humanos a través de empresas más eficientes.

FIGURA 28: RAZONES PARA EL CIERRE DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

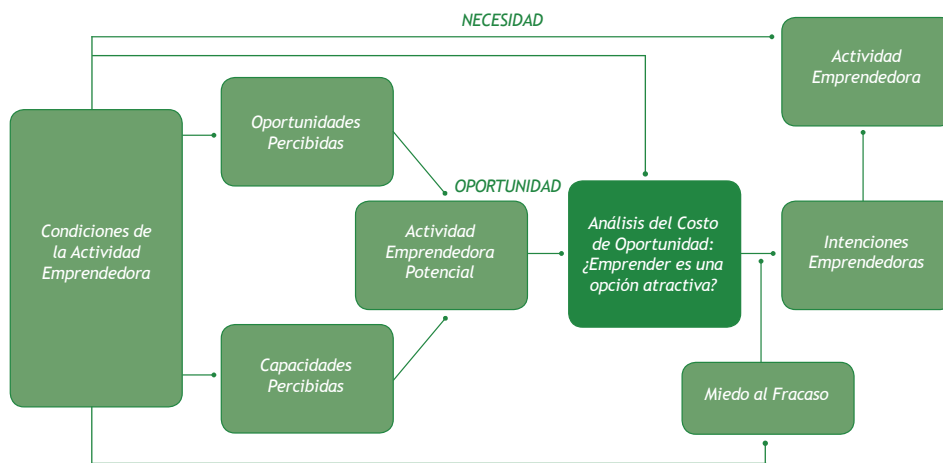
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

6 [PERCEPCIÓN SOBRE EL EMPRENDIMIENTO Y SU VÍNCULO CON LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA]

Un elemento muy importante dentro del contexto emprendedor de los países o regiones es cómo las personas perciben el emprendimiento. Existen una serie de factores que van desde cómo las personas distinguen que tienen las habilidades y el conocimiento para iniciar un nuevo negocio hasta si existen oportunidades para hacer negocios y si éstas son percibidas por los potenciales emprendedores. Adicionalmente factores socio-culturales, demográficos y políticos pueden influir en cómo la gente percibe su propia capacidad emprendedora y también cómo observan las oportunidades de negocio.

La **Figura 29** adaptada de Wennekers (2006) identifica los principales componentes de la actitud emprendedora y es una representación más amplia de la parte inferior del modelo general del GEM descrito en la introducción. Partiendo desde las condiciones para el emprendimiento, se puede observar que éstas pueden afectar la forma en cómo una persona se involucra en una actividad emprendedora. Cabe resaltar que el GEM pone énfasis en la percepción de estos factores (capacidades u oportunidades), y no en las capacidades “reales” u oportunidades “reales” (lo cual es sumamente complicado de estudiar y generalizar). Sin embargo dichas percepciones guardan una relación importante con la dinámica emprendedora (Arenius y Minniti, 2005; Minniti y Nardone, 2007).

FIGURA 29: CONDICIONES NACIONALES Y REGIONALES PARA EL EMPRENDIMIENTO, PERCEPCIONES ACERCA DEL EMPRENDIMIENTO Y COMPROMISO CON LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



Adaptado de Wennekers (2006)

Si bien no existe un patrón general que describa la secuencia con la que una persona se involucra en la actividad emprendedora, claramente hay un vínculo entre la intención y la acción final de emprender. En muchos casos los individuos están motivados por una oportunidad real de negocio, mientras que en otros casos tienen que emprender por necesidad. Así, el compromiso con la actividad emprendedora también depende de las circunstancias y las condiciones generales de las regiones o países.

En la encuesta a la población adulta se recoge información sobre las percepciones individuales y el conocimiento general sobre el emprendimiento. En ella se pregunta a todas las personas de la muestra (emprendedores o no) si conocen a personas emprendedoras, si perciben buenas oportunidades, si creen que tienen las habilidades y conocimientos para iniciar un nuevo negocio o empresa y si el miedo al fracaso es una restricción para hacerlo. Con estos indicadores se puede estimar cuál es su potencial emprendedor así como las intenciones emprendedoras. Estos indicadores también revelan una percepción general sobre el emprendimiento en el país. La **Tabla 4** muestra estos indicadores en todos los países que participan en el GEM 2007.

TABLA 4: PERCEPCIÓN ESTIMADA ACERCA DEL EMPRENDIMIENTO ENTRE LA POBLACIÓN ADULTA (18-64 AÑOS) QUE NO TIENE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS PAÍSES GEM 2007.

| | Actividad Emprendedora Potencial | Oportunidades Percibidas | Capacidades Percibidas | Miedo al Fracaso | Intenciones Emprendedoras |
|--|--|-----------------------------|---------------------------|---------------------|------------------------------|
| Países de Ingresos Altos | | | | | |
| Japón | 2% | 7% | 9% | 38% | 2% |
| Francia | 11% | 23% | 32% | 49% | 15% |
| Bélgica | 14% | 15% | 35% | 24% | 6% |
| Estados Unidos | 15% | 20% | 43% | 24% | 8% |
| Israel | 17% | 22% | 34% | 42% | 13% |
| Suiza | 18% | 33% | 37% | 36% | 7% |
| Grecia | 20% | 27% | 41% | 62% | 12% |
| Hong Kong | 20% | 81% | 24% | 38% | 10% |
| Holanda | 21% | 41% | 33% | 21% | 4% |
| Finlandia | 21% | 52% | 31% | 37% | 5% |
| Noruega | 21% | 44% | 31% | 18% | 6% |
| Puerto Rico | 21% | 35% | 50% | 29% | 14% |
| España | 22% | 33% | 41% | 51% | 4% |
| Portugal | 23% | 30% | 52% | 37% | 10% |
| Reino Unido | 24% | 36% | 44% | 37% | 6% |
| Italia | 24% | 39% | 47% | 44% | 10% |
| Irlanda | 25% | 44% | 43% | 40% | 8% |
| Suecia | 25% | 49% | 39% | 32% | 9% |
| Eslovenia | 26% | 47% | 43% | 31% | 9% |
| Dinamarca | 26% | 69% | 33% | 37% | 6% |
| Austria | 29% | 50% | 49% | 38% | 5% |
| Islandia | 29% | 66% | 37% | 42% | 15% |
| Emiratos Árabes | 34% | 46% | 57% | 35% | 35% |
| Países de Ingresos Bajos y Medios de Europa y Asia | | | | | |
| Rusia | 4% | 9% | 7% | 29% | 3% |
| Tailandia | 8% | 11% | 28% | 56% | 21% |
| Letonia | 13% | 33% | 24% | 44% | 4% |
| Rumania | 16% | 24% | 26% | 29% | 12% |
| China | 17% | 32% | 30% | 30% | 31% |
| Hungría | 19% | 25% | 39% | 30% | 9% |
| Kazajstán | 25% | 53% | 36% | 54% | 13% |
| Turquía | 26% | 37% | 45% | 32% | 19% |
| Croacia | 30% | 41% | 56% | 37% | 10% |
| Serbia | 33% | 46% | 60% | 31% | 33% |
| India | 52% | 70% | 69% | 47% | 50% |
| Países de Ingresos Bajos y Medios de América Latina y El Caribe | | | | | |
| Brasil | 25% | 37% | 48% | 36% | 21% |
| Uruguay | 26% | 37% | 51% | 33% | 15% |
| Chile | 31% | 45% | 58% | 35% | 25% |
| Argentina | 32% | 56% | 49% | 39% | 20% |
| Colombia | 36% | 49% | 58% | 37% | 60% |
| Venezuela | 42% | 52% | 62% | 24% | 21% |
| Rep. Dominicana | 46% | 51% | 78% | 29% | 34% |
| Perú | 46% | 57% | 69% | 30% | 41% |

Nota: Estos indicadores son calculados con respecto a la población y excluyen aquellas personas que ya están involucradas en alguna actividad emprendedora. Los datos están ordenados de acuerdo al potencial emprendedor por grupo de países, esto es, los individuos que perciben ambos indicadores de capacidad y oportunidad.

Como se observa hay una gran diferencia entre los países, pero también dentro de los grupos. Algunos países tienen percepciones favorables combinadas con bajos indicadores de intención. Este es el típico fenómeno de “estado de bienestar” que se puede observar en la Europa comunitaria, donde la protección al empleo puede “desincentivar” el emprendimiento. En cambio para los países con ingresos medios y bajos, la diferencia entre las percepciones positivas y la intención a ser emprendedor es muy pequeña e incluso negativa. Esto sugiere que justamente hay menos costos de oportunidad para emprender ya que se puede asociar a mayor porcentaje de emprendimientos por necesidad. En Chile los indicadores se mantienen en niveles medios, aunque en general el nivel de percepción de oportunidades subió poco respecto al periodo pasado donde el indicador era de 42%.

La **Tabla 5** muestra los porcentajes de personas separados por tipo de actividad emprendedora que respondieron afirmativamente a cada una de las preguntas relacionadas con los factores de percepción antes descritos.

TABLA 5: FACTORES DE INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS POR ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)

| <i>¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?</i> | | | |
|--|--------------------------------|---------------------------|---|
| <i>Sin actividad emprendedora</i> | <i>Emprendedores nacientes</i> | <i>Nuevos empresarios</i> | <i>Actividad Emprendedora Establecida</i> |
| 42,5% | 72,7% | 61,5% | 54,4% |
| <i>¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?</i> | | | |
| <i>Sin actividad emprendedora</i> | <i>Emprendedores nacientes</i> | <i>Nuevos empresarios</i> | <i>Actividad Emprendedora Establecida</i> |
| 45,0% | 68,0% | 59,7% | 48,4% |
| <i>¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?</i> | | | |
| <i>Sin actividad emprendedora</i> | <i>Emprendedores nacientes</i> | <i>Nuevos empresarios</i> | <i>Actividad Emprendedora Establecida</i> |
| 58,2% | 89,1% | 87,8% | 88,5% |
| <i>El temor al fracaso le impide el iniciar un nuevo negocio</i> | | | |
| <i>Sin actividad emprendedora</i> | <i>Emprendedores nacientes</i> | <i>Nuevos empresarios</i> | <i>Actividad Emprendedora Establecida</i> |
| 34,9% | 16,4% | 19,5% | 22,5% |

Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS) 2007

El análisis de estos factores de percepción muestra que existen claras diferencias entre los individuos relacionados con alguna etapa de la actividad emprendedora (naciente, nueva o establecida) y entre aquellos que no están directamente involucrados.

En relación a la primera pregunta sobre el conocimiento de emprendedores, estos porcentajes son muy similares respecto al 2006, salvo el porcentaje de emprendedores nacientes que aumentó del 62% al 72%. Esto no deja de ser interesante dado que es común que las personas involucradas en actividades empresariales construyan “redes sociales” relacionadas con el emprendimiento. Al igual que muchas otras actividades económicas, sociales o culturales, el emprendimiento puede generar vínculos que fortalecen este proceso, como son asociaciones formales, redes de cooperación, e incluso algunos mecanismos públicos o privados que agrupan actividades relacionadas con el emprendimiento. Si estas redes apoyan a los emprendedores nacientes puede haber un efecto positivo sobre el emprendimiento. En este sentido se puede destacar que el emprendimiento puede potenciar la cooperación entre personas y entre organizaciones, lo cual ha sido ampliamente estudiado y que está muy relacionado con el desarrollo regional.

En los resultados de la segunda pregunta, la cual indaga sobre la futura existencia de oportunidades, se observa un incremento en el porcentaje de respuestas positivas con respecto al año pasado. Se destaca el resultado de la población no emprendedora que en 2006 presentó un 36,4% de respuestas afirmativas. Si bien el año pasado fue un año de cierta incertidumbre en el ámbito de los negocios, el aumento de actividad emprendedora sobre todo el autoempleo podría estar relacionado con el hecho de que las personas observen algunas buenas oportunidades que se pueden combinar en paralelo con empleos estables. Es importante seguir estudiando estos indicadores ya que permiten conocer cómo ciertas percepciones sobre las oportunidades que presenta el país pueden influir significativamente en las acciones que toman las personas para emprender. Más adelante se analizarán las condiciones generales para el emprendimiento en Chile.

Respecto a la capacidad (conocimientos y habilidades) para emprender y el miedo al fracaso es comprensible que las personas involucradas en la actividad emprendedora manifiesten estar mejor preparadas que las que no participan en actividad emprendedora y viceversa en la relación con el miedo a emprender. Estos porcentajes se mantienen muy similares respecto al periodo 2007 con excepción del temor al fracaso que disminuyó considerablemente en nuevos empresarios de 37,7% a 19,5%, lo cual no deja de ser positivo.

Adicionalmente a todos los encuestados se les hicieron tres preguntas sobre cuál es su percepción más general sobre la creación de negocios. Estos aspectos corresponden a si el emprender es considerado una buena elección profesional, si los emprendedores son socialmente bien percibidos y si la exposición mediática que tiene el emprendimiento en Chile es considerable. La **Tabla 6** recoge los porcentajes de respuestas afirmativas para cada una de las tres preguntas planteadas.

TABLA 6: FACTORES DE PERCEPCIÓN GENERAL DE LA POBLACIÓN SOBRE EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)

| | |
|---|--------------|
| <i>En mi país la mayoría de las personas consideran que iniciar un negocio o empresa es una buena carrera o profesión.</i> | 67,3% |
| <i>En mi país aquellas personas que han sido exitosas en iniciar un negocio o empresa tienen un alto nivel de reconocimiento y respeto.</i> | 68,9% |
| <i>En mi país se puede ver con frecuencia en los medios de comunicación historias de nuevos negocios exitosos.</i> | 58,7% |

Fuente: GEM

Estas tres respuestas indican que en Chile el emprendimiento es bien percibido. Estos indicadores también son prácticamente iguales a los del año pasado. El que se considere que emprender es una buena elección laboral y que se reconozca que existe una exposición de los emprendedores en los diferentes medios de comunicación es un signo de aceptación social de la actividad emprendedora. Asimismo reconocer a los emprendedores como personas exitosas es una buena aproximación para determinar el nivel de “cultura emprendedora”. Este aspecto que ya se ha analizado en reportes anteriores permite inferir que, en general, en Chile existe una valoración social hacia el empresario, sin embargo aún prevalecen ciertas barreras culturales y sociales que no enfatizan la actividad emprendedora, como la aversión al riesgo o poco fomento a la creatividad e innovación. Este último aspecto quedó ya de manifiesto en los puntos anteriores donde analizamos la competitividad y el grado de uso de tecnologías. En la siguiente sección se analizará en profundidad cada uno de los aspectos de las condiciones nacionales del marco emprendedor.

7 [EL CONTEXTO EMPRENDEDOR EN CHILE]

En la introducción de este reporte se expuso que el modelo GEM (ver **Figura 2**) considera que el impulso emprendedor es potenciado o limitado por el contexto específico en que se desarrolla la actividad emprendedora. Se explicaba que el modelo del GEM establece que la actividad económica de las empresas establecidas varía dependiendo de las condiciones nacionales dentro de un marco más general, mientras que la actividad emprendedora varía específicamente dadas ciertas características únicas de los países. A estas características se han denominado condiciones de la actividad emprendedora. El estudio de estas condiciones pretende vincular la relación económica y social que afecta al sector emprendedor, pero no es capturada por las condiciones nacionales generales.

CONDICIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO QUE ANALIZA EL GEM

LA METODOLOGÍA DEL GEM HA DEFINIDO UN CONJUNTO DE DIEZ VARIABLES QUE AFECTAN DIRECTAMENTE EL DESEMPEÑO DEL EMPRENDEDOR, EN CUANTO A SU CAPACIDAD PARA IDENTIFICAR, EVALUAR Y TOMAR LAS OPORTUNIDADES DISPONIBLES. ESTAS CARACTERÍSTICAS - QUE NO ESTÁN LISTADAS EN ORDEN DE IMPORTANCIA - SON:

- 1. MERCADOS FINANCIEROS:** SE REFIERE A LA DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS, CAPITAL, Y DEUDA, PARA EMPRESAS NUEVAS Y EN CRECIMIENTO INCLUYENDO SUBVENCIONES Y SUBSIDIOS. ESTO INCLUYE TODA LA CADENA DE FINANCIAMIENTO, DESDE CAPITAL SEMILLA (NUEVOS EMPRENDIMIENTOS) HASTA MERCADOS DE CAPITALES SOFISTICADOS (GRANDES EMPRESAS).
- 2. POLÍTICAS DE GOBIERNO:** SE REFIERE AL GRADO EN QUE LAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO (REFLEJADAS EN REGULACIONES, IMPUESTOS) Y LA APLICACIÓN DE ÉSTAS TIENEN COMO OBJETIVO (A) EL APOYAR A LAS EMPRESAS NUEVAS Y EN CRECIMIENTO Y (B) SER NEUTRAS ENTRE EL EFECTO QUE OCASIONAN A LAS NUEVAS EMPRESAS Y A LAS YA ESTABLECIDAS.
- 3. PROGRAMAS DE GOBIERNO:** SE REFIERE A LA EXISTENCIA DE PROGRAMAS DIRECTOS PARA AYUDAR A LAS FIRMAS NUEVAS Y EN CRECIMIENTO, EN TODOS LOS NIVELES DE GOBIERNO (NACIONAL, REGIONAL, Y MUNICIPAL).
- 4. EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN:** SE REFIERE A LA MEDIDA EN QUE EL CONOCIMIENTO, DESTREZAS Y HABILIDADES PARA CREAR O DIRIGIR NEGOCIOS PEQUEÑOS, NUEVOS, O EN CRECIMIENTO, SON INCORPORADAS DENTRO DE LOS SISTEMAS EDUCACIONALES Y DE CAPACITACIÓN EN TODOS LOS NIVELES.
- 5. TRANSFERENCIA DE I+D:** SE REFIERE A LA MEDIDA EN QUE LA INVESTIGACIÓN Y EL DESARROLLO NACIONAL CONDUCE A GENERAR NUEVAS OPORTUNIDADES COMERCIALES, Y A SI ÉSTAS SE ENCUENTRAN AL ALCANCE DE LAS FIRMAS NUEVAS, LAS PEQUEÑAS, Y LAS EN CRECIMIENTO.
- 6. INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y LEGAL:** SE REFIERE TANTO A LA DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS COMERCIALES, CONTABLES, Y LEGALES, COMO A LA EXISTENCIA DE INSTITUCIONES QUE PROMUEVEN EL SURGIMIENTO DE NEGOCIOS NUEVOS, PEQUEÑOS O EN CRECIMIENTO.
- 7. APERTURA DEL MERCADO INTERNO:** SE REFIERE A LA MEDIDA EN QUE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES HABITUALES Y EL MARCO REGULADORIO SON SUFICIENTEMENTE FLEXIBLES EN SU APLICACIÓN, DE MODO DE FACILITAR (O NO IMPEDIR) QUE LAS FIRMAS NUEVAS Y EN CRECIMIENTO PUEDAN COMPETIR Y EVENTUALMENTE REEMPLAZAR A LOS PROVEEDORES ACTUALES.
- 8. ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA:** SE REFIERE A LA FACILIDAD DE ACCESO A LOS RECURSOS FÍSICOS EXISTENTES (COMUNICACIÓN, SERVICIOS PÚBLICOS, TRANSPORTE) A UN PRECIO Y OPORTUNIDAD TAL, QUE NO REPRESENTEN UNA DISCRIMINACIÓN PARA LAS FIRMAS NUEVAS, PEQUEÑAS O EN CRECIMIENTO.
- 9. NORMAS SOCIALES Y CULTURALES:** SE REFIERE A LA MEDIDA EN QUE LAS NORMAS CULTURALES Y SOCIALES EXISTENTES ALIENTAN O DESALIENTAN ACCIONES INDIVIDUALES QUE PUEDAN LLEVAR A UNA NUEVA MANERA DE CONDUCIR LOS NEGOCIOS O ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y, EN CONSECUENCIA, MEJORAR LA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO Y LA RIQUEZA.
- 10. PROTECCIÓN A LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL:** SE REFIERE AL MODO EN CÓMO SE PROTEGEN LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL DE LAS EMPRESAS NACIENTES Y EN CRECIMIENTO Y EL MARCO LEGAL QUE AYUDA A DICHA PROTECCIÓN.

Para efectuar la medición de los factores anteriormente señalados se utiliza la encuesta estandarizada a expertos. Este año participaron 178 especialistas nacionales. La encuesta contiene 88 preguntas en escala de Likert de cinco puntos¹⁴, agrupadas en 16 categorías que permite formar una opinión de cada uno de los nueve factores antes mencionados.

Para el análisis global y la comparación entre variables, se convierte la escala de Likert a un índice único que fluctúa entre -2,0 (completo desacuerdo) y +2,0 (completo acuerdo)¹⁵. Esta metodología, tiene la ventaja de que permite ordenar las variables comparándolas entre ellas. Así, las variables se clasifican en función del rango donde se encuentren:

- 2,0 a -1,0 ———> Muy bajo (crítico)
- 1,0 a -0,5 ———> Bajo
- 0,5 a +0,5 ———> Medio
- +0,5 a +1,0 ———> Alto
- +1,0 a +2,0 ———> Muy alto

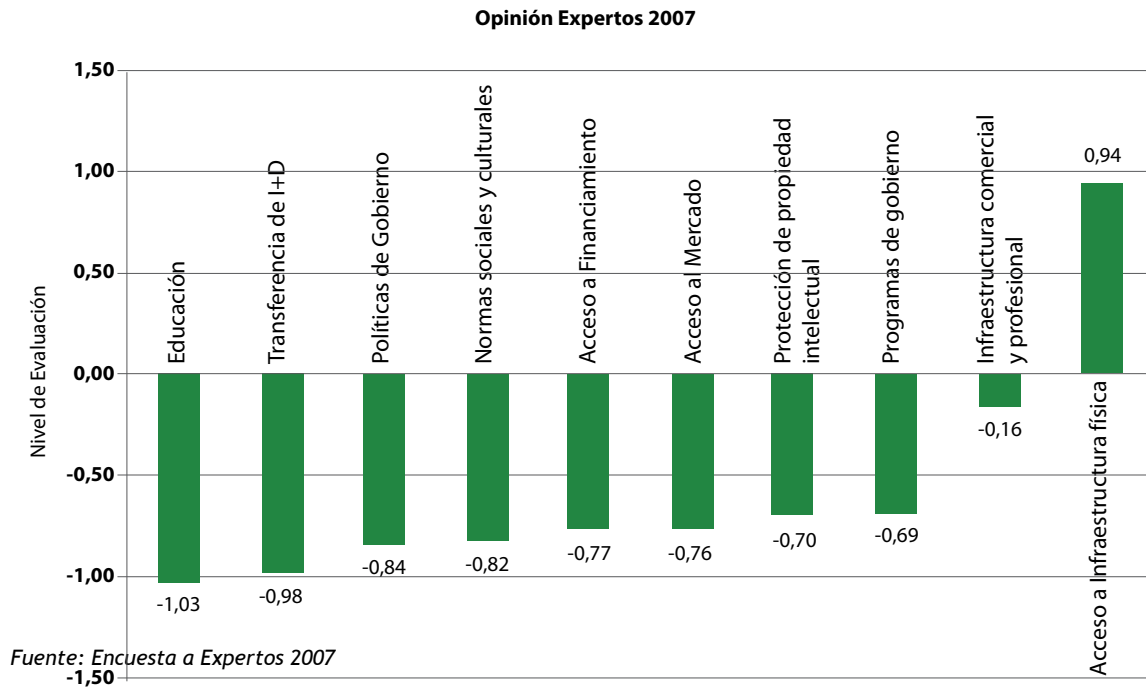
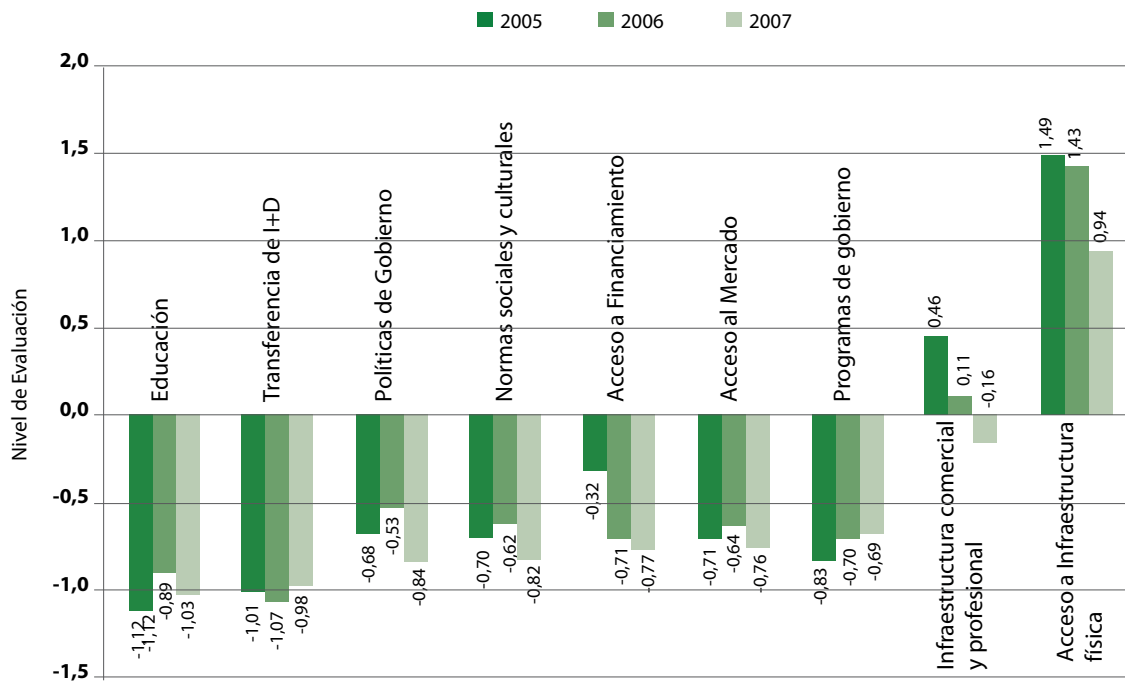
Para reflejar el comportamiento al interior de cada variable se mantiene la escala de Likert original, y se analiza el rango de las respuestas. Aquí se busca identificar hacia dónde se desplaza el grueso de las respuestas. Para ello, se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican acuerdo (completo + parcial). Asimismo, se descartan las respuestas que no muestran preferencia (es decir, “ni acuerdo ni desacuerdo”), recalculándose los porcentajes sobre aquellos que sí marcaron preferencia. Esta metodología tiene el mérito de destacar la varianza de las respuestas.

ANÁLISIS GENERAL DE LOS FACTORES

Los resultados de este año indican que la Transferencia de I+D y la Educación es la variable más crítica en cuanto al desarrollo del emprendimiento en Chile (ver **Figura 30**). En esta oportunidad, casi todas las variables medidas (ocho de nueve) se ubican en un nivel bajo o muy bajo y sólo una de ellas (acceso a infraestructura física) se sitúa en un nivel positivo y elevado. Cabe señalar que, en general, estos resultados se mantienen en relación al año anterior. Sin embargo, la variable “infraestructura comercial y profesional”, que se mostraba en un rango positivo en los dos años anteriores, ha decaído hacia un rango negativo en el 2007. En relación al año anterior, sólo los tópicos “Transferencia de I+D” y “Programas de Gobierno” presentan un avance, aunque muy marginal. La **Figura 31** ilustra cada uno de los factores comparados con el año 2006 y 2005. Para el análisis de cada uno de ellos, se hará una descripción ordenada desde las ponderaciones más bajas hasta las mayores.

¹⁴ Un Completo desacuerdo, desacuerdo parcial, ni acuerdo ni desacuerdo, acuerdo parcial y completo acuerdo.

¹⁵ Se ponderan los porcentajes de cada respuesta por -2, 1, 0, +1, y +2.

FIGURA 30: EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR EN CHILE: RESULTADO DE ENCUESTAS A EXPERTOS

FIGURA 31: CONTEXTO EMPRENDEDOR EN CHILE COMPARATIVO DE ENCUESTAS A EXPERTOS 2005-2006 Y 2007¹⁶


Fuente: Encuesta a Expertos 2007

¹⁶ El indicador de protección de derechos de propiedad intelectual no ha sido incluido dado que se analizó de forma separada en los reportes de años anteriores.

EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

Nivel: -1,03

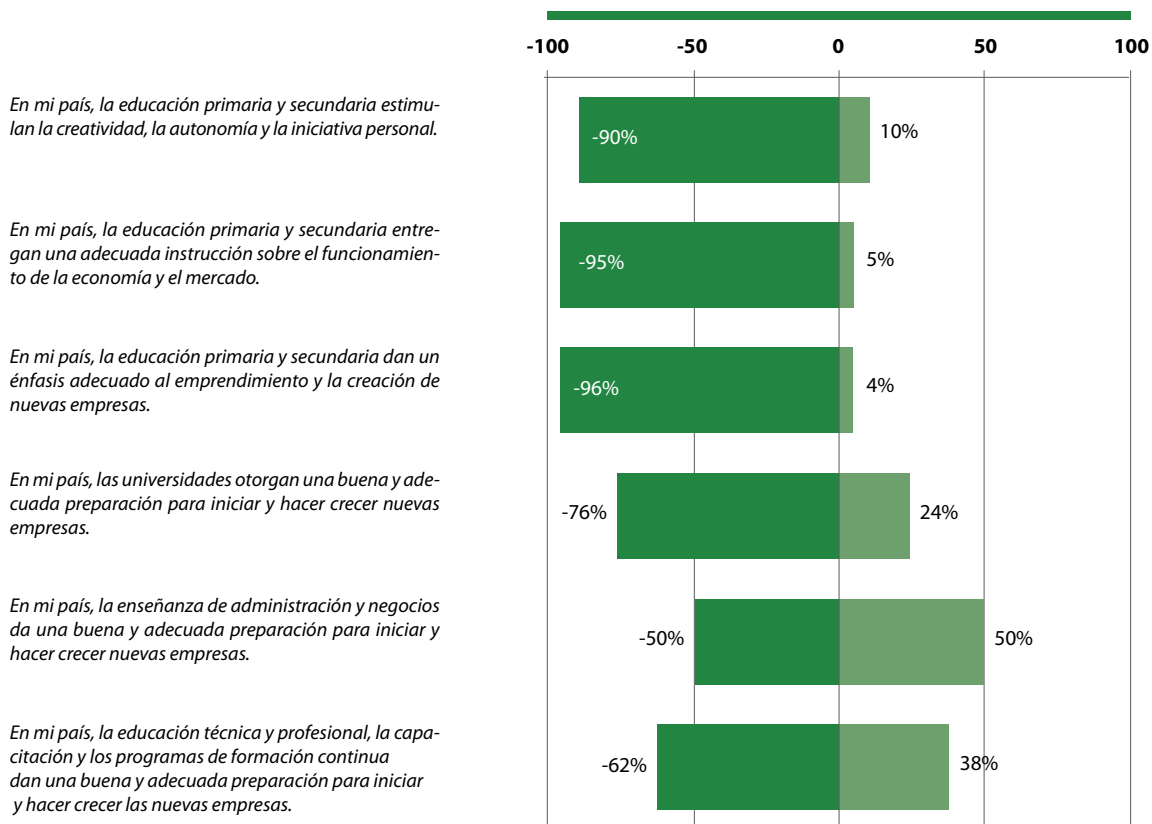
Motivo: La encuesta a los expertos arroja una percepción de escaso énfasis de la educación (primaria y secundaria) en promover y educar conductas tendientes al emprendimiento, tales como la creatividad, iniciativa y autonomía, así como también la inexistencia de instrucción sobre el funcionamiento de mercado.

El factor educación y capacitación enfocado en evaluar el relativo énfasis en el desarrollo de emprendimiento, comprende cuatro niveles:

1. La educación primaria y secundaria
2. La educación técnico profesional y los programas de capacitación
3. La educación universitaria
4. La educación universitaria en las escuelas de negocios

En relación al año 2006, los resultados globales de las consultas referidas a educación se ubican entre los resultados del año 2005 y 2006 (Figura 31). El desglose de las consultas efectuadas se pueden visualizar en la Figura 32. El cambio más importante corresponde a la calidad de la enseñanza en administración y negocios para iniciar y hacer crecer nuevas empresas. En efecto, las respuestas se distribuyen en forma igualitaria entre quienes están de acuerdo y quienes no lo están, mientras que en el año anterior, la mayoría de los expertos se inclinaba por la existencia de una buena educación en tal sentido.

FIGURA 32: EVALUACIÓN DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

La inclusión del emprendimiento en el currículum escolar es una situación a menudo ausente en países de la región. Generalmente se aborda dentro de las universidades y no en las instituciones de educación primaria o media.

Comprender la relación entre emprendimiento y educación ayuda a esclarecer una pregunta que frecuentemente surge al estudiar el tema de emprendimiento, y que tiene que ver con la interrogante de si los emprendedores nacen o se forman. Sin perjuicio de lo anterior y aún habiendo muchos emprendedores que nacen, es seguro que todos necesitarán formación y capacitación.

La educación en emprendimiento tiene la capacidad para afectar los atributos y habilidades que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos, así como también promueve cualidades psicológicas favorables para la actividad emprendedora, tales como la auto confianza, la autoestima, la auto eficacia y la necesidad de logro (Rasheed, 2000). En el proceso de formación del individuo, sus capacidades y habilidades innatas se potencian, atrofian o complementan a medida que el individuo se va socializando. Por lo tanto, es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución (Stevenson, 2000). Aprender actitudes propias de un emprendedor tiene que ver con agudizar el olfato para buscar caminos alternativos, aprovechar oportunidades, ser perceptivo, creativo, desarrollar capacidad para enfrentar desafíos y riesgos, como también permanecer motivado aún en situaciones de fracaso y frustración.

El emprendimiento articula lo que un individuo sabe hacer con lo que una sociedad necesita para avanzar y desarrollarse. En este sentido, cabe preguntarse entonces, qué rol cabe al Estado.

La inclusión del emprendimiento en el currículum escolar es una situación a menudo ausente en países de la región. El Centro de Investigación Tecnológica de Chile (INTEC) realizó un estudio empírico en cuatro países latinoamericanos (Argentina, Chile, Colombia y México) y obtuvo como resultado que los centros de formación para emprendedores se hallan generalmente dentro de las universidades y no en las instituciones de educación primaria o media (Dether, 2002). Al mismo tiempo, se aprecia que las universidades hispanoamericanas no han logrado dar respuesta a las necesidades sociales relacionadas con el desarrollo empresarial y la generación de empleo (Dether, 2001). Las metodologías de enseñanza a menudo no favorecen ni propician la actitud emprendedora (Gibb, 1999); el acercamiento al conocimiento se realiza desde una perspectiva teórica, dejando una capacidad subutilizada en los estudiantes.

TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Nivel: -0,98

Motivo: En opinión de la mayoría de los expertos, las empresas nuevas y en crecimiento, no poseen el mismo acceso a las nuevas tecnologías y a la investigación que empresas ya consolidadas. Al mismo tiempo, no existirían suficientes subsidios gubernamentales ni alternativas provenientes desde el mercado bursátil, destinados al desarrollo de las empresas emergentes, así como tampoco existiría una transferencia tecnológica y científica eficaz desde universidades y centros de investigación hacia las empresas nuevas y en crecimiento (ver **Figura 33**).

FIGURA 33: EVALUACIÓN DE LA TRANSFERENCIA DE I+D

En mi país, nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos son eficazmente transferidos desde las universidades y centros de investigación públicos hacia empresas nuevas y en crecimiento

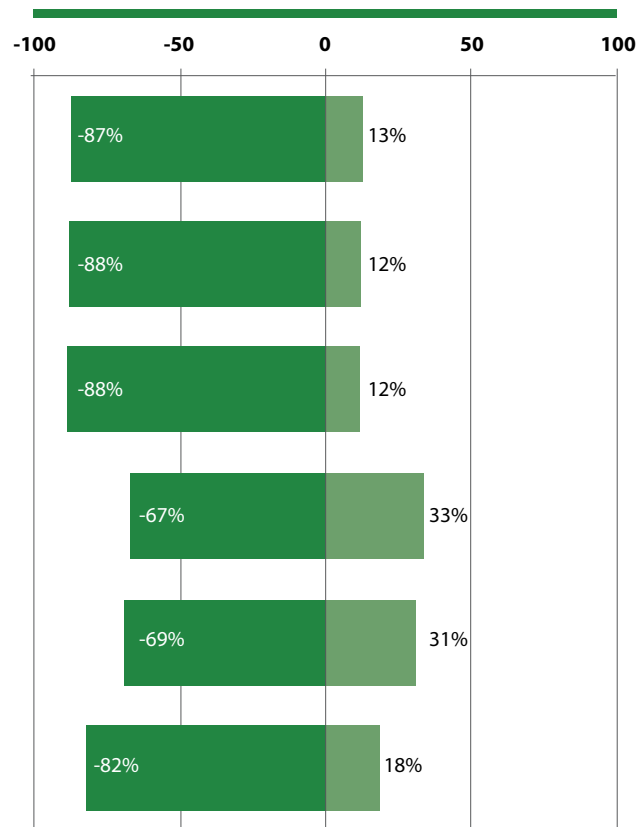
En mi país, empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas tecnologías y la investigación que las grandes empresas ya establecidas.

En mi país hay suficiente disponibilidad de subsidios gubernamentales destinados a empresas nuevas y en crecimiento.

En mi país hay suficientes fondos provenientes de personas naturales (diferentes a los fundadores) disponibles para financiar empresas nuevas y en crecimiento.

En mi país hay suficientes fondos de capital de riesgo para financiar empresas nuevas y en crecimiento.

En mi país, hay suficientes fondos disponibles a través de apertura bursátil para financiar empresas nuevas y en crecimiento.



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

El desarrollo de la ciencia es una de las bases para el avance de la innovación dentro de las empresas, especialmente si se quiere competir en un entorno globalizado. Si bien es cierto no todas las innovaciones son de carácter tecnológico, este componente explica cerca de la mitad de las diferencias observadas en el ingreso per cápita y el crecimiento del PIB de los países. Las disparidades en la productividad total de factores se relacionan por lo general con los avances tecnológicos (Lederman y Maloney, 2004). Dado lo anterior, lo esperable es que la investigación científica deba estar enfocada al desarrollo tecnológico o bien preocupada en dar respuesta a los problemas productivos de las empresas.

El diagnóstico para Chile en materia de investigación y desarrollo lo sitúa en una posición débil dentro del contexto mundial. Nuestro país gasta 0,7% del PIB en I+D, nivel similar a Turquía e inferior a Brasil (1%) y Portugal (0,9%). Si se observa la participación que poseen los privados en este porcentaje, la intensidad de gasto está claramente sesgada hacia el sector público. Al mismo tiempo, existe un bajo esfuerzo en áreas complementarias al desarrollo y transferencia de I+D como lo es la creación de capital humano especializado (científicos, ingenieros y especialistas en gestión de procesos innovadores) y en general, de la fuerza laboral dado que el nivel educacional promedio de nuestra fuerza de trabajo está por debajo de lo que correspondería al nivel de ingreso que se posee. Por otro lado, existe un déficit de instrumentos financieros ad hoc, por ejemplo, en etapas tempranas del desarrollo de las empresas y una articulación institucional insuficiente.

ciente. La vinculación ciencia-tecnología-empresa es muy inferior a lo deseado y no existe una estrategia nacional de innovación para la competitividad y mecanismos de difusión y transferencia tecnológica suficientes (Benavente, 2007). Algunas de las ideas anteriormente planteadas se reflejan en algunos indicadores internacionales. Por ejemplo, en el año 2007, Chile ocupó el lugar número 26 del Índice de Competitividad Global (WEF, 2007). Esta posición se explica a través de nueve factores, en donde las áreas salud primaria, educación superior y capacitación e innovación presentan los principales rezagos.

En Chile, los fondos destinados a la investigación y desarrollo son administrados desde distintas fuentes: la Comisión Nacional Científica y Tecnológica (CONICYT) a través del Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDECYT), la Corporación de Fomento a la Producción (CORFO), el Ministerio de Planificación y el Ministerio de Educación y algunos organismos multilaterales como el Banco Mundial. Tal diseminación en la administración de los fondos, refleja la ausencia de una coordinación central que articule esfuerzos a partir de una visión global. Una situación como la existente hoy resulta ineficiente pues indudablemente se generan algunas duplicidades de esfuerzos y también se dejan algunas áreas sin atender que están fuera del foco de cada entidad en particular. Como plantea el Consejo de Innovación, creado en el 2006, “sin política, no hay orientaciones, no hay consistencia en planes y objetivos, no hay coordinación”.

Algunas iniciativas recientes, tras la creación del Consejo guardan relación con:

- Formular una Estrategia Nacional de Innovación para la Competitividad.
- Proponer asignación del Fondo de Innovación (a partir de los recursos provenientes del impuesto específico a la actividad minera) (US\$ 93 millones para 2007).
- Proponer medidas para fortalecer el Sistema Nacional de Innovación y la efectividad de las políticas e instrumentos públicos en la materia.
- Proponer criterios de asignación de recursos del Presupuesto del Sector Público en este ámbito.

Uno de los esfuerzos que es necesario e imprescindible realizar es mejorar el indicador de gasto en I+D en relación al PIB. Un análisis basado en el comportamiento de 15 países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) concluye que no es correcto argumentar que los países ricos inviertan más en I+D porque son ricos, sino que son ricos porque invierten más en I+D.

A nivel menos estratégico es evidente que aún restan enormes desafíos. Es necesario aumentar cantidad de investigadores orientados a la investigación aplicada, así como trabajar en la adopción de tecnologías relevantes para una economía como esta y aumentar fuentes de crecimiento vía producción de bienes con mayor componente tecnológico. El rol del estado, debiera enfocarse en la subsidiariedad, dadas las fallas de mercado y de sistemas que afectan el proceso innovativo. Entre ellas, destacan los problemas de apropiabilidad, las fallas de información, la intangibilidad de los activos y las fallas de red. Como garantía operacional a objeto de evitar la intromisión de la acción estatal en ámbitos que pueden y deben ser desarrollados por el sector privado, la entrega de recursos públicos para la innovación debe procurar, en todo los casos en que sea posible, apalancar esfuerzos mayores por parte del sector privado. Así se espera del estado un rol activo en la promoción, financiamiento y dirección del proceso de innovación tecnológica nacional, apoyando el esfuerzo privado y aprovechando la calidad de instituciones.

POLÍTICAS DE GOBIERNO

Calificación: -0,84

Motivo: A juicio de los expertos, la lentitud en el proceso de tramitación en la creación y operatividad de una empresa es un obstáculo para el emprendimiento. Asimismo, las políticas de gobierno no favorecerían a las empresas nuevas, mismas que tendrían dificultad para cumplir la normativa y burocracia estatal.

En relación al año anterior, el indicador retrocedió desde el nivel de -0,5. Esta caída puede ser explicada principalmente por una peor percepción respecto a las normas que son aplicadas a las empresas nuevas, las cuales se consideran poco previsibles e inconsistentes, así como también la dificultad para cumplir con las normativas impuestas por la burocracia estatal, situación bastante desmejorada en relación a la opinión del año anterior (ver **Figura 34**).

El entorno de las políticas para el emprendimiento comprende la facilidad (y costos) para la creación y término de una empresa, las reformas impositivas y la simplificación en su administración. Algunas reformas son de mayor complejidad y requieren una nueva legislación, con las consecuencias políticas que esto puede implicar como lo es por ejemplo, la normativa laboral. En definitiva, es deseable una simplificación de la normativa que afecta a la actividad empresarial, así como también fortalecer los derechos de propiedad, aliviar cargas fiscales, facilitar el acceso a los créditos y reducir el costo de importar y exportar.

El proceso de iniciar y construir una empresa es complejo y como es natural, sensible al entorno. Para iniciar un emprendimiento se necesita un ambiente en el que existan modelos del rol emprendedor de todo tipo, de modo que la gente pueda validarlos e identificarse con ellos. Por supuesto, también se necesitan recursos de respaldo, entendiéndose por ello no sólo la disponibilidad de fondos sino también la calidad de los fondos y la capacidad, por parte de los emprendedores, de ser selectivos al momento de elegir su financiamiento. La relación es prácticamente directa, es decir, a mayor facilidad de hacer negocios, mayor número de emprendedores y trabajadores (Banco Mundial, 2007).

Así como son importantes las condiciones para crear empresas, también lo es la facilidad para disolver aquellos proyectos que no prosperaron, y de ese modo, dar lugar a otros nuevos, característica natural del ciclo vital de desarrollo de las empresas. Algunos indicadores internacionales en los ámbitos anteriormente señalados sitúan a Chile en un nivel intermedio. El índice para la facilidad para hacer negocios¹⁷ (Banco Mundial, 2007), asocia dicha característica al entorno normativo que ha creado el gobierno para incentivar la actividad empresarial. La clasificación en los puestos más elevados en facilidad de hacer negocios se asocia a un mayor crecimiento, más empleo y porcentajes menores de economía informal. Chile se ubica en el lugar 33 entre 178 economías, por debajo de Puerto Rico en el contexto latinoamericano y Eslovaquia en el contexto mundial. Cabe señalar que en relación al año anterior, Chile retrocedió cinco posiciones.

¹⁷ El índice no describe la totalidad del panorama: este indicador es limitado en su ámbito, al cubrir únicamente la normativa empresarial. No tiene en cuenta la proximidad del país a los grandes mercados, la calidad de su infraestructura (aquella que no se refiera al comercio transfronterizo), el grado de seguridad de la propiedad frente al robo y el saqueo, la transparencia en las transacciones del gobierno, las condiciones macroeconómicas o la solidez subyacente de las instituciones.

Respecto a la agilidad del proceso de quiebras, en Chile sólo una mínima parte de las empresas se acoge a la Ley de Quiebras. La mayoría de los proyectos que no prosperan, simplemente cierra y prefiere esperar que trascurren los años necesarios para que la Ley no pueda aplicarse. El mecanismo no es usado, y específicamente en las PYMES, éstas no formalizan su cierre, sino que simplemente cierran las cortinas y desaparecen. Los procesos de quiebra duran un promedio de 4,5 años, representando un costo de 15% sobre el ingreso per cápita, con una tasa de recuperación del 23,8% (Banco Mundial, 2007). Es así, como terminar con una empresa es uno de los procesos más largos y caros de solventar.

Un resumen de las consultas desagregadas se muestra en la **Tabla 7**.

TABLA 7: ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO RELACIONADAS CON EL EMPRENDIMIENTO

| Componentes | VARIABLES | Evaluación |
|--|--|---|
| 1. Apoyo a Nuevas Empresas | a. Favorecer la inserción de las nuevas empresas: dado que los primeros años son críticos para la consolidación de las nuevas empresas, se busca identificar si las políticas de gobierno reconocen esta situación y apoyan la inserción. | El 48% de los encuestados indican que las políticas de gobierno no favorecen a empresas nuevas, al tiempo que el apoyo a éstas no parece ser una prioridad para el gobierno nacional (30%) y local (38%). |
| | b. Facilitar la creación de nuevas empresas: dado que en los primeros meses el concentrar los esfuerzos en generar ventas y clientes es clave para la supervivencia de la empresa, se evalúa si las políticas de gobierno reconocen este fenómeno y simplifica y favorece la formalización de nuevas empresas. | El 87% de los encuestados indica que no es rápido ni fácil iniciar una nueva empresa. |
| 2. Neutralidad Empresas Grandes v/s Pequeñas | a. Impuestos: Se evalúa si el nivel de los impuestos son una carga tal que impida iniciar un nuevo negocio y la previsibilidad y consistencia en su aplicación. | El 34% de los encuestados considera que los impuestos sí afectan la formación de nuevas empresas y un 28% consideran que éstos son aplicados de forma previsible y consistente. |
| | b. Normas: Se evalúa si el cumplimiento de las normas requiere el tener experiencia previa o son demasiado onerosas para las empresas nuevas. | El 37% de los encuestados considera que éstas son difíciles de cumplir para empresas nuevas y en crecimiento. |

Fuente: Encuesta a Expertos 2007

FIGURA 34: EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO

En mi país, las políticas de gobierno (por ejemplo las compras gubernamentales) favorecen sistemáticamente a las empresas nuevas.

En mi país, las políticas para apoyar las empresas nuevas y en crecimiento tienen una alta prioridad para el gobierno nacional.

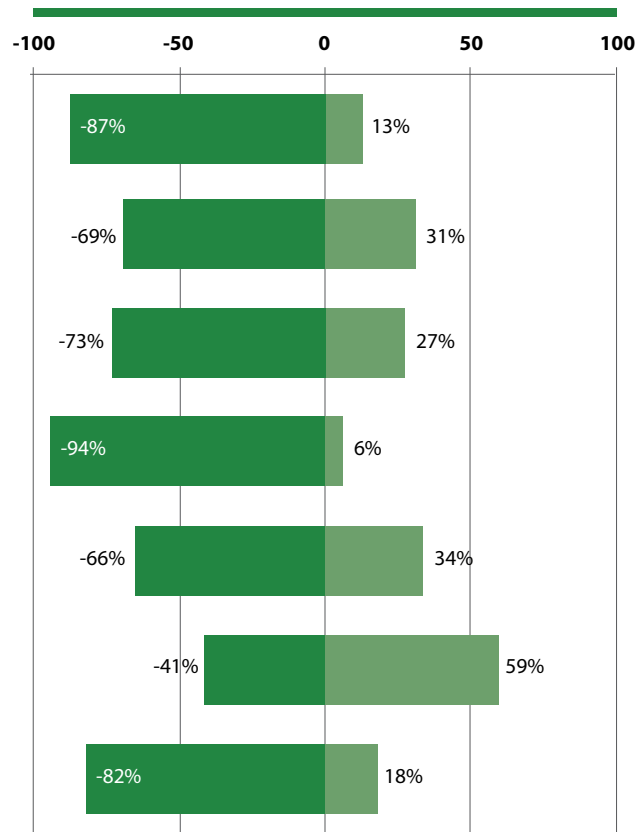
En mi país, las políticas para apoyar a empresas nuevas y en crecimiento tienen una alta prioridad para el gobierno local.

En mi país, las empresas nuevas pueden obtener la mayoría de las autorizaciones y licencias de operación en una semana.

En mi país, la carga impositiva NO ES un obstáculo para las empresas nuevas y en crecimiento.

En mi país, los impuestos y regulaciones gubernamentales que afectan a las empresas nuevas y en crecimiento son aplicados de forma previsible y consistente.

En mi país, las normas, regulaciones o autorizaciones establecidas por la burocracia estatal NO SON excesivamente difíciles de cumplir para las empresas nuevas y en crecimiento.



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

En relación a los días necesarios para abrir un negocio, Chile requeriría 27 días, a bastante distancia de Puerto Rico, país que presenta el mejor resultado en el contexto latinoamericano con sólo 7 días. Al mismo tiempo, Chile se encuentra a 25 lugares por sobre Australia, el líder a nivel mundial. El número de procedimientos necesarios para la operación son 9, con un costo aproximado de 8,6% respecto al Ingreso Nacional Bruto per cápita (Banco Mundial, 2007).

7.5 NORMAS SOCIALES Y CULTURALES

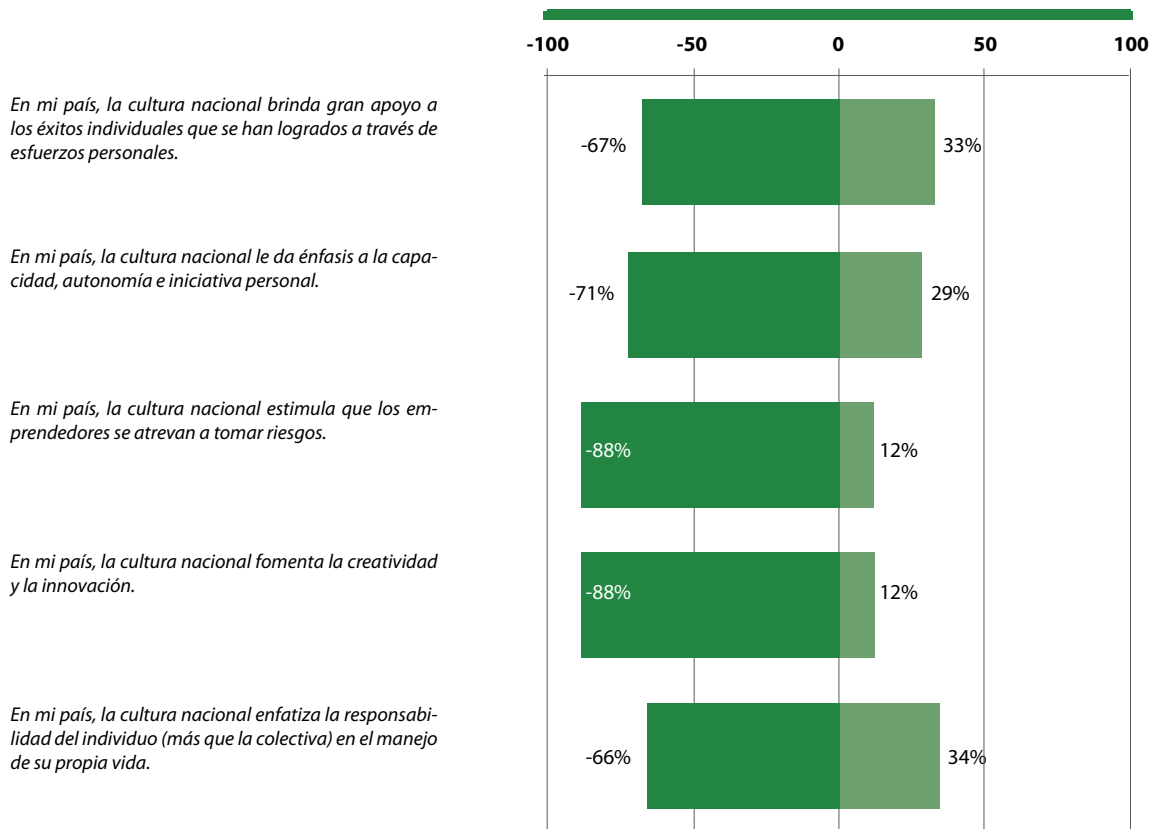
Nivel: -0,82

Motivo: A juicio de los expertos, la cultura nacional no estimula a las personas - potenciales emprendedores - a tomar riesgos y en general, tampoco se fomenta la innovación y la creación.

Este indicador empeoró en relación al año anterior, así como también respecto al resultado del 2005. Todas las variables que componen este indicador desmejoraron su condición, en especial lo referido al énfasis que le da la cultura nacional a la capacidad, autonomía e iniciativa personal (Ver **Figura 35**).

Dentro de un contexto complejo y cambiante, la sociedad requiere sujetos cada vez más autónomos. Hoy la distancia no constituye lejanía, las comunidades se interrelacionan en forma particular, el conocimiento es voluminoso y rápidamente transmisible, el cambio en toda dimensión es la tónica y a su vez, paradójicamente el futuro se vuelve más predecible, pues existe gran conocimiento de fácil transmisión.

FIGURA 35: EVALUACIÓN DE LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES PROCLIVES AL EMPRENDIMIENTO



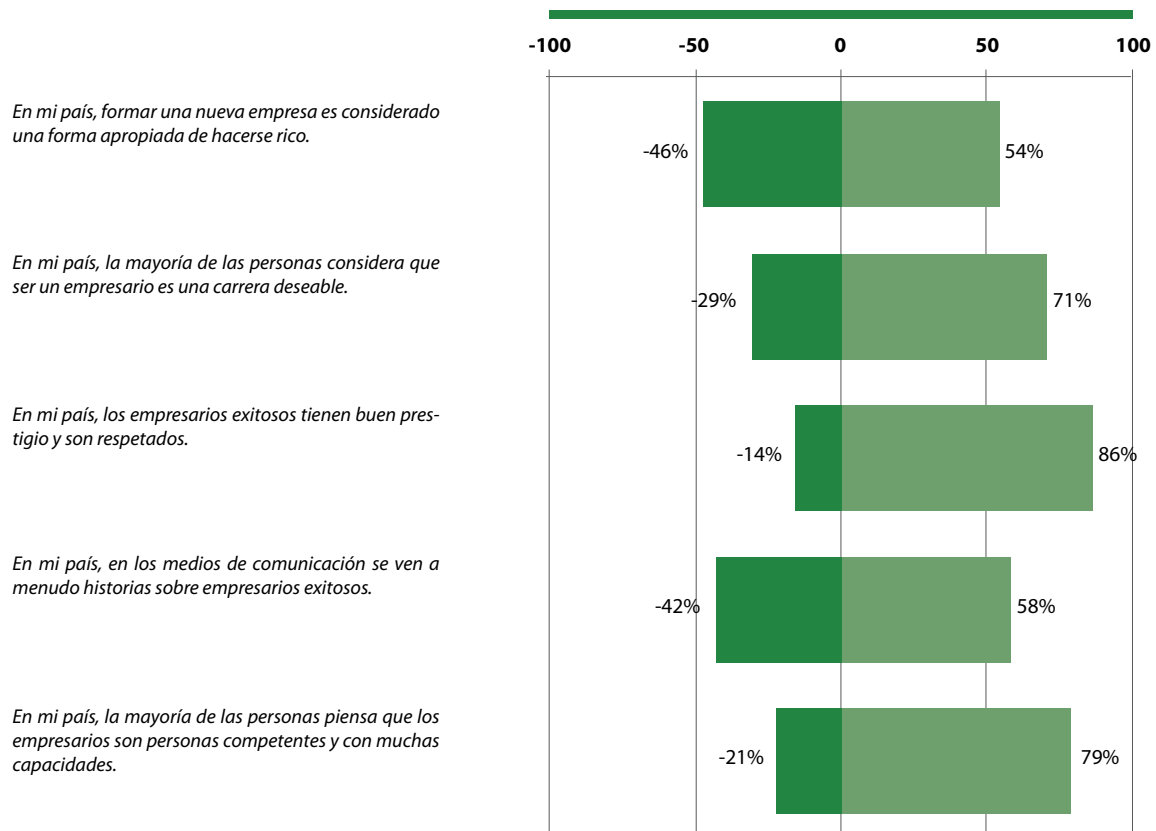
Fuente: Encuesta a Expertos 2007

El sistema educativo en Chile es débil en desarrollar vínculos con la realidad empresarial. Como se ha señalado anteriormente, desde los primeros años, la educación está vinculada con mayor fuerza a la entrega de contenidos que a promover ciertas actitudes. En la educación superior se percibe a menudo que el sistema actual está formando profesionales orientados a ocupar puestos de trabajo existentes y no a crear puestos de trabajo. Así, los recursos utilizados y los contenidos tratados resultan poco relevantes a los estudiantes por la poca relación con su propia vida -potencialmente emprendedora-, lo cual se traduce en una escasa disposición a la acción una actitud pasiva frente al cambio.

La relación educación-emprendimiento es, sin duda, un aspecto a desarrollar en los currículum educativos, acción que pasa también por un aspecto más profundo que guarda relación con la forma conceptual en que los centros educativos entienden y transmiten el emprendimiento. En este sentido, es necesario establecer alcances y niveles de desarrollo del emprendimiento a nivel educativo y las herramientas adecuadas, rescatando de allí, las mejores prácticas. Por ejemplo, la connotación multidisciplinaria que podría darse a este tema o la incorporación de emprendedores en el sistema educativo bajo ciertos esquemas. Emprender e innovar en el espacio educativo es clave cuando lo que se pretende es generar actitudes de mayor autonomía, capacidad para adaptarse, tomar riesgos, trabajar en equipo, impulsar el esfuerzo sistemático, la exploración y curiosidad por nuevos conocimientos.

El espíritu emprendedor depende también de algo que no es menos importante que lo ya señalado: la eliminación de la sanción social al fracaso. Es raro encontrarse con empresarios que no hayan fracasado, lo cual explica que los que permanecen emprendiendo son personas tenaces, con voluntad de aceptar los fracasos y aprender de los errores. El temor a la sanción y estigmatización social es, sin duda, limitante para el emprendimiento, cuestión que empeora cuando esta situación va acompañada de un impedimento a re-emprender, dado por el ámbito institucional.

Resulta interesante analizar la valoración que existe al hecho de ser empresario. Según la Figura 36, si el empresario es exitoso, es ampliamente valorado, otorgándosele respeto y prestigio. La gran mayoría de ellos piensa que el empresario, independiente de su éxito, es una persona competente y con muchas capacidades. Esta posición, de relativo privilegio en la sociedad, representa una atracción y un incentivo al camino de ser emprendedor, pese a que no se considera del mismo modo, una forma apropiada de hacerse rico.

FIGURA 36: VALORACIÓN SOCIAL DEL SER EMPRESARIO

Fuente: Encuesta a Expertos 2007

7.6 ACCESO A FINANCIAMIENTO

Nivel: -0,77

Motivo: Existe una percepción, relativamente generalizada, de escasez de fondos para las nuevas firmas. Dicha característica es transversal a los tipos de fondos. Sin perjuicio de lo anterior, los resultados resultan menos negativos al consultar la disponibilidad de subsidios gubernamentales destinados a empresas nuevas y en crecimiento.

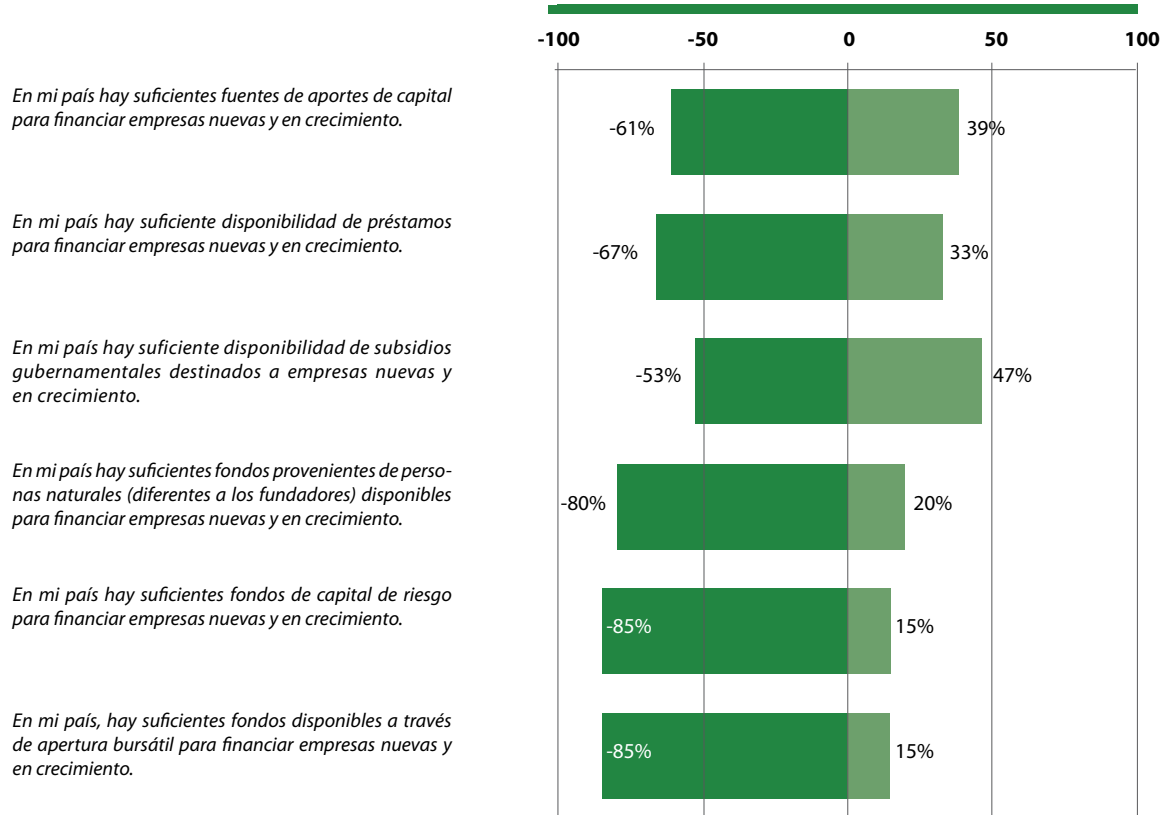
En comparación con el año 2006, se observa un empeoramiento marginal desde un -0,7. El nivel reflejado es casi igual de negativo en términos de evaluación (ver **Figura 37**).

La situación que se percibe para el caso chileno no corresponde a una realidad particular dentro de la región, sino más bien es la regla general. Los mercados financieros latinoamericanos, en comparación con los de países desarrollados, ofrecen instrumentos menos sofisticados y operaciones concentradas en el crédito bancario, con escaso desarrollo del mercado de capitales (Tietelman, 2003), siendo éste débil y de poca profun-

didad, especialmente para empresas de menor tamaño. Si bien existe la posibilidad de conseguir fondos en otros países que posean mercados más desarrollados, muchas veces se necesitan servicios anexos de apoyo altamente costosos.

En Chile, no existe una Banca de Desarrollo propiamente tal, entendida ésta “como el conjunto de instrumentos o funciones que surgen para complementar la acción privada de los mercados crediticios, facilitando el financiamiento a los agentes económicos excluidos del mercado formal, ofreciendo instrumentos especiales e impulsando nuevas formas de intermediación financiera”. Si bien el país cuenta con diversas instituciones financieras de desarrollo formadas tanto por el sector público como privado, no existe una política explícita sobre el rol de los bancos de desarrollo, lo que se refleja en cierto desorden institucional en la materia (Tietelman, 2003).

FIGURA 37: EVALUACIÓN DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

La búsqueda de fondos por parte de las empresas es uno de los factores claves en el establecimiento y crecimiento de las mismas. Por su naturaleza, esta necesidad debe preverse con antelación, pues esperar a que exista para comenzar a buscar capital disminuye drásticamente el poder de negociación, lo que representa una amenaza para el crecimiento de la misma.

En Chile, no existe una Banca de Desarrollo propiamente tal que apoye las necesidades de los emprendedores, considerando que la búsqueda de capital, una vez que el emprendedor ha agotado sus propios recursos suele ser compleja y amenaza el crecimiento de la empresa.

El financiamiento para las empresas puede ser clasificado en dos grupos dependiendo de la exigencia realizada al momento de la concesión, esto es, deuda (con modalidad de convertibilidad posterior) o patrimonio. Las negociaciones en base a patrimonio, evidentemente representan un mayor riesgo para la empresa y por tanto, se le exigiría un mayor retorno. Adicionalmente se puede hablar de “financiamiento de guerrillas” que son tipos de financiamiento que se desarrollan para mantener a flote una empresa, mientras se recupera de cualquier falla en el flujo de capital.

Cuando se inicia una empresa el financiamiento está estrechamente ligado a las personas. Sin embargo, lo común es que en un principio, el concepto de lo que será la empresa no esté totalmente claro. Dado lo anterior, los montos de inversión pueden ser más pequeños que lo deseado. Por otro lado, existen los inversionistas ángeles, que se diferencian de los anteriores en cuanto a la cantidad y calidad del dinero. En opinión de los expertos, estos tipos de inversionistas son bastante escasos en nuestro país; sobre el 60% de los expertos consultados señalan que su nivel es “muy bajo” o “bajo”. Por su parte, dentro de las inversiones institucionales existen diversas modalidades, desde la liberación del pago de impuesto o la protección a ciertas industrias hasta el otorgamiento de dinero directo. En relación a la disponibilidad de fondos de tipo gubernamental, en Chile existe la modalidad de los Profo (CORFO), o programas de asociatividad, en los cuales varias empresas similares se unen para afrontar la competencia juntas, desarrollar nuevos mercados o darse apoyo comercial de otra índole existiendo aportes pecuniarios y no pecuniarios (ver recuadro Programas de Gobierno que apoyan el Emprendimiento y la Innovación). CORFO también brinda apoyo a través de sus líneas de financiamiento de innovación tecnológica, FONTEC y también ofrece otras opciones dependiendo de las fuentes de uso. Por ejemplo, el programa de Fomento a la Calidad es un aporte financiero que se otorga a las empresas interesadas en incorporar normas o estándares de gestión de calidad en sus distintas áreas de procesos, de tal forma que sus prácticas puedan ser reconocidas nacional e internacionalmente.

En términos objetivos la propia CORFO ha redefinido sus líneas de financiamiento y ha incrementado considerablemente los incentivos al contemplar créditos por parte del Estado a los Fondos. En algunos casos, el monto equivalente es tres veces los aportes de los inversionistas (en comparación con la relación 1:1 que establecían algunas líneas como la F1); en consecuencia, permite triplicar la capacidad del Fondo de efectuar inversiones. La inversión de los Fondos está focalizada en empresas de menor tamaño, es decir, de un máximo US\$ 3,5 millones de patrimonio, para abarcar proyectos con bajo grado de desarrollo, que constituyan apuestas de mayor riesgo. Asimismo se obliga a un rol activo a los administradores en la gestión de las empresas en que inviertan los Fondos (Pulgar, 2006).

Existe también una serie de créditos y programas de apoyo de instituciones no gubernamentales, de los cuales los más conocidos son los dedicados a educación, agricultura y ambiente del Banco Mundial.

Por otra parte el financiamiento es distinto dependiendo de la fase en que se encuentre la empresa en su ciclo de vida. Así, para las empresas que ya han superado la fase de puesta en marcha y sobrevivencia, existen otros tipos de fondos los cuales consideran el uso del capital; ellos son principalmente: préstamos comerciales (generalmente créditos renovables de corto plazo), capital de riesgo, relacionados con el mercado de capitales, relacionados con equipos, y con el mercado inmobiliario. Las inversiones en la fase madura, es decir, cuando las empresas necesitan capital para un gran proyecto de expansión o bien están en el límite de su nivel de endeudamiento, presentan por lo general, resultados esperados muy favorables.

Dada la relevancia del financiamiento al emprendimiento el equipo GEM Chile ha publicado un informe especial sobre este tópico que analiza con mayor detalle los conceptos y la realidad del financiamiento para nuevas empresas en Chile¹⁸.

PROGRAMAS DE GOBIERNO QUE APOYAN EL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN

LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO QUE APOYAN EL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN SE CONCENTRAN MAYORITARIAMENTE EN INNOVA – CORFO (LA EXCEPCIÓN SON LOS PROGRAMAS ASOCIADOS A LA COMISIÓN NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA, CONICYT Y A LA FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, FIA). LOS ESQUEMAS DE INCENTIVOS QUE SE MOSTRARÁN A CONTINUACIÓN EXISTEN BAJO LOS PRINCIPIOS DE FONDO NO REEMBOLSABLE (NO ES UN CRÉDITO SINO UN SUBSIDIO), Y DE CO-FINANCIAMIENTO, CONSIDERANDO QUE LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO NUNCA FINANCIAN EL 100%.

EXISTEN LAS SIGUIENTES 4 ÁREAS DE APOYO A PROYECTOS DE INNOVACIÓN + EMPRENDIMIENTO.

● EMPRENDIMIENTO

ESTÁ ORIENTADO A APOYAR EL EMPRENDIMIENTO INNOVADOR, COSIDERANDO TANTO A EMPRENDEDORES COMO A ACTORES IMPORTANTES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS INNOVADORAS.

ENTREGA CAPITAL SEMILLA (EN DOS FASES, LA PRIMERA POR APROXIMADAMENTE \$5 MILLONES DE PESOS Y LA SEGUNDA POR \$34 MILLONES) PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA COMERCIAL DE NUEVAS EMPRESAS INNOVADORAS. LA ASIGNACIÓN SE REALIZA A TRAVÉS DE PATROCINADORES ACREDITADOS Y ESTÁ ENFOCADO EN NUEVAS EMPRESAS, ES DECIR, AQUELLAS QUE NO SUPEREN LOS 18 MESES DE ANTIGÜEDAD.

¹⁸ Dicho informe “Capital de Riesgo en Chile 2007” puede ser descargado de la página Web www.gemchile.cl

PROGRAMA DE CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE INCUBADORAS DE NEGOCIOS Y DE REDES DE INVERSIONISTAS ÁNGELES. A TRAVÉS DE ESTE PROGRAMA SE HAN CREADO 21 INCUBADORAS (LA MAYORÍA VINCULADAS A UNIVERSIDADES) Y, A LA FECHA, UNA RED DE INVERSIONISTAS ÁNGELES Y DOS REDES ADICIONALES EN PROCESO DE CREACIÓN. PARA LA CREACIÓN DE UNA INCUBADORA, SE APORTAN HASTA \$300 MILLONES DE PESOS Y LA MISMA CANTIDAD PARA SU FORTALECIMIENTO. PARA LA CREACIÓN DE REDES DE ÁNGELES EL PROGRAMA APORTA HASTA UN TOPE DE \$180 MILLONES DE PESOS.

APOYO A NEGOCIOS TECNOLÓGICOS: ESTÁ ORIENTADA A EMPRESAS YA ESTABLECIDAS Y CO-FINANCIA LA PUESTA EN MARCHA COMERCIAL DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS INNOVADORES CON FONDOS DE HASTA \$50 MILLONES DE PESOS.

● INNOVACIÓN EMPRESARIAL

APOYA LAS INICIATIVAS, AL INTERIOR DE UNA EMPRESA ESTABLECIDA, DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO DE PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS NUEVOS O MEJORADOS, BAJO ESQUEMAS INDIVIDUALES O ASOCIATIVOS.

PROYECTOS DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL INDIVIDUAL: FINANCIAN PROYECTOS CON HASTA \$400 MILLONES DE PESOS, CONTEMPLANDO ACTIVIDADES DE I+D, REALIZACIÓN DE PROTOTIPOS, SOLICITUD DE PATENTES, PROSPECCIÓN COMERCIAL, ENTRE OTROS.

CONSORCIOS: ORIENTADO A APOYAR EL CO-FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN DESARROLLADOS ASOCIATIVAMENTE ENTRE UNA ENTIDAD NACIONAL (EMPRESA, UNIVERSIDAD O CENTRO TECNOLÓGICO) Y OTRA ENTIDAD (EXTRANJERA O NACIONAL, EMPRESA, UNIVERSIDAD O CENTRO TECNOLÓGICO). EL CO-FINANCIAMIENTO ES DE \$600 MILLONES DE PESOS PARA FONDOS DE DESARROLLO PUDIENDO HABER UNA FASE PREVIA DE ESTUDIO DE PRE-INVERSIÓN POR \$30 MILLONES DE PESOS.

PATENTES: FINANCIAN, CON HASTA \$50 MILLONES, LA PROTECCIÓN INTELECTUAL EN SUS DIVERSAS FORMAS (PATENTES DE INVENCIÓN, MODELOS DE UTILIDAD, DISEÑO INDUSTRIAL, DIBUJO INDUSTRIAL, VARIETADES VEGETALES O COPYRIGHT DE SOFTWARE, ENTRE OTROS) REALIZADOS POR PERSONAS, EMPRESAS E INSTITUCIONES NACIONALES.

● DIFUSIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

ESTÁ ORIENTADO A APOYAR LA DIFUSIÓN, ADAPTACIÓN Y ADQUISICIÓN DE TECNOLOGÍAS POR PARTE DE LA EMPRESA PRIVADA. DE ESTA FORMA SE FINANCIAN MISIONES TECNOLÓGICAS (VIAJES COLECTIVOS A FERIAS, EMPRESAS, CENTROS DE TECNOLOGÍA, ENTRE OTROS), CONSULTORÍA ESPECIALIZADA (TRAÍDA DE EXPERTOS EN TECNOLOGÍAS ESPECÍFICAS), CENTROS DE DIFUSIÓN DE TECNOLOGÍA (FORMADO POR VARIAS EMPRESAS DEL MISMO SECTOR PARA PROPAGAR EL USO DE UN TIPO DE TECNOLOGÍA EN EL SECTOR) ASÍ COMO PASANTÍAS (PARA ENVIAR POR UN PERIODO DE TIEMPO A UN PROFESIONAL A UNA EMPRESA O CENTRO TECNOLÓGICO EN EL EXTERIOR PARA QUE ADQUIERA HABILIDADES ESPECIALES QUE APLICARÁ EN LA EMPRESA NACIONAL).

● INNOVACIÓN PRE COMPETITIVA Y DE INTERÉS PÚBLICO

ESTÁ ORIENTADA A APOYAR PROYECTOS QUE MEJOREN EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS Y EL ENTORNO PARA LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO TECNOLÓGICO, EN ASPECTOS COMO MARCOS REGULATORIOS, SISTEMAS DE INCENTIVOS, ARTICULACIÓN EFICIENTE DE SISTEMAS PRODUCTIVOS CON EXTERNALIDADES, ENTRE OTROS. ESTÁ DIRIGIDO SOBRE TODO A UNIVERSIDADES, CENTROS TECNOLÓGICOS, CENTROS DE FORMACIÓN, ENTRE OTROS.

APERTURA DEL MERCADO INTERNO

Nivel: -0,76

Motivo: Se considera que las empresas nuevas efectivamente tienen problemas para financiar los costos de entrar al mercado, constituyéndose éste en uno de los principales obstáculos que deben enfrentar. Asimismo, se considera que los proveedores de servicios a las empresas ya establecidas son relativamente estables en el tiempo, lo que dificulta la competencia, las oportunidades para nuevas firmas de este rubro y el logro de eficiencia.

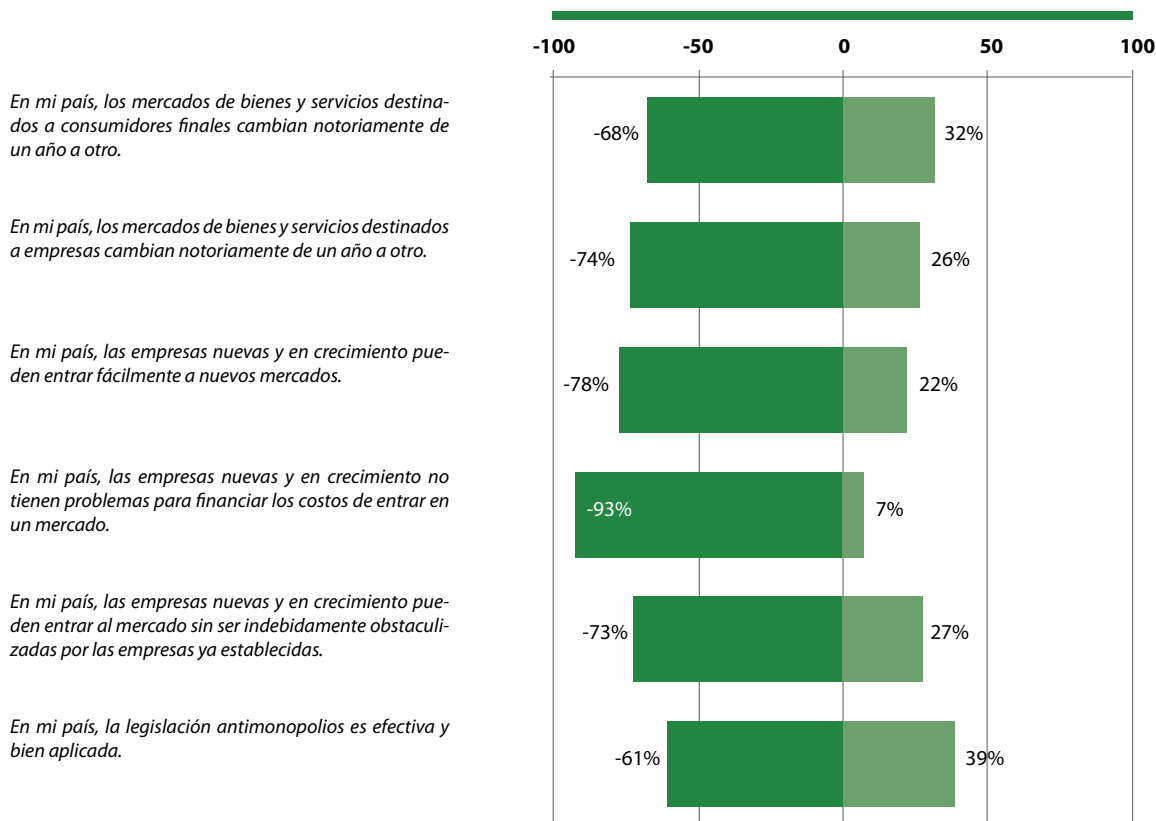
El indicador empeoró respecto al año anterior, resultado que se explica por un aspecto estructural, relativo a la aplicación de la legislación antimonopolio. Dicha variable desmejoró considerablemente su resultado, pues a juicio de los encuestados, se considera que ésta no es bien aplicada y por tanto, no es efectiva.

Los costos de entrada para una empresa pueden variar ampliamente dependiendo de la industria de la cual se trate. En Chile, a las barreras económicas que las empresas deben enfrentar se suman legislaciones poco eficientes y las trabas burocráticas que poseen un costo de oportunidad bastante elevado para las empresas entrantes.

El actual gobierno se encuentra encaminando acciones que mejoren los ámbitos señalados. Esta intención se ha convertido en un plan articulado, conformado por algunos ejes de interés. Uno de los ejes alude al tema de regulación, mediante un proyecto de ley que contemple modificaciones regulatorias para las etapas de creación, desarrollo y cierre de empresas. Otro eje es el fortalecimiento del financiamiento, a través de acceso a créditos, el cual se materializaría por medio de programas de subsidio para los costos de operación y aumento en los créditos de largo plazo, involucrando instituciones como BancoEstado, el Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios (Fogape). Para facilitar el acceso al mercado, otro eje de interés es perfeccionar el acceso al mercado propiamente tal, donde el Estado pretende sancionar las conductas anticompetitivas mediante regulaciones y fiscalizaciones más estrictas. Sin embargo, muchas de estas medidas deben ir de la mano con el fortalecimiento de las instituciones, como es el caso de la Fiscalía Nacional Económica, que cumple un rol clave en la protección de la competencia y cuya amplitud de facultades se encuentra actualmente en tramitación¹⁹. El eje que posee una mayor cantidad de acciones emprendidas es el de financiamiento, con grados de avances importantes en cada iniciativa. Sin embargo, algunas acciones como la línea de crédito de largo plazo de BancoEstado por 300 millones de dólares, el Aumento del Fondo para Subsidio (BAF) o el subsidio a la migración no se han traducido en un real aprovechamiento y utilización por parte de las empresas²⁰, lo que llevaría a pensar que hace falta aún un proceso de maduración, el cual podría ser apoyado por algún grado de difusión.

¹⁹ Seguimiento proyecto de Ley (Boletín N° 4234).

²⁰ Para ver acciones emprendidas por eje de acción, así como su grado de avance, puede revisar el sitio http://www.paraemprender.cl/prontus_paraemprender/site/artic/20071024/asocfile/20071024093250/avance_cchec_diciembre.pdf

FIGURA 38: EVALUACIÓN DE LA FACILIDAD PARA ACCEDER A NUEVOS MERCADOS Y CLIENTES

Fuente: Encuesta a Expertos 2007

7.8 PROTECCIÓN A LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Nivel: -0,70

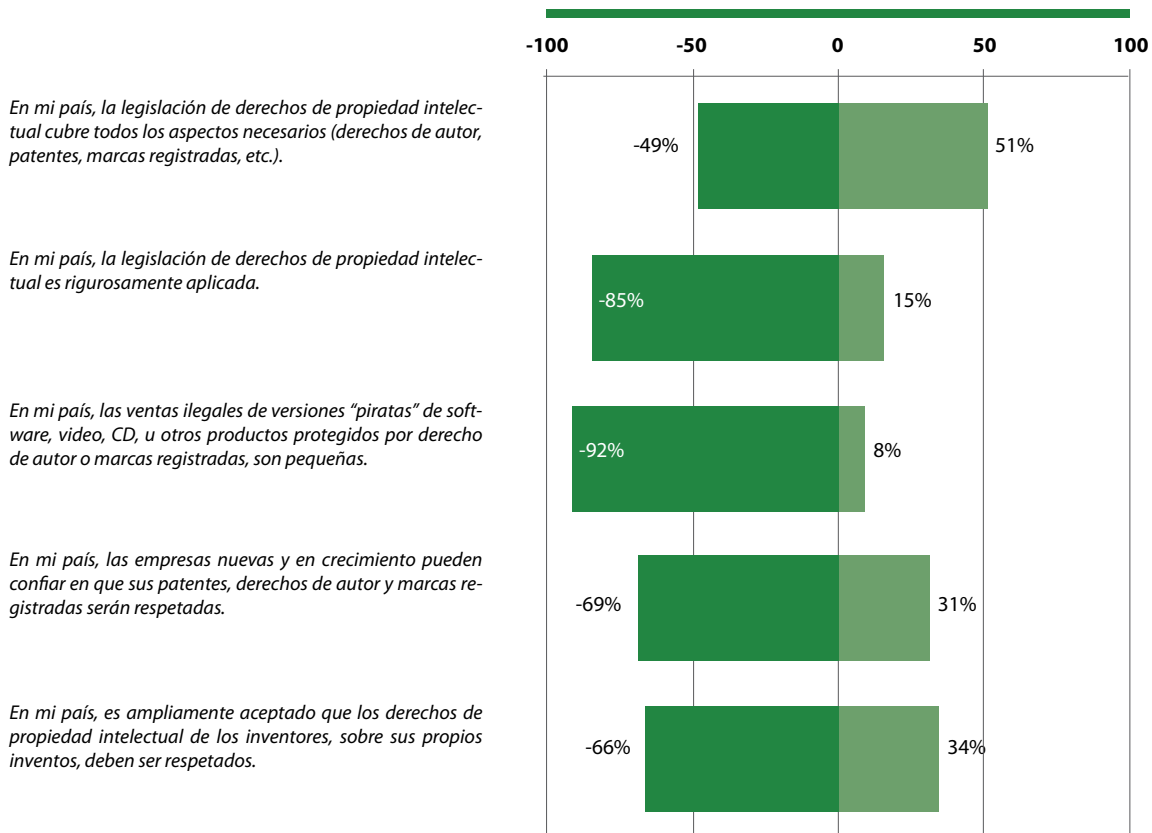
Motivo: Existe una percepción generalizada de que si bien hay un marco legal que protege la propiedad intelectual, éste no se aplica de forma adecuada. Adicionalmente existen prácticas reiterativas, como la “piratería” que no ayudan al desarrollo de negocios dentro de un marco legal o bien, se vinculan a emprendimientos por necesidad.

Este factor está relacionado directamente con el estímulo a la investigación y desarrollo de nuevos productos y servicios. Sin duda el respeto a la propiedad intelectual es un incentivo para que los emprendedores y potenciales emprendedores desarrollen ideas innovadoras. Sin embargo en nuestro país, existe un déficit en el otorgamiento de patentes²¹ que protejan dichas iniciativas; diversas prácticas incluso delictuales que atentan contra la propiedad intelectual y que afectan a muchos negocios.

²¹ El número de patentes otorgadas en el año 2005 (residentes y no residentes) fue de 637 (Ricyt)

En opinión de los expertos en nuestro país no se protegería debidamente la propiedad intelectual, dada las ventas ilegales de versiones “piratas” de software, video, CD, u otros productos protegidos por derecho de autor o marcas registradas. Los derechos de propiedad intelectual no serían aplicados, al mismo tiempo que no existe plena conciencia que los derechos de los inventores sobre sus productos sean plenamente respetados (ver **Figura 39**). Estas evaluaciones negativas pueden configurar parte de los desincentivos para la inversión de I+D sobre todo en las empresas nacientes y pequeñas.

FIGURA 39: PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

79 PROGRAMAS DE GOBIERNO

Nivel: -0,69

Motivo: La razón principal, a juicio de los expertos radica en que los programas de gobierno destinados a las empresas nuevas y en crecimiento, no parecen ser suficientes para cubrir la demanda existente. Se considera además que la baja efectividad de dichos programas, así como el escaso capital humano de las personas que trabajan en las agencias estatales, no representa un apoyo competente para las empresas nuevas y en crecimiento.

El indicador ha permanecido constante respecto al año 2006, no obstante, existe algún cambio en la composición de resultados. La percepción en cuanto a la ayuda que significan los parques tecnológicos y las incubadoras de negocios, ha mejorado en términos relativos respecto al año anterior (ver **Figura 40**).

Cada emprendedor puede eventualmente poseer una idea brillante, pero la cantidad de factores contrarios a la posibilidad de su creación, complican el proceso de concretar este concepto en una empresa bien cimentada. Por tal motivo, los programas para incentivar el emprendimiento son claves para la evolución económica del país porque detrás de cada idea hay futuro. Es necesario generar las condiciones de entorno, principalmente en lo que se refiere a la disponibilidad de financiamiento para respaldar la puesta en marcha de las empresas, así como también, la adquisición de conocimientos, tanto por parte de los empresarios y de los demás involucrados, de modo que permitan más fácilmente la entrada a mercados de proyectos innovadores y generadores de valor.

Las líneas de acción deseables para una mejora del entorno guardan relación con: facilitar acceso de potenciales emprendedores a financiamiento y soporte técnico, creación de redes de emprendimiento, ampliar la base social y de género de la que surgen empresarios dinámicos, difundir modelos de rol positivos, favorecer el proceso emprendedor en áreas locales, articular sistémicamente los esfuerzos de promoción del emprendimiento tanto público como privado, eliminar la burocracia estatal excesiva y aprovechar el poder transformador de los negocios intensivos en conocimientos. En Chile, la Red de Fomento está conformada por los siguientes programas, a cargo de distintos ministerios estatales:

TABLA 8: RELACIÓN DE MINISTERIOS Y PROGRAMAS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO

| <i>Ministerio De Economía</i> | <i>Ministerio De Relaciones Exteriores</i> | <i>Ministerio De Agricultura</i> |
|--|--|----------------------------------|
| <i>Sercotec</i> | <i>Prochile</i> | <i>Indap</i> |
| <i>Corfo</i> | | <i>Sag</i> |
| <i>Subsecretaría De Pesca</i> | | <i>Cnr</i> |
| <i>Ifop</i> | | <i>Fia</i> |
| <i>Cpl</i> | | <i>Conaf</i> |
| <i>Sernatur</i> | | <i>Inia</i> |
| <i>Ministerio De Planificación Y Cooperación</i> | <i>Ministerio De Trabajo</i> | <i>Otros</i> |
| <i>Fosis</i> | <i>Sence</i> | <i>Chilecalifica</i> |
| <i>Conadi</i> | | <i>Sernam</i> |
| | | <i>Prodemu</i> |
| | | <i>Conicyt</i> |
| | | <i>Banco Estado</i> |
| | | <i>Fosis Sence</i> |

Es muy importante saber cuál es la efectividad que tienen los programas existentes, cuánta gente fracasa, cuánta tiene éxito y qué nivel de recuperación tienen estos créditos y aportes que se otorgan a través de los múltiples programas de distintos ministerios y reparticiones.

FIGURA 40: EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO

En mi país, la ayuda gubernamental destinada a las empresas nuevas y en crecimiento puede ser obtenida, en gran parte, a través de una misma agencia de gobierno.

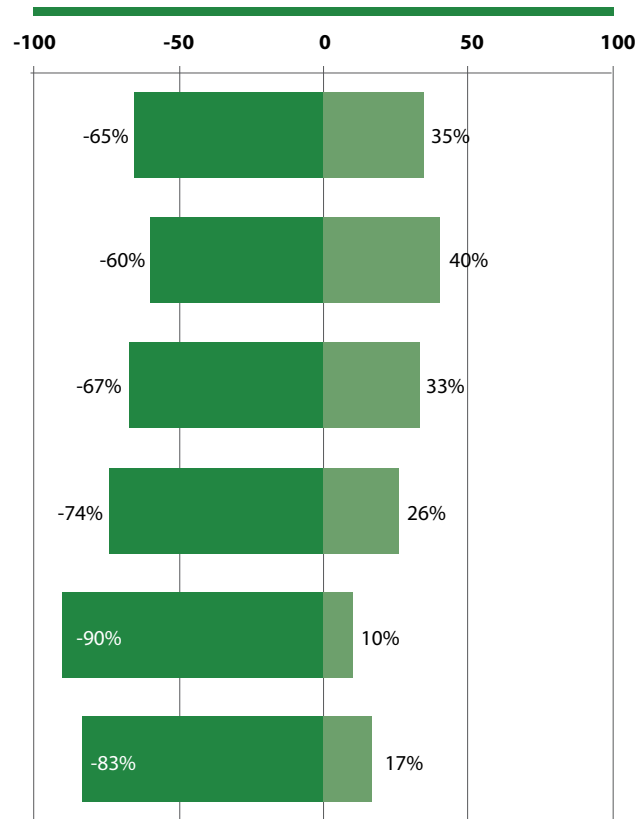
En mi país, los parques tecnológicos y las incubadoras de negocios entregan un apoyo eficaz a las empresas nuevas y en crecimiento.

En mi país, hay suficientes programas de gobierno destinados a las empresas nuevas y en crecimiento.

En mi país, las personas que trabajan para los organismos del gobierno son competentes y eficaces para dar apoyo a las empresas nuevas y las en crecimiento.

En mi país, casi todos los que necesitan ayuda de los programas de gobierno destinados a las empresas nuevas y en crecimiento obtienen lo que requieren.

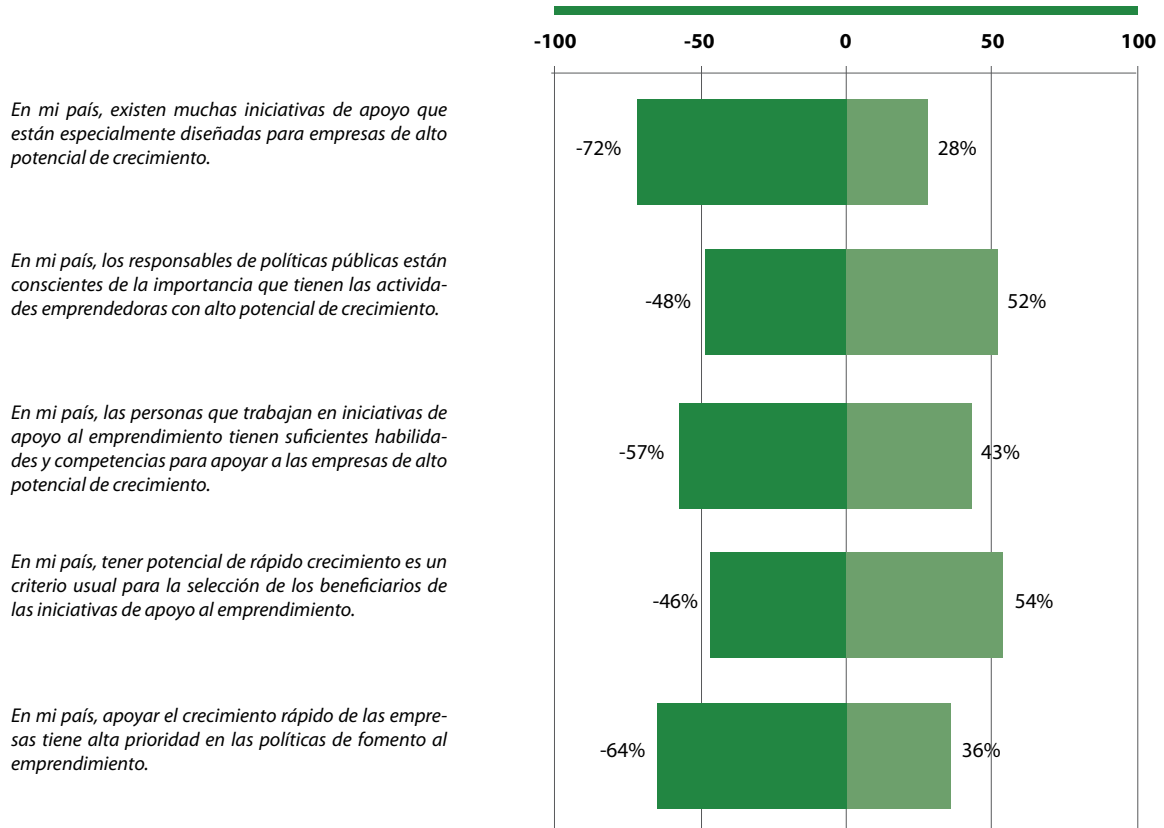
En mi país, los programas de gobierno que están dirigidos a empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

Existe la percepción por parte de los expertos, que las empresas llamadas de “alto potencial de crecimiento” tienen mayores oportunidades para obtener beneficios de los programas de apoyo al emprendimiento, al tiempo que existe conciencia de ello, por parte de las autoridades (ver **Figura 41**). Sin embargo, para que esto se materialice, debe existir previamente capacidad para distinguir este tipo de iniciativas, a partir de criterios objetivos, lo que exige de parte de los funcionarios de las agencias gubernamentales mayores capacidades, aspecto que no presenta una buena evaluación dentro de esta encuesta.

FIGURA 41: EVALUACIÓN DE LA PREOCUPACIÓN DEL GOBIERNO POR EL DESARROLLO DE EMPRESAS DE ALTO POTENCIAL DE CRECIMIENTO



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

7.10 INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

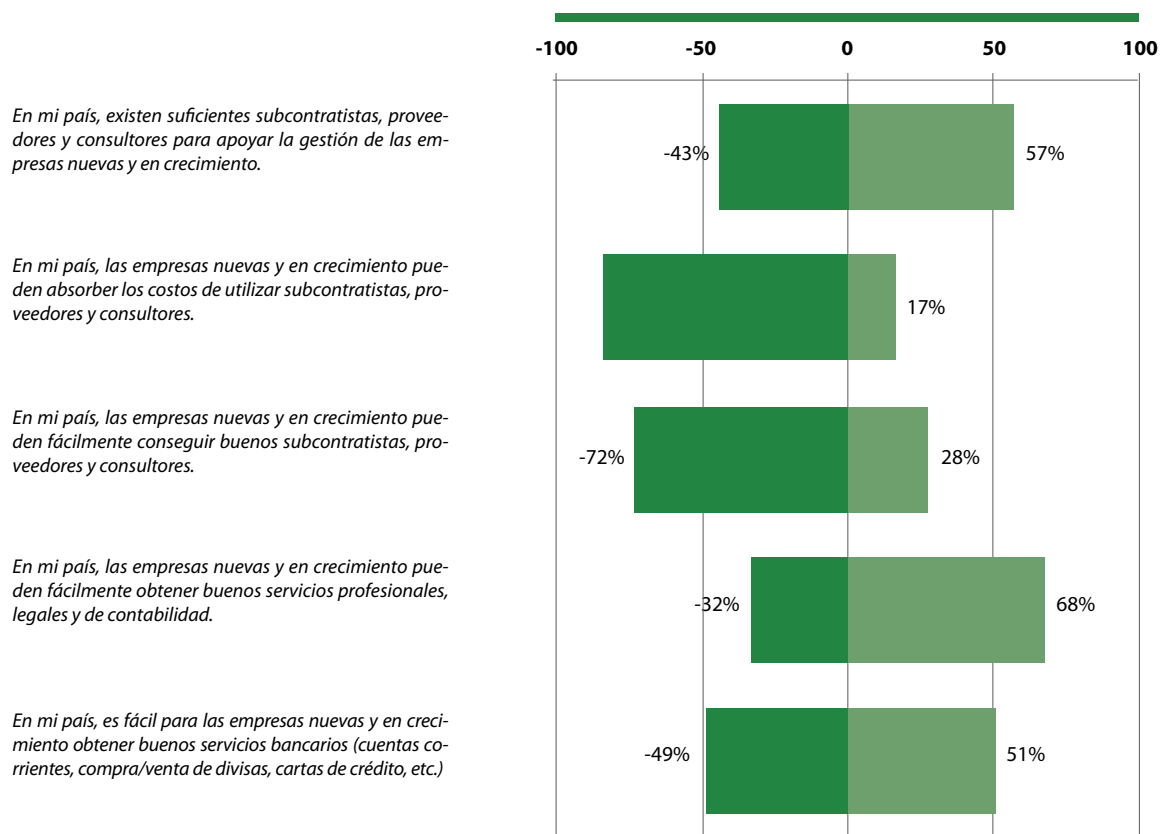
Nivel: -0,16

Motivo: Si bien se considera que en Chile las empresas nuevas y en crecimiento pueden conseguir fácilmente buenos servicios profesionales, legales y de contabilidad, el aspecto económico, sigue pesando en el sentido que las mismas empresas no podrían absorber fácilmente los costos de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores, siendo esta la variable que muestra un peor resultado y una de las razones que lo explican.

En esta oportunidad, todas las respuestas presentaron peores resultados que el año anterior. Uno de los mayores retrocesos, que explica en parte el empeoramiento del indicador, desde un rango positivo (0,1) a un negativo (-0,16), está relacionado con la facilidad para las empresas de conseguir fácilmente buenos subcontratistas, proveedores y consultores (ver **Figura 42**).

El desarrollo y evolución de las empresas de servicios en nuestro país, especialmente en cuanto a la calidad de servicios, ha sido percibida por muchos actores, a pesar de no encontrarse aún en estándares elevados. El fortalecimiento de la industria de servicios ha sido apoyada por algunas iniciativas organizadas, como por ejemplo, el Comité de Servicios de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), que incluye empresas de servicios en variadas industrias y tiene como objetivo el desarrollo y fortalecimiento de este sector en Chile, a través del trabajo asociativo y gremial de asociaciones empresariales. Aborda temas como el mejoramiento de la competitividad a través de la construcción y desarrollo de redes de información y cooperación que contribuyan a garantizar la eficiencia, efectividad y sustentabilidad de los servicios a lo largo de Chile. Además, se estimula la contratación de servicios entre las asociaciones vinculadas al Comité y las empresas bases de la CNC, generando oportunidades de negocios entre los socios²². A pesar de ello, la industria de servicios prácticamente no exporta; menos del 1% de las exportaciones de Chile a Estados Unidos corresponden a servicios en el año 2006, proporción que decrece si a ello se suma el resto del mundo²³. Esta última alternativa puede significar un reto y oportunidad no sólo para los que emprenden en este ámbito, sino también para colocar estándares internacionales a esta industria, lo que sin duda requerirá actividades complementarias, principalmente en relación a la capacitación.

FIGURA 42: EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

²² Actualmente el Portal de Servicios reúne a 10 asociaciones especializadas que suman a más de 800 empresas del sector.

²³ Un informe del Boston Consulting Group sobre innovación en Chile identificó la exportación de servicios técnico-profesionales internacionales -que incluyen desde el desarrollo de software, los servicios de ingeniería y arquitectura hasta los análisis financieros- como la mayor oportunidad para acelerar el crecimiento económico de Chile durante la próxima década.

ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

La experiencia y geografía chilena han demandado políticas específicas orientadas a la infraestructura lo que permite que hoy se goce de una posición privilegiada en la región.

Nivel: 0,94

Motivo: En general se aprecia que las empresas nuevas y en crecimiento pueden pagar los costos de servicios básicos, así como el acceso a las comunicaciones, tanto en términos económicos como en el tiempo que demora el proceso de instalación.

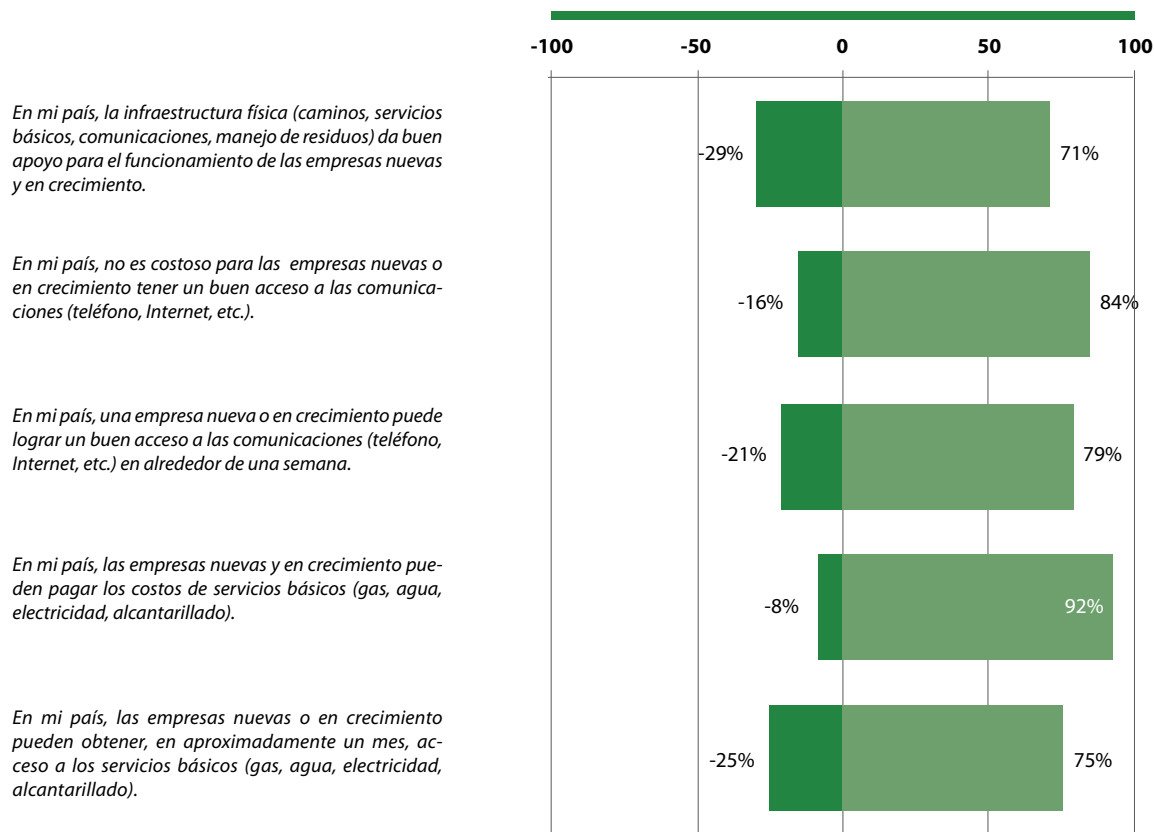
Este indicador ha venido decayendo en relación al año anterior y 2005. La percepción respecto a la infraestructura física, junto con el tiempo de instalación de servicios básicos explican en mayor medida esta contracción. Cabe señalar que, en este caso, las respuestas se vuelven menos positivas desde niveles bastante elevados, no significando en ningún caso una evaluación deficiente (ver **Figura 43**).

La infraestructura física en un país, así como la conectividad, tiene un doble propósito: por una parte, permite la producción y distribución de los bienes y servicios producidos en el país y por otra, permite una conexión dinámica del país al contexto mundial. La experiencia y geografía chilena han demandado políticas específicas orientadas a la infraestructura que tienen su raíz en la expansión del sector exportador y junto a otras razones de índole social y político permiten que hoy se goce de una posición privilegiada en la región.

Por otro lado, las redes de infraestructura en Chile no siguen necesariamente la estructura institucional, por tanto el alcance de las redes de conectividad se produce a una escala mayor, sobrepasando los límites administrativos. Dicha característica hace importante los procesos de gestión, al ser éstos capaces de soportar y conducir proyectos de gran envergadura que atraen al sector privado.

No obstante, en las zonas más aisladas del país, siguen existiendo demandas pendientes, las que actualmente enfrentan amplios debates multisectoriales, principalmente relacionados con aspectos ambientales, los cuales son necesarios sopesar y saber administrar ante la disyuntiva que plantea el progreso.

FIGURA 43: EVALUACIÓN DEL ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA PARA LOS NEGOCIOS



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

7.12 OPORTUNIDADES DEL EMPRENDEDOR

Aparte de los aspectos relativos al contexto emprendedor, se consultó a los expertos respecto a tópicos relacionados con las oportunidades para emprender que presenta el país, así como su percepción sobre la capacidad de las personas para aprovechar dichas oportunidades. Como se explicó en la sección anterior, la actividad emprendedora está impulsada por la percepción de oportunidades combinadas con las habilidades y las motivaciones para explotarlas. La oportunidad se refiere tanto a la existencia, como a la percepción de oportunidades de mercado disponibles. La capacidad se refiere a la motivación de los individuos para empezar nuevas empresas, y el grado de conocimientos, experiencia y habilidades requeridas para la iniciativa emprendedora.

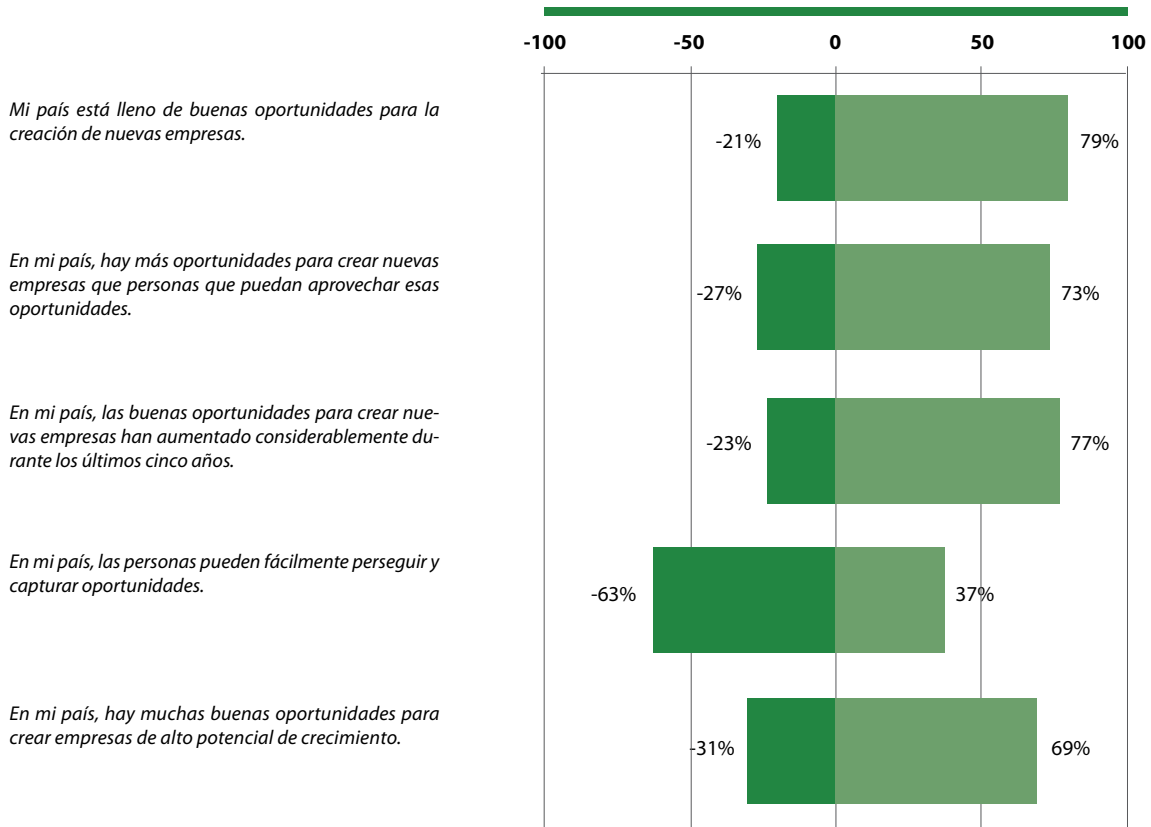
Según los expertos, Chile es un país con grandes oportunidades para el emprendimiento, que pueden ser empresas con alto potencial de crecimiento. Dicha situación ha ido en aumento a través de los años. Al mismo tiempo, existiría un espacio no aprovechado dentro de la dinámica empresarial pues existirían más oportunidades que personas disponibles para tomarlas.

El resultado menos optimista en este contexto se encuentra dado por las personas. A juicio de los entrevistados, a éstas no se les hace fácil perseguir y capturar oportunidades, situación que podría estar explicada por factores culturales, educativos y de financiamiento (Ver Figura 44).

Las preguntas que surgen entonces tienen relación con: ¿cómo preparar a las nuevas generaciones de profesionales para que aprovechen dichas oportunidades?, ¿cómo mejorar el entorno habilitador hacia el mayor desarrollo de emprendimiento? Sin duda existen elementos de orden psicológico y sociológico que pueden significar una barrera no menor y que por lo general se confinan a la formación general de los individuos y no se desarrollan formalmente en ninguna parte. El coraje, la intuición y la confianza en sí mismo determinan, además del conocimiento adquirido, la capacidad para reconocer oportunidades que otros han desperdiciado y actuar donde otros tienen duda.

En relación al año 2007, los patrones de respuesta siguen más o menos la misma distribución exhibida en el año 2006. Vale la pena mencionar que en ambos periodos, la variable que exhibe mayores cambios guarda relación con la participación de quienes se inclinan por la existencia de oportunidades con alto potencial de crecimiento en nuestro país.

FIGURA 44: OPORTUNIDADES DISPONIBLES



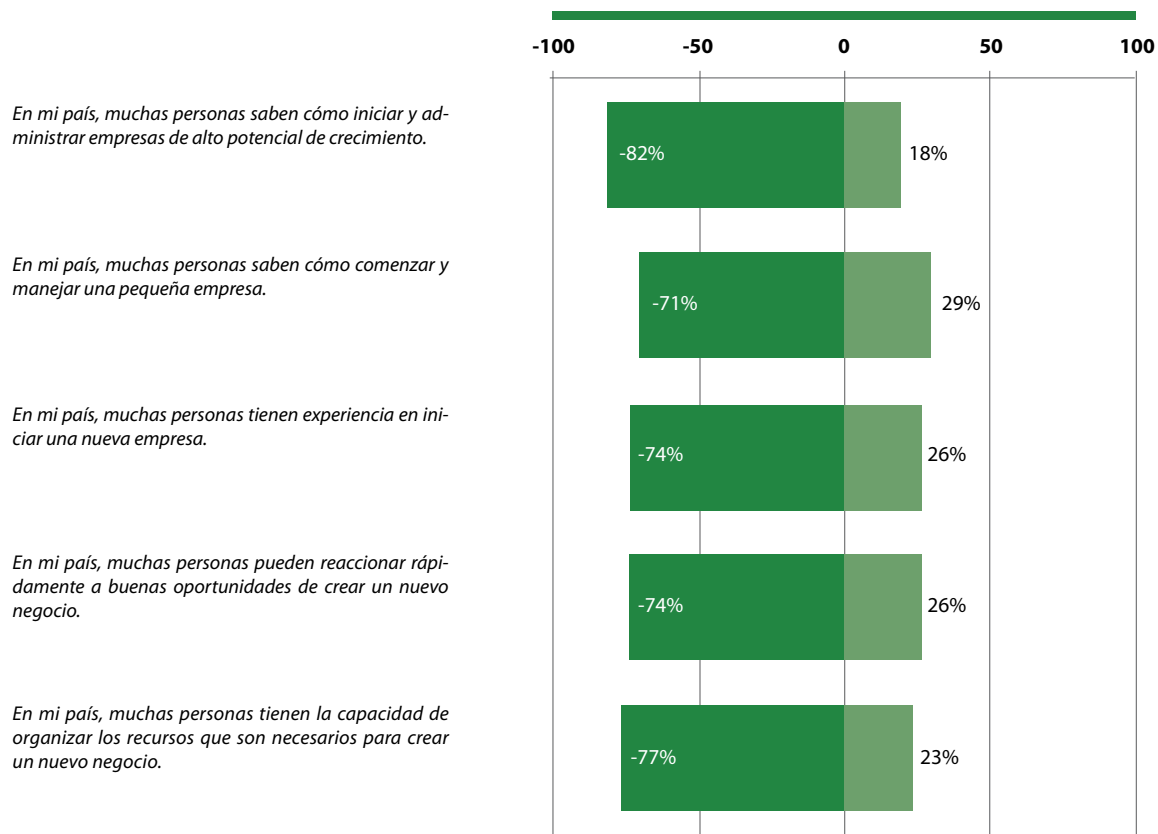
Fuente: Encuesta a Expertos 2007

7.3 CAPACIDAD DE FORMAR UNA NUEVA EMPRESA

Los resultados de la encuesta identifican la baja capacidad y conocimiento de las personas en general, para iniciar y administrar empresas de alto potencial de crecimiento. Se percibe una falta de capacidad de gestión que permita organizar adecuadamente los recursos que son necesarios para crear un negocio y falta de agudeza para identificar nuevas oportunidades de negocios.

En los últimos años, ha surgido un nuevo concepto que ha guiado la forma en que la sociedad se ha ido aproximando a las necesidades de emprendimiento, “el emprendizaje”. Se trata de aprender a emprender, acercándose a lo que podría ser un modelo pedagógico de educación y practicado en algunos países de la región. La propuesta se basa en el fomento de capacidades personales como es trabajar en equipos interdisciplinarios, el espíritu aventurero, la expresividad, la disciplina y el manejo de riesgos, entre otros. Algunas de estas características se asocian a características intrínsecas de las personas, sin embargo, éstas también son educables. En relación al año anterior, la tendencia permanece con evaluaciones negativas, como se ve en la **Figura 45**.

FIGURA 45: CAPACIDAD DE FORMAR UNA NUEVA EMPRESA



Fuente: Encuesta a Expertos 2007

8 [REFLEXIONES: EMPRENDER EN CHILE]

En la mayoría de los foros económicos, políticos o sociales sobre emprendimiento, se piensa u opina que el emprendimiento es una actividad importante para la competitividad y el crecimiento de los países, lo que la transforma en una gran fuente de movilidad social. Por lo tanto se puede hablar de la existencia de un cierto consenso en torno al emprendimiento y su capacidad generadora de bienestar. Sin embargo, aún es poco entendido cuáles son los mejores mecanismos para apoyar el emprendimiento en los diferentes países y hacerlo despegar.

El proyecto GEM ha estudiado la relación existente entre desarrollo económico de un país y su nivel de actividad emprendedora, siendo el único estudio de este tipo a nivel mundial, toda vez que involucra un gran número de países. A través de éste se busca comprender las diversas relaciones y variables que podrían entregar una respuesta a la interrogante aquí planteada, proporcionando elementos para comprender cómo opera la actividad emprendedora y qué tipo de acciones pueden apoyar su desarrollo. Este estudio es uno de los pocos esfuerzos para medir, describir y conceptualizar la actividad emprendedora a nivel internacional. Si bien, el estudio tiene limitaciones, sin duda proporciona una sólida base de datos para comparar y analizar diversos aspectos de la actividad emprendedora tanto en Chile, como en los otros países que participan de este proyecto.

Diversos países han hecho una apuesta importante por el emprendimiento. Chile tiene un gran potencial para generar competitividad y bienestar a través de la creación de nuevas empresas; la apuesta real por el emprendimiento es uno de los factores que permitirá dirigir al país por el camino correcto. Sin embargo, cabe diferenciar y poner énfasis en aquel tipo de emprendimiento con alto potencial de crecimiento, dinámico e innovador, que pueda dar solidez y continuidad a una estrategia de crecimiento de largo plazo.

A continuación se expondrán algunas reflexiones que proporcionan algunas direcciones que podrían ser útiles para el país, el cual en conjunto con su institucionalidad podría permitir un desarrollo empresarial de alto nivel.

1. El Reto: emprendimiento dinámico e innovador

El emprendimiento dinámico es un emprendimiento capaz de vender \$100 mil dólares el primer año y que tiene tasas de crecimiento entre 20% y 35% durante los primeros cuatro años de vida. Posee un alto grado de diferenciación aunando algún tipo de innovación en productos, procesos, modelo de negocios o mercado y voluntad de creación de riqueza y posibilidades ciertas de llegar a ser al menos una mediana empresa.

Cuando las empresas tienen éxito, son transitoriamente PYMES. Cabe señalar que en Chile se generan más de mil empresas con este potencial al año, pero la mayor parte de ellas fallece o dejan de crecer para transformarse en PYMES perpetuas. De acuerdo a estudio realizado con bases de datos de impuestos internos, entre los años 1996 y 2001 (Crespi, 2003) se generaron 70 mil nuevas empresas y sólo 13 de ellas llegaron a ser grandes en el mismo lapso de tiempo.

Si éstas pudieran mantener el régimen de crecimiento sostenido, podrían llegar a aportar entre medio punto a dos puntos de crecimiento a la economía cada año, además de aportar impuestos a la renta sobre el costo de cualquier programa de apoyo para ellas bien concebido - en la lógica de medidas como la depreciación acelerada- y generar empleos nuevos de mejor calidad que las empresas comunes.

Para que estas empresas surjan se requiere de un “ecosistema” o medio ambiente propicio con ingredientes diferentes de los que habitualmente se tienen presente dentro del apoyo o fomento empresarial. Los elementos más fuertes de este medio son el acceso a redes de contacto, que les proporcionen desde inteligencia de mercados o tecnológica, hasta acceso a mercados para asegurar su éxito comercial, pasando por los distintos tipos de inversionistas.

Recomendaciones para el apoyo y generación de emprendimiento dinámico:

(1) Mejorar las condiciones de entrada y salida de negocios, disminuyendo los costos y tiempos de creación de empresas y también los costos de salida. Hay una correlación entre economías con PIB altos y los menores tiempos empleados para crear negocios (Banco Mundial, 2007). Facilitar la salida es positivo, toda vez que permite el re emprendimiento; los emprendedores exitosos que crean empresas dinámicas aprenden de sus experiencias fallidas, en promedio 2 a 3 intentos previos antes del “suceso”. En Chile una quiebra puede tomar hasta cinco años con altos costos en términos comparativos, incluso dentro de América Latina.

(2) Mejorar el acceso a información para prevenir el fracaso. Esta práctica es común en países europeos, con excelentes resultados, como es el caso de Francia, en donde se tiene documentado los casos de éxito y fracaso, los cuales están accesibles al público.

(3) Generar un servicio de voluntarios que ayuden a reorganizar empresas y también a facilitar el cierre no doloso de éstas. Los mejores ejemplos de estas prácticas se encuentran en Inglaterra y Holanda.

(4) Potenciar a las empresas a nivel nacional, mejorando el acceso a redes de contacto y creando programas de apoyo a nivel nacional que se adapte a las diferentes realidades regionales por medio de la formación de cluster. Un programa de este tipo debería surgir desde un reenfoque del actual programa de incubadoras de INNOVA CORFO de acuerdo a los siguientes lineamientos:

(i) Realizar múltiples esfuerzos para aumentar las probabilidades de generar casos exitosos. Es necesario realizar una mayor atracción de los emprendedores hacia las herramientas de apoyo público, promoviendo un cambio de mentalidad, sobre todo de aquellos que se encuentran en regiones, conectando de una mejor manera, emprendedores astutos con personal técnico o científico.

(ii) Realizar acciones hacia el desarrollo de capacidades, en el sentido de articular y proveer de redes efectivas de contacto a los emprendedores nacientes o PYMES que deseen dar saltos de crecimiento.

(iii) Desarrollar capacidades para organizar y vincular a emprendedores y PYMES que posean proyección de escalamiento con inversionistas potenciales. Para esto último se requiere complementar iniciativas de servicios con incentivos al riesgo de los inversionistas.

(5) Desarrollar mecanismos para proporcionar capital social y redes a emprendimientos dinámicos y PYMES con potencial de escalar a través de la organización de un cuerpo de ejecutivos retirados. Chile es un país que está cambiando su pirámide de edad con una creciente jubilación de personas altamente calificada. En el país, no existe ni la historia, ni la cultura de voluntariado para mantener activa a estas personas que salen continuamente de aquellos roles importantes. Las personas mayores no sólo tienen experiencia y reputación, sino que también cuentan con recursos en forma de conocimiento, capital monetario, o social, que pueden aportar nuevas iniciativas en condiciones de riesgo controlado.

2. Cadena de financiamiento para el emprendimiento dinámico e innovador

El instrumental chileno de capital semilla, apoyo a redes de inversionistas y fondos de capital de riesgo está en línea y sintonía con esfuerzos e iniciativas semejantes a nivel global, sin embargo a los esfuerzos iniciales es necesario agregar una mayor complementariedad para multiplicar las opciones y resultados a los cuales se pueda llegar. En materia de capital semilla en la modalidad de fondos públicos no reembolsables, debería descentralizarse y otorgarse en esquemas de co-financiamiento en conjunto con los inversionistas ángeles. Los recursos tendrían que ser operados a través de agentes calificados que garanticen el “match” correspondiente con recursos privados y que puedan apalancar otras fuentes de apoyo financiero hacia emprendedores tales como financiamiento bancario, de compañías de seguros y modalidad de factoring.

Junto a las redes de inversionistas ángeles se debería impulsar fondos de capital para la co-inversión tipo “side card”, de modo que se diseminen esquemas diversos de agrupaciones, sindicatos y redes de inversores. La modalidad actual prevaleciente, de red con foros de matchmaking entre inversores individuales y emprendedores, pueden tener otras formas de organización, tamaños, alcances y escalas posibles.

Se puede explorar la generación de incentivos tributarios, tanto a la entrada como a la salida del mercado. Diversas son las experiencias que podrían enriquecer los esfuerzos en este campo, como por ejemplo, la realidad escocesa, belga y francesa. Los esquemas de garantías para proyectos nuevos con implicancia de inversionistas, también deberían ser explorados dada la buena experiencia tanto de CORFO, como de FOGAPE administrando garantías bancarias para pequeños negocios.

En general, la idea de cadena que ligue los aportes no reembolsables, la entrada de inversores y el financiamiento, en diferentes momentos, tendría que ser el siguiente paso de fortalecimiento de las iniciativas en la materia.

3. La internacionalización de emprendimientos

Muchas iniciativas se gestan en el origen de la empresa, pero el medio ambiente o ecosistema local no cuenta con los elementos para desarrollar plenamente esos negocios. Por ejemplo, esto ocurre con los proyectos como los de biotecnología, especialmente los de salud humana, que presentan lugares apropiados en determinadas partes del mundo como Boston o San Diego en EEUU. Lo que se requiere en estos casos es apoyar la construcción de plataformas que puedan explorar esas posibilidades, mediante alianzas o asociaciones con aceleradoras y fondos de inversión ubicados en los destinos más estratégicos para el escalamiento.

4. Emprendimiento de inmigración

En algunos sectores productivos, como por ejemplo, la energía, las capacidades para hacer que la iniciativa privada represente una fuente de solución es bastante débil, por tanto, el camino tradicional suele ser una combinación de subsidios y transferencia tecnológica. Estos enfoques deberían dar paso a una atracción de emprendimiento de inmigración, es decir emprendedores noveles que procedan de diferentes partes del mundo que traigan las tecnologías o innovaciones que transformen a nuestro país en campo de prueba y de enclave para emprendedores extranjeros imitando experiencias como la de Costa Rica en turismo de intereses especiales, plagado de inmigrantes que han dado liderazgo internacional a ese cluster.

Aún cuando hace falta más información para realizar proposiciones concluyentes, la permanencia en el tiempo de este proyecto ya está ayudando a hacer comparaciones, reflexiones y emitir juicios aproximados acerca del estado actual y futuro de la actividad emprendedora en Chile. Finalmente el estudio pretende guiar cualquier iniciativa pública que promueva el emprendimiento para dotar de solidez y continuidad el crecimiento del país.

9 [REFERENCIAS]

- Allen, I.E., N. Langowitz y M. Minniti (2007). Global Entrepreneurship Monitor, 2006 Report on Women and Entrepreneurship. Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Amorós, J.E. y O. Cristi (2008). "Entrepreneurship and competitiveness development: A longitudinal analysis of Latin American countries", International Entrepreneurship and Management Journal, forthcoming.
- Amorós, J.E. y G. Echeopar (2007). Global Entrepreneurship Monitor, Reporte Nacional de Chile 2006. Universidad Adolfo Ibáñez y Universidad del Desarrollo. Santiago, Chile.
- Amorós, J.E. y O. Pizarro (2007). Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2006-2007. Universidad del Desarrollo. Santiago. Chile.
- Amorós, J.E., P. Cortés, G. Echeopar y T. Flores (2006). Global Entrepreneurship Monitor, Reporte Nacional Chile 2005. Universidad Adolfo Ibáñez y Universidad del Desarrollo. Santiago, Chile.
- Arenius, P. y M. Minniti (2005). "Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship", Small Business Economics, 24: 233-247.
- Autio E. (2005). GEM Report on High-Expectation Entrepreneurship. London Business School, Mazars y Babson College. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Bosma, N, K. Jones, E. Autio y J. Levie (2008). Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report 2007. Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Bosma, N. y R. Harding (2007). Global Entrepreneurship Monitor, Executive Report 2006. Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Banco Mundial (2007). Doing Business 2008. Disponible en <http://espanol.doingbusiness.org/home.aspx>.
- Benavente, J.M. (2007). Presentación: Diagnóstico y Proyección de la Innovación Tecnológica en Chile. CEPAL-ILPES.
- Crespi, G. (2003). Pyme en Chile: Nace, Crece y...Muere. Fundes Internacional. Santiago, Chile.
- Dether, M. (2001). Cultura Emprendedora. Programa Permanente de Capacitación para Dirigentes. IDEB.

- Dether, M. (2002). Problema conocido, no es más problema. Disponible en <http://www.justoahora.com/nws/v15.htm#1>.
- Gibb, A.A. (1999). Creating an Entrepreneurial Culture in Support of SMEs, Small Enterprise Development. An International Journal, 10(4): 27-38.
- Kantis, H., S. Diaz y M. Pizarro (2008). Innovación y Emprendimiento: Comercialización de las innovaciones a través de la creación de nuevas empresas. ENDEVOR, Santiago, Chile.
- Klapper, L., R. Amit, M.F. Guillen y J.M. Quesada (2007). Entrepreneurship and Firm Formation Across Countries, World Bank Policy Research Working Paper WPS 4313, August.
- Maloney, W. y D. Lederman (2004). R&D and Development, Econometric Society 2004 Latin American Meetings 216, Econometric Society, revised.
- Minniti, M. y C. Nardone (2007). "Being in Someone Else's Shoes: the Role of Gender in Nascent Entrepreneurship", Small Business Economics, 28: 223-238.
- Minniti, M., I. E. Allen y N. Langowitz (2006). Global Entrepreneurship Monitor, 2005 Report on Women and Entrepreneurship. Babson College y London Business School. Babson Park, MA. y Londres, UK.
- Pulgar, R. (2006). Análisis de la evolución y perspectivas de la Banca de Desarrollo en Chile. Unidad de estudios de desarrollo. División de Desarrollo económico. CEPAL.
- Rasheed, H. (2000). Developing entrepreneurial potential in Youth: The effects of entrepreneurial education and venture creation. Proceeding of USADE.
- Reynolds, P.D., N.S Bosma, E. Autio, S. Hunt, S., N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-García, y N. Chin (2005). "Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003", Small Business Economics, 24(3): 205-231.
- Stevenson, H. (2000). Plenary address. "Why the entrepreneurship has won!". Coleman White Paper. USADE.
- Titelman, D. (2003), "La banca de desarrollo y el financiamiento productivo", Serie financiamiento del desarrollo N° 137, CEPAL, Santiago.
- Van Stel, A.J., D.J. Storey y A.R. Thurik (2007). "The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship", Small Business Economics, 28, pp.171-186.
- Wennekers, A.R.M., A.J. van Stel, A.R. Thurik y P.D. Reynolds (2005). "Nascent entrepreneurship and the level of economic development", Small Business Economics, 24(3): 293-309.
- Wennekers, A.R.M. (2006). "Entrepreneurship at country level; Economic and non-economic determinants". ERIM Ph.D. Series Research in Management, Erasmus University Rotterdam.
- World Economic Forum (2007) The Global Competitive Report 2006-2007. Disponible en <http://www.gcr.weforum.org>

10 [EQUIPOS GEM EN EL MUNDO]

| Equipo | Institución | Equipo Nacional | Auspiciadores | Encuestador (APS) |
|-----------|--|--|---|---|
| Argentina | Center for Entrepreneurship IAE Management and Business School Universidad Austral | Silvia Torres Carbonell Hector Rocha Valeria Romero | Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School Banco Rio | MORI Argentina |
| Austria | FH JOANNEUM, University of Applied Sciences University of Graz | Gerhard Apfelthaler Ursula Schneider Martin Neubauer Eva Maria Tusini Thomas Schmalzer | FH JOANNEUM GesmbH - University of Applied Sciences Wirtschaftskammer Österreich - Austrian Federal Economic Chamber Federal Ministry of Economics and Labour AWO - Außenwirtschaft Österreich - Austrian Foreign Trade Promotion Organization AWS - Austria Wirtschaftsservice Land Steiermark | OGM - Österreichische Gesellschaft für Marketing |
| Bélgica | Vlerick Leuven Gent Management School | Vlerick Leuven Gent Management School | Flemish Government (Steunpunt Ondernemerschap, Ondernemingen, en Innovatie) | TNS Dimarso |
| Brasil | IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade | Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Rodrigo G. M. Silvestre Carlos Artur Krüger Passos Júlio César Felix Marcos Mueller Schlemm | IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP, SESI, SENAI e IEL) MCT - Ministério da Ciência e Tecnologia | Instituto Bonilha |
| Chile | Universidad Adolfo Ibáñez Universidad del Desarrollo | Jorge Miguel Carrillo Germán Echeopar José Ernesto Amorós Massiel Guerra | Innova Corfo Santander Universidades Universidad Adolfo Ibáñez- Centro de Innovación y Emprendimiento- Universidad del Desarrollo | Benchmark |
| China | National Entrepreneurship Centre, Tsinghua University | Jian Gao Lan Qin Yuan Cheng Xibao Li Wei Zhang | Beijing Municipal Science & Technology Commission | SINOTRUST Marketing Research & Consulting Ltd. |
| Colombia | Universidad Javeriana Cali Universidad Icesi Universidad del Norte Universidad de los Andes | Jorge Jiménez Liyis Gómez Rodrigo Varela Juan Pablo Correales | Universidad Javeriana Cali Universidad Icesi Universidad del Norte Universidad de los Andes CONFENALCO VALLE SENA | Centro Nacional de Consultoría |

| <i>Equipo</i> | <i>Institución</i> | <i>Equipo Nacional</i> | <i>Auspiciadores</i> | <i>Encuestador (APS)</i> |
|-------------------------------|---|---|--|---|
| <i>Croacia</i> | <i>J.J. Strossmayer University in Osijek</i> | <i>Ivica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka</i> | <i>Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship CEPOR - SME Policy Centre, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics</i> | <i>Puls, d.o.o., Zagreb</i> |
| <i>Dinamarca</i> | <i>University of Southern Denmark</i> | <i>Thomas Schøtt Torben Bager Kim Klyver Hannes Ottosson Kent Wickstrøm</i> | <i>International Danish Entrepreneurship Academy (IDEA) National Agency for Enterprise and Construction</i> | <i>Institut for Konjunkturanalyse</i> |
| <i>Emiratos Árabes Unidos</i> | <i>Zayed University</i> | <i>Kenneth J Preiss Declan McCrohan Raed Daoudi</i> | <i>Mohammed Bin Rashid Establishment for Young Business Leaders</i> | <i>IPSOS-STAT (Emirates)</i> |
| <i>Eslovenia</i> | <i>Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor</i> | <i>Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik</i> | <i>Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Smart Com Finance - Slovenian Business Daily</i> | <i>RM PLUS</i> |
| <i>España</i> | <i>Instituto de Empresa</i> | <i>Ignacio de la Vega Alicia Coduras</i> | <i>Dirección Gral. Política PYMEs Instituto de Empresa</i> | <i>Instituto Opinòmetre S.L.</i> |
| <i>Estados Unidos</i> | <i>Babson College George Mason University Bodo Graduate School of Business</i> | <i>I.Elaine Allen William D. Bygrave Marcia Cole Zoltan Acs Erlend Bullvaag</i> | <i>Babson College</i> | <i>Opinion Research Corporation (ORC)</i> |
| <i>Finlandia</i> | <i>Turku School of Economics Imperial College, London</i> | <i>Anne Kovalainen Tommi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Stenholm Pia Arenius Erkko Autio</i> | <i>Ministry of Trade and Industry</i> | <i>TNS Gallup Oyç</i> |
| <i>Francia</i> | <i>EM LYON</i> | <i>Olivier Torres Danielle Rousson</i> | <i>Caisse des Depots</i> | <i>CSA</i> |
| <i>Grecia</i> | <i>Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)</i> | <i>Stavros Ioannides Takis Politis Aggelos Tsakanikas</i> | <i>Hellenic Bank Association</i> | <i>Datapower SA</i> |

| Equipo | Institución | Equipo Nacional | Auspiciadores | Encuestador (APS) |
|-----------|--|---|---|---|
| Holanda | ELM Business and Policy Research | Jolanda Hessels Sander Wennekers Kashifa Suddle André van Stel Niels Bosma Roy Thurik Ingrid Verheul | Dutch Ministry of Economic Affairs | Stratus marktonderzoek bv |
| Hong Kong | The Chinese University of Hong Kong Center for Entrepreneurship | Hugh Thomas Kevin Au Louis Leung Bernard Suen Sandy Yip Rosanna Lo | The Chinese University of Hong Kong The Asia-Pacific Institute of Business | The Chinese University of Hong Kong Center for Communication Research |
| Hungría | University of Pécs, Faculty of Business and Economics | László Szerb Zoltan J. Acs Attila Varga József Ulbert Siri Terjesen Krisztián Csapó Gábor Kerékgyártó | Ministry of Economy and Transport University of Pécs, Faculty of Business and Economics Ohio University (USA) | Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet |
| Islandia | RU Centre for Research on Innovation and Entrepreneurship (Reykjavik University) | Rögvaldur Sæmundsson Silja Björk Baldursdóttir | Reykjavik University, The Confederation of Icelandic Employers, New Business Venture Fund, Prime Minister's Office | Capacent Gallup |
| India | Pearl School of Business, Gurgaon | Ashutosh Bhupatkar I. M. Pandey Janakiraman Moorthy Gour Saha | Pearl School of Business, Gurgaon | Metric Consultancy |
| Irlanda | Dublin City University | Paula Fitzsimons Colm O'Gorman | Enterprise Ireland Forfás NDP Gender Equality Unit of the Department of Justice, Equality and Law Reform | IFF |
| Israel | The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev | Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner | The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev | The Brandman Institute |
| Italia | Bocconi University | Guido Corbetta Alexandra Dawson Anna Canato | Ernst & Young | Target Research |
| Japón | Keio University Musashi University Shobi University | Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi | Venture Enterprise Center | Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI) |

| Equipo | Institución | Equipo Nacional | Auspiciadores | Encuestador (APS) |
|----------------------|---|---|---|--------------------------------------|
| Kazajstán | Innovative University of Eurasia | Guzal Baimuldinova Vilen Elisseev Zauresh Omarova Natalya Smernitskaya Denis Valivach | USAID | BRiF Research Group |
| Letonia | The TeliaSonera Institute at Stockholm School of Economics in Riga | Olga Rastrigina Vyacheslav Dombrovsky Andrejs Jakobsons | TeliaSonera AB | Latvijas Fakti |
| Noruega | Bodoe Graduate School of Business | Lars Kolvereid Erlend Bullvaag Bjoern Willy Aamo Erik Pedersen | Ministry of Local Government and Regional Development Ministry of Trade and Industry Innovation Norway The Knowledge Fund, at Bodoe Knowledge Park Ltd. | TNS Gallup |
| Perú | Centro de Desarrollo Emprendedor, Universidad ESAN | Jaime Serida Nishimura Keiko Nakamatsu Yonamine Armando Borda Reyes Liliana Uehara Uehara Jessica Alzamora Ruiz | Universidad ESAN | SAMIMP Research |
| Portugal | Sociedade Portuguesa de Inovação, S.A. | Augusto Medina Douglas Thompson Sara Medina Anders Hyttel Miguel Taborda Inês Luis António Vieira | IAPMEI (Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação) FLAD (Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento) BES (Banco Espírito Santo) | GFK Metris |
| Puerto Rico | Entrepreneurship Development Program University of Puerto Rico School of Business Rio Piedras | Luis Rivera Oyola Joaquin Villamil Jacquelina Rodriguez Mont Juan M. Roman Bartolome Gamundi David Zayas Anibal Baez Enid Flores Maritza Espina Marcos Vidal Laura Gorbea Jorge L. Rodriguez | Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico Banco de Desarrollo Económico para Puerto Rico DISUR INTECO Pontífice Universidad Católica de Puerto Rico | El Día Directo Research Technologies |
| República Dominicana | Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM) | Guillermo van der Linde Maribel Justo Alina Bello José Rafael Pérez Tania Canaán | Grupo Vicini Independent Financial Center of the Americas Consejo Nacional de Competitividad Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana Cámara de Diputados de la República Dominicana | Gallup República Dominicana |

| Equipo | Institución | Equipo Nacional | Auspiciadores | Encuestador (APS) |
|-------------|--|--|---|---|
| Reino Unido | <p>London Business School</p> <p>Northern Ireland Unit: Small Business Research Centre, Kingston University</p> <p>Scotland Unit: Hunter Center for Entrepreneurship, University of Strathclyde</p> <p>Wales Unit: National Entrepreneurship Observatory for Wales Cardiff University, University of Glamorgan</p> | <p>Rebecca Harding</p> <p>Mark Hart</p> <p>Jonathan Levie</p> <p>David Brooksbank Dylan Jones-Evans</p> | <p>BERR Enterprise Directorate One North East North West Development Agency, Yorkshire Forward Advantage West Midlands East Midlands Development Agency South of England Development Agency South East Development Agency Doncaster District Council Barking and Dagenham District Council Invest NI Department of Enterprise, Trade and Investment (NI) Belfast City Council</p> <p>Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde Scottish Enterprise</p> <p>Wales European Funding Office Welsh Assembly Government</p> | IFF |
| Rumania | Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University | <p>Agnes Nagy Laszlo Szerb Lehel-Zoltan Györfy Matis Dumitru Stefan Pete Mircea Comsa Annamaria Benyovszki Tunde Petra Petru Mircea Solovastru, Mustatã Rãzvan Nagy Zsuzsãna-Ágnes</p> | <p>Ministry of Education and Research, National Program Management Center(CEEX) Új Kézfogás Közalapítvány/ Foundation Pro Oeconomica Association Babes-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration Metro Media Transilvania</p> | Metro Media Transilvania |
| Rusia | <p>Saint Petersburg Team Graduate School of Management, Saint Petersburg</p> <p>Moscow Team State University - Higher School of Economics, Moscow</p> | <p>Olga Verhovskaya Vassily Dermanov Valery Katkalo Maria Dorokhina</p> <p>Alexander Chepurenko Olga Obratsova Tatiana Alimova Maria Gabelko</p> | <p>Graduate School of Management at Saint Petersburg State University</p> <p>State University - Higher School of Economics</p> | <p>O+K Marketing & Consulting Levada-Center</p> |

| Equipo | Institución | Equipo Nacional | Auspiciadores | Encuestador (APS) |
|------------------------------|--|--|---|---|
| Serbia | The Faculty of Economics Subotica | Dusan Bobera Bozidar Lekovic Stevan Vasiljev Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Maric | Executive Council of Vojvodina Province - Department for Privatization, Entrepreneurship and Small and Medium Enterprises, NoviSad Chamber of Commerce of Serbia, Belgrade Chamber of Commerce of Vojvodina, Novi Sad | Marketing Agency "Drdrazen" d.o.o. Subotica |
| Suecia | ESBRI - Entrepreneurship and Small Business Research Institute | Magnus Aronsson Mikael Samuelsson | Confederation of Swedish Enterprise (Svenskt Näringsliv) NUTEK - Swedish Agency for Economic and Regional Growth VINNOVA - Swedish Governmental Agency for Innovation Systems | SKOP |
| Suiza | University of St. Gallen IMD EPFL | Thierry Volery Heiko Bergmann Benoit Leleux Georges Haour Marc Gruber | CTI / KTI Seco | gfs.bern |
| Tailandia | College of Management, Mahidol University | Thanaphol Virasa Kelvin Willoughby Tang Zhi Min | Office of Small and Medium Enterprises Promotion College of Management, Mahidol University | Taylor Nelson Sofres (Thailand) Ltd. |
| Turquía | Yeditepe University | Nilüfer Erican Esra Karadeniz | Endeavor, Turkey Country Office Akbank | Akademetre Research & Strategic Planning |
| Uruguay | IEEM Business School - Universidad de Montevideo | Jorge Pablo Regent Vitale Leonardo Veiga Adrián Edelman Cecilia Gomeza | IEEM Business School - Universidad de Montevideo | Mori, Uruguay |
| Venezuela | IESA - Centro de Emprendedores | Federico Fernandez Dupouy Rebeca Vidal Aramis Rodriguez | Mercantil Servicios Financieros Fundacion Iesa Petrobras Energía Venezuela | Datanalisis |
| GEM Global Coordination Team | London Business School Babson College Utrecht University Imperial College | Michael Hay Mark Quill Chris Aylett Jackline Odoch Mick Hancock William D. Bygrave Maria Minniti Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Erkko Autio | London Business School Babson College | N/A |

[SOBRE 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, Universidad Ramón Llull, Barcelona, España. Se desempeña como profesor de entrepreneurship e investigador en el Centro para el Emprendimiento y la Innovación de la Universidad del Desarrollo.

Massiel Guerra

Ingeniero Comercial, Universidad de Chile. Actualmente en proceso de titulación del programa de Magister en Políticas Públicas, Universidad de Chile-Universidad de Chicago. Se ha desempeñado como coordinadora en el Centro de Investigación de Empresas y Negocios (CIEN) de la Universidad del Desarrollo y docente de la Facultad de Economía y Negocios de dicha casa de estudios.

Jorge Miguel Carrillo

Ingeniero Industrial y de Sistemas y MBA, Tecnológico de Monterrey, México. Doctor en Estrategia por la John Molson School of Business, Concordia University, Montreal Canadá. Se desempeña como Director de la Adolfo Ibáñez School of Management en Miami Florida, así como Profesor de Estrategia y Emprendimiento, afiliado a la Potenciadora de Negocios Octantis.

12 [COORDINACIÓN DEL GEM CHILE]

El proyecto GEM Chile 2007 ha sido desarrollado en conjunto por los centros de emprendimiento de la Universidad Adolfo Ibáñez y la Universidad del Desarrollo.

Centro de Innovación y Emprendimiento Universidad Adolfo Ibáñez

www.uai.cl

Contacto: Michelle Ballesteros,
Coordinadora de Emprendimiento

michelle.ballesteros@uai.cl

Tel: (562) 675 4562

Centro para el Emprendimiento y la Innovación de la Universidad del Desarrollo

www.udd.cl/fen

Contacto: Patricio Cortés

Director Ejecutivo CEI

pcortes@udd.cl

Tel: (562) 299-9276

13 [COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES]

Los equipos regionales que colaboraron en el desarrollo del GEM Chile en el periodo 2007

| | | <i>Equipo</i> | <i>Auspicio</i> |
|---|---------------------------|--|--|
|  Universidad Católica del Norte | <i>Región Antofagasta</i> | <i>Gianni Romaní Chocce Miguel Atienza Úbeda</i> | <i>Corporación para el Desarrollo Productivo (CDP) Centro de Emprendimiento y de la Pyme -Universidad Católica del Norte-</i> |
|  Universidad Técnica Federico Santa María <small>Departamento de Industrias</small> | <i>Región Valparaíso</i> | <i>Cristóbal Fernández Juan Tapia Jorge Cea</i> | <i>Departamento de Industrias, Economía y Negocios</i> |
|  Universidad del Desarrollo | <i>Región del Bío-Bío</i> | <i>Olga Pizarro Stiepovic José Ernesto Amorós</i> | <i>Facultad de Economía y Negocios</i> |
|  Universidad Austral de Chile Regional <small>Conocimiento y Naturaleza</small> | <i>Región de los Ríos</i> | <i>Ester Fecci Christian Felzensztein Pablo Díaz Madariaga</i> | <i>Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas</i> |

14 [AUSPICIADORES]



InnovaChile de CORFO es una de las principales agencias públicas a cargo de impulsar la innovación en todo tipo de empresas, tanto consolidadas como nuevas (emprendimientos). Asimismo, cuenta con importantes líneas de apoyo dirigidas a centros de investigación. Hoy su trabajo se desarrolla en el marco de la política de innovación impulsada por la Presidenta Michelle Bachelet, y propuesta por el Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CNIC).

Por una parte, Innova Chile apoya directamente la innovación, entregando subsidios para proyectos innovadores en diferentes etapas, desde estudios de preinversión o fondos de capital semilla hasta la introducción al mercado, pasando por misiones tecnológicas, consultorías especializadas y otros. Adicionalmente genera condiciones para innovar, apoyando proyectos orientados a mejorar las condiciones para innovar que ofrece el entorno en algún determinado ámbito, sector productivo o región. También promueve la innovación en sectores con potencial, por ello cuenta con equipos de trabajo especializados en: Biotecnología, Energía y Medioambiente; TIC; Industria Alimentaria; Minería e Infraestructura; y Turismo de Intereses Especiales.

Desde su creación, en el año 2005, InnovaChile de CORFO ha apoyado 2.157 proyectos de innovación, lo que implicó que alrededor de 5.600 empresas, emprendedores y centros de investigación, y 12.000 pequeñas y medianas empresas de forma indirecta, desarrollaran importantes iniciativas que les han permitido mejorar sus estrategias competitivas.

InnovaChile de CORFO, 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 acercarnos cada vez más al anhelado desarrollo. *Más información en www.corfo.cl*



El Centro de Emprendimiento de la Universidad Adolfo Ibáñez inició sus actividades en julio de 2002, como parte del área de investigación de la Escuela de Negocios. En el 2003 tomó el nombre de Centro de Entrepreneurship Grupo Santander en virtud de un convenio firmado con el Banco Santander Santiago para auspiciar las actividades del centro. A partir del 2008 se transforma en el Centro de Innovación y Emprendimiento con la finalidad de investigar, educar e impulsar el desarrollo de la innovación y emprendimiento dentro de la universidad, las empresas y la sociedad en general, con el propósito de ayudar a incrementar la competitividad global y la rentabilidad de las estructuras competitivas en Latino América.

Su visión es ser el foco referente de conocimiento de avanzada y experiencia empresarial y académica de América Latina en torno a la disciplina de la Innovación y el Emprendimiento, estableciendo condiciones hacia la creación de oportunidades de nuevos negocios para sectores productivos de la región.

El Centro cumple esta misión a través de cuatro líneas de acción: formación en gestión de innovación y emprendimiento, creación de nuevas empresas, investigación, y difusión; lo que finalmente contribuye a la creación continua de capacidades empresariales en la generación de negocios de mayor valor agregado y con ventajas competitivas de alta sustentabilidad en el tiempo.



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 es que en 2001 suscribió un convenio con Babson College, universidad número uno en la enseñanza del espíritu emprendedor, lo que ha permitido que hoy todas las carreras que imparte esta casa de estudios reciban cursos formales de esta materia.

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

En el año 2007 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.



El Grupo Santander se ubica entre los 10 principales bancos del mundo, cuenta con 60 millones de clientes, 10.000 oficinas y presencia en más de 40 países. En Chile, Banco Santander es el mayor banco de Chile. Cuenta con 1.8 millones de clientes, 7.500 empleados a través de una red de 341 oficinas y 1.027 cajeros automáticos. Tiene una posición de liderazgo en el

país con US\$ 18.637 millones en activos y US\$ 12.796 millones en colocaciones.

La relación del Grupo Santander con las instituciones universitarias se desarrolla a través de Santander Universidades y se basa en cinco pilares fundamentales:

- Convenios integrales de colaboración.
- Universia.
- Desarrollos tecnológicos y emprendimiento.
- Biblioteca Miguel de Cervantes.
- Servicios financieros especializados.

Santander Universidades lleva diez años colaborando con instituciones de educación superior de España, Portugal y América, con el convencimiento de contribuir a que nuestras sociedades cuenten con universidades de calidad y con esto ayudar a garantizar el bienestar, la estabilidad institucional y el progreso social, económico y cultural.



[www.gemchile.cl]

