



**Global  
Entrepreneurship  
Monitor**



## **Aspiraciones del los Emprendedores en Chile y el Mundo 2012**

José Ernesto Amorós  
Carlos Poblete Cazenave



**Universidad del Desarrollo**







# **Global Entrepreneurship Monitor**

**Aspiraciones del los Emprendedores  
en Chile y el Mundo 2012**

**José Ernesto Amorós  
Carlos Poblete Cazenave**

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Aspiraciones de los Emprendedores en Chile y el Mundo 2012

© Universidad del Desarrollo, 2013.

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

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

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

Diseño de portada: Isidora Ignacia Sepúlveda, Ainara Fuentes  
Fotografías cortesía de Chile Travel y [wall-gallery.blogspot.com](http://wall-gallery.blogspot.com)

# ÍNDICE

PRESENTACIÓN .....	4
¿CÓMO SON LAS ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES CHILENO? .....	5
1. INTRODUCCIÓN .....	7
1.1 ACERCA DEL GEM .....	7
1.2 CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO EN EL GEM .....	8
1.3 EL MODELO DEL GEM .....	10
EL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO .....	11
EMPRENDIMIENTO: ACTITUDES, ACTIVIDADES Y ASPIRACIONES. ....	12
1.4 LA METODOLOGÍA DEL GEM .....	13
1.5 SOBRE ESTE REPORTE .....	14
2. ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES .....	15
2.1 EXPECTATIVAS DE ALTO CRECIMIENTO .....	15
2.2 COMPETITIVIDAD .....	19
3. CONCLUSIONES .....	23
4. REFERENCIAS .....	24
5. ANEXO: DEFINICIONES DE LAS PRINCIPALES VARIABLES .....	26
6. FICHA METODOLÓGICA .....	26
ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA .....	26
7. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE .....	27
7.1 EQUIPO GEM CHILE .....	27
8. COLABORADORES .....	28
9. PATROCINADORES .....	29

## PRESENTACIÓN

El emprendimiento y la innovación más allá haberse instaurado en muchos ámbitos del quehacer económico y social en Chile, se han transformado en pilares fundamentales de diversos programas públicos y privados. El año 2013 ha sido declarado el “Año de la Innovación” y el año 2012 fue el “Año del Emprendimiento”. Para quienes hemos trabajado, estudiando y analizando el fenómeno del emprendimiento en Chile, nos alegramos del gran desarrollo del emprendimiento y la innovación, sin duda histórico para el país. En este contexto el proyecto GEM ha sido un aporte relevante para entender el ecosistema emprendedor e innovador en Chile.

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

Para los datos del ciclo 2012 hemos introducido una innovación. Estamos celebrando 10 años de mediciones del GEM en Chile, lo que está sintetizado en la edición de un libro conmemorativo. El tradicional Reporte Nacional está fraccionado en cuatro reportes que contienen los indicadores de la dinámica emprendedora y el contexto para emprender en Chile. En este tercer reporte se da cuenta de los datos relacionados con las aspiraciones de los emprendedores.

Queremos agradecer a las universidades e instituciones asociadas a nivel regional, Universidad de Tarapacá, Corporación Privada para el Desarrollo de la Universidad Arturo Prat, Corporación para la Competitividad e Innovación Región de Atacama, Universidad Católica del Norte (sede Antofagasta y Coquimbo), Universidad Técnica Federico Santa María, Corporación de Desarrollo Pro O’Higgins, Universidad Católica del Maule, Universidad Católica de la Santísima Concepción, Universidad del Desarrollo (sede Concepción) y Universidad de la Frontera, así como a sus coordinadores e investigadores, y a sus diferentes auspiciadores. Agradecemos el invaluable tiempo y ayuda de todas las personas que respondieron la encuesta sobre las condiciones nacionales y regionales para el emprendimiento. Asimismo, nuestro más sincero agradecimiento a las más de 7000 mujeres y hombres encuestados anónimos que son un pilar fundamental de esta investigación. Con su ayuda desinteresada podemos tener más y mejor información sobre las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras.

Finalmente en el Año de la Innovación como equipo GEM Chile queremos dedicar este reporte a las emprendedoras y emprendedores que sin duda están haciendo de Chile un mejor lugar para vivir.

**José Ernesto Amorós, PhD**  
**Coordinador GEM Chile.**

# ¿CÓMO SON LAS ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES CHILENOS?

Principales características de las aspiraciones de los emprendedores en Chile:

## Emprendedores en etapas iniciales con altas perspectivas de generación de empleo.

Se estima que el 2,11% de la población adulta (18-64 años) tiene un emprendimiento en etapa temprana que quiere generar 20 o más empleos en los próximos cinco años.

## Novedad de los Productos o Servicios Ofrecidos

El 50% de los emprendedores en etapas iniciales y el 46 % de los emprendedores establecidos considera que su negocio ofrece productos o servicios que son novedosos para sus clientes.

## Intensidad de la Competencia Esperada

El 37 % de los emprendedores en etapas iniciales y 55% de los emprendedores establecidos consideran que muchos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios.

## Uso de Nuevas Tecnologías o Nuevos Procesos

Solo el 15,3% de los emprendedores en etapas iniciales y 5,5 % de los emprendedores establecidos declara que usa muy nuevas tecnologías (o nuevos procesos) en sus negocios.

## Expectativa de Expansión de Mercado

El 61% de los emprendedores en etapas iniciales y 60% los emprendedores establecidos señala que tendrá una moderada expansión de mercado.

## Actividad Emprendedora y Orientación Internacional

El 58 % de los emprendedores en etapas iniciales y 54,2% de los emprendedores establecidos manifiestan que entre el 1 y 25% de sus clientes provienen del extranjero, lo cual indica un crecimiento en la orientación internacional del emprendimiento.



# 1. INTRODUCCIÓN

En el año 2002 se realizó la primera medición de la dinámica emprendedora en Chile usando la metodología del Global Entrepreneurship Monitor, GEM. Con los indicadores del ciclo 2012 se cumple una década del proyecto GEM Chile. En estos 10 años se ha analizado la transversalidad del emprendimiento a través de la generación de diversos indicadores que incluyen desde el inicio de nuevos negocios, hasta temas especiales como el emprendimiento social, educación para el emprendimiento o la actividad emprendedora de los empleados. Adicionalmente, hemos puesto énfasis en el tema de mujeres emprendedoras y a partir del año 2007 también hemos analizado la actividad emprendedora regional. Con esta década de trayectoria, el GEM Chile se ha consolidado como un proyecto sin duda relevante para entender la dinámica emprendedora del país. A continuación se explica de manera general que es el proyecto GEM y su metodología.

## 1.1 Acerca del GEM

El proyecto GEM ha contribuido a entender la compleja relación entre emprendimiento y desarrollo. Desde los inicios del proyecto en el año 1997, donde se estudiaron 10 países, el GEM ha procurado subsanar la carencia de datos por medio de la recolección de información relevante sobre la dinámica emprendedora. Dado el crecimiento del proyecto, en el año 2004 se conformó la *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA) para servir como órgano de supervisión del GEM. GERA es una organización sin fines de lucro regida por representantes de los equipos nacionales, las dos instituciones fundadoras, Babson College y la London Business School, así como por miembros de las instituciones patrocinadoras del proyecto.

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

- Descubrir y medir los factores que impactan el nivel de la actividad emprendedora entre las economías.
- Ayudar a identificar las políticas que incentivan niveles adecuados de actividad emprendedora.
- Aumentar la influencia de la educación en el apoyo a la iniciativa emprendedora.

Específicamente, el proyecto GEM se focaliza en tres objetivos fundamentales:

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

El GEM explora el rol de la actividad emprendedora en la economía, poniendo especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, el modelo del GEM reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de las naciones, así como las diferencias en el papel y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas. Con ello, el GEM se basa en tres premisas: la primera es que el emprendimiento es importante para el desarrollo, ya que la prosperidad económica y social depende en buena parte de la dinámica emprendedora. Evidentemente las economías son heterogéneas. En algunas prevalece un mayor nivel de emprendimiento “por necesidad” (que puede ser una respuesta al desempleo), mientras que en las economías más desarrolladas prevalece el concepto de oportunidad de negocio vinculada a la innovación. Una segunda premisa es que son los individuos quienes a través de su motivación y capacidad inician los nuevos negocios y éstos pueden ser reforzados por la percepción social positiva sobre el espíritu emprendedor. Así el GEM pone énfasis en el concepto de explotación de oportunidades (Shane y Venkataraman, 2000) donde son justamente los individuos los que llevan a cabo la

## CAPÍTULO 2

actividad emprendedora. Los beneficios del emprendimiento son relevantes, porque involucran la participación de todos los grupos de la sociedad, incluidas las mujeres, diferentes grupos etarios y con diferentes niveles de educación, y las minorías desfavorecidas. Por último, una tercer premisa es que la generación de nuevas empresas es un elemento clave para la creación de nuevos empleos y a su vez una parte importante de la competitividad nacional depende de las iniciativas emprendedoras innovadoras.

### **1.2 Concepto de Emprendimiento en el GEM**

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

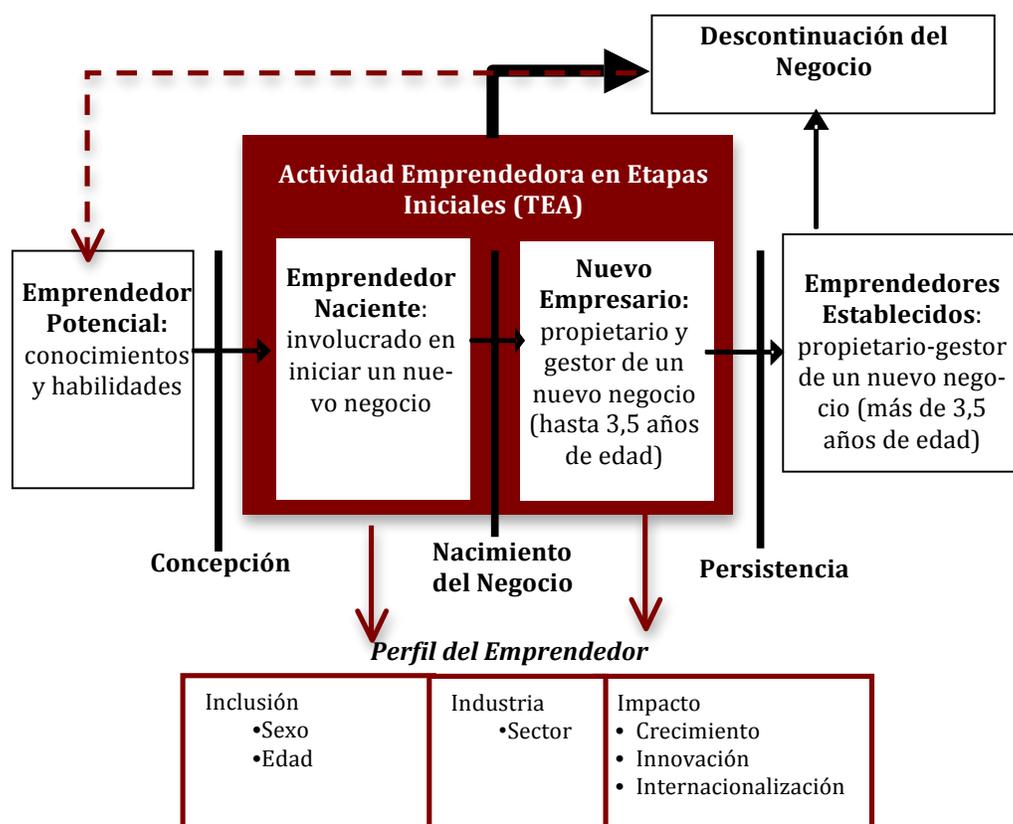
Otro principio rector de la investigación del GEM es que el emprendimiento es un proceso. Por lo tanto, el GEM compara más allá de actitudes y aspiraciones emprendedoras de aquellos que están o no comprometidos con emprender. También analiza actitudes, actividades y aspiraciones en diferentes fases del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

los nuevos negocios que pueden ser identificados como aquellos que han comenzado operaciones, hasta la fase del negocio establecido y posiblemente la discontinuación del negocio.

Un emprendedor que ha tenido éxito en crear y mantener un negocio ha pasado por todo el proceso. Los procesos emprendedores comienzan antes de que el negocio sea 100% operativo. Alguien que recién comienza un emprendimiento y trata de sobrevivir en un mercado muy competitivo es un emprendedor, a pesar de no tener aspiraciones de gran crecimiento. Por otra parte, una persona que ha estado envuelto en negocios por un número significativo de años y es innovador, competitivo y tiene una mentalidad orientada al crecimiento, sigue siendo un emprendedor. Asimismo el proceso natural de discontinuación del negocio es parte del ciclo de esta dinámica. Incluso muchos emprendedores una vez cerrados algunos de sus proyectos continúan con otros casi de forma inmediata (Bosma y Levie 2010; Hessels y otros 2010). El GEM suministra un paraguas bajo el cual una variedad de características emprendedoras, tales como motivación, innovación, competitividad y aspiraciones de alto crecimiento, pueden ser estudiadas sistemática y rigurosamente.

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

FIGURA 1-1: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM



Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribuciones por más de tres meses a cualquier persona, incluyendo los dueños, es considerado el “momento del nacimiento” de un negocio. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios depende de la antigüedad de la nueva empresa. Los que han pagado salarios o sueldos por más de tres meses y menos de 42 meses pueden ser considerados nuevos empresarios. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La suma de los emprendimientos nacientes y la de los dueños de nuevos negocios es lo que el GEM denomina Actividad Emprendedora de Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés (*Total Early-Stage Entrepreneurial Activity*). El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aún cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus actividades pueden tener un efecto benefi-

cioso en la economía, porque tanto el ingreso de nuevos competidores y los eventuales nuevos productos y servicios que estos ofrecen pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño.

Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como emprendedores establecidos. Sus negocios han sobrevivido el denominado “valle de la muerte” y han dejado las etapas iniciales. En un país una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la sobrevivencia de las empresas. Sin embargo, si un país exhibe altos niveles de emprendimientos establecidos combinados con un bajo grado de actividad emprendedora en etapas iniciales, indica un bajo nivel de dinamismo en la actividad emprendedora.

### 1.3 El Modelo del GEM

Como se ha comentado, existe un amplio consenso acerca de la importancia del emprendimiento para el desarrollo. No obstante, a pesar de su importancia, la contribución de los emprendedores a la economía también varía en relación a la fase de desarrollo económico. El modelo del GEM hace una distinción entre las fases del desarrollo económico, en línea con la tipología de Porter y otros (2002) que utiliza el Reporte Mundial de Competitivi-

dad del *World Economic Forum*, es decir, “economías basadas en recursos”, “economías basadas en la eficiencia” y “economías basadas en la innovación”. Cada una de estas etapas también posee diferentes características, las cuales se ven reflejadas en distintos aspectos de la actividad productiva. Como se muestra en la Figura 1-2, el Modelo del GEM recoge estas características para tratar de medir el efecto de la actividad emprendedora en el crecimiento económico de los países.

FIGURA 1-2: EL MODELO DEL GEM



El modelo del GEM remarca que el emprendimiento está compuesto por actitudes, actividades y aspiraciones personales, y que están directa e indirectamente involucradas en actividades emprendedoras. A su vez, esto depende de la sofisticación y grado de innovación que haya en la economía, lo que también depende de cierto contexto político, social y cultural. Esto no implica que una economía más desarrollada no requiera de los elementos básicos y de eficiencia para llegar a una “economía emprendedora basada en la innovación”. Asimismo, los países menos desarrollados requieren ir mejorando las condiciones previas a la innovación, pero esto no conlleva a que no

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

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

### ***El Contexto para el Emprendimiento***

El espíritu emprendedor es un aspecto omnipresente de la acción humana, pero que su manifestación depende del entorno institucional (Baumol, 1990; Boettke y Coyne, 2003). El modelo del GEM resalta la relevancia de las denominadas Condiciones del Marco para el Emprendimiento (*Entrepreneurial Framework Conditions*) como un indicador del potencial de un país para impulsar el emprendimiento (ver Bosma y otros, 2008). Las condiciones para el emprendimiento reflejan las principales características del ambiente socio-económico del país, las cuales pueden tener un impacto significativo sobre el emprendimiento. A su vez, esas condiciones también dependen de la fase de desarrollo económico en que se encuentre el país.

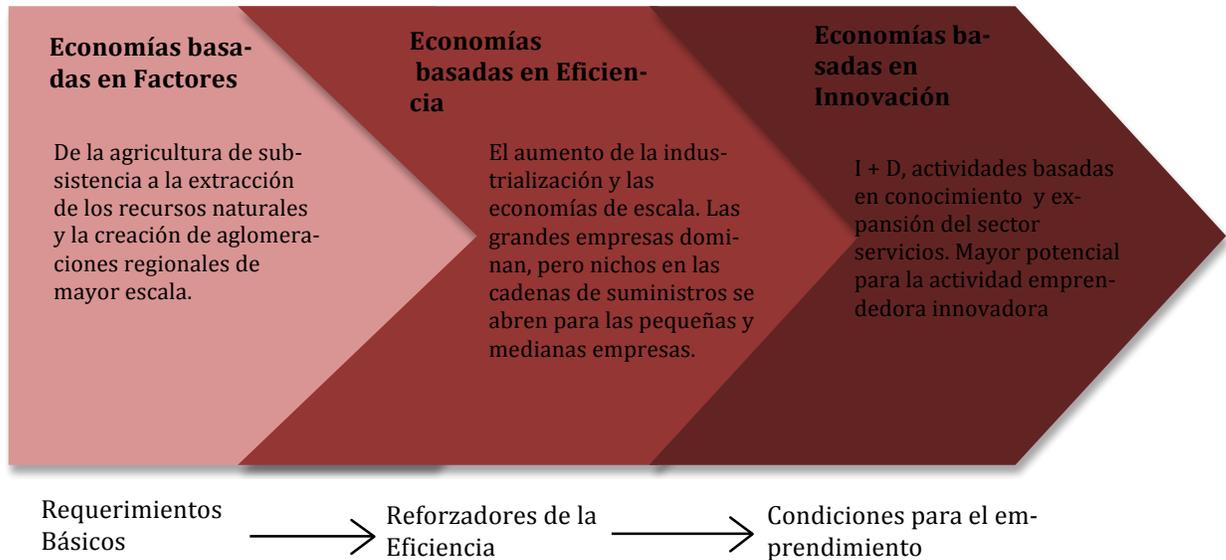
Las condiciones nacionales relevantes para la actividad económica basada en los recursos y en la eficiencia, también se han adoptado de las mismas que remarca el Reporte Mundial de Competitividad 2012 (Schwab y Sala-i-Martin, 2012). Respecto a las economías basadas en la innovación, el modelo del GEM hace una contribución adicional en relación al desarrollo económico, al identificar las condiciones que son específicas tanto a la innovación y al emprendimiento. Como Acs y otros (2003) proponen, el emprendimiento transforma la innovación en resultados económicos y una falta de emprendimiento puede entonces ser vista como un cuello de botella para que los países basados en la innovación puedan lograr un mayor crecimiento.

Es importante reconocer que los tres principales tipos de actividad económica (basadas en recursos, eficiencia o en innovación) están pre-

sentes en todas las economías nacionales, pero su prevalencia relativa –y contribución al desarrollo económico– varía entre cada país. La propuesta del Reporte Mundial de Competitividad es que cada fase del desarrollo económico tiene una combinación diferente de estas tres actividades. Las tres fases están denominadas de acuerdo a la actividad que es la más significativa para la fase y así, la importancia relativa de las condiciones del marco emprendedor para un país puede variar de acuerdo a la fase de desarrollo económico.

Para las economías basadas en recursos, el énfasis está puesto en los requisitos básicos: el desarrollo de las instituciones, la infraestructura, la estabilidad macroeconómica, la salud y la educación primaria. Los requisitos básicos ayudarán a sostener el emprendimiento por necesidad, pero no contribuyen del todo a facilitar el emprendimiento por oportunidad. A medida que la economía progresa y las economías de escala se vuelven más relevantes, otras condiciones, que son denominadas reforzadoras de la eficiencia, aseguran que el funcionamiento adecuado del mercado se vuelva algo importante. Aún cuando estas condiciones no están directamente relacionadas con el emprendimiento en el sentido que le dio Schumpeter (1912 [1934]) y su concepto de “destrucción creativa”, sí están indirectamente relacionadas dado que el potencial desarrollo de nuevos mercados atraerá más emprendimientos. Para países cuyo desarrollo está basado en la innovación, las condiciones para el emprendimiento se vuelven más importantes, ya que apalancan el desarrollo económico en mayor medida que los requisitos básicos o los reforzadores de la eficiencia. Los detalles de cuál es el rol del emprendimiento en cada fase del desarrollo económico están descritos en la Figura 1-3.

FIGURA 1-3: CARACTERÍSTICAS DE LAS FASES DE DESARROLLO Y FOCO PRINCIPAL



**Emprendimiento: actitudes, actividades y aspiraciones.**

Existen diferentes opiniones sobre emprendimiento y, por lo tanto, diversas definiciones de él. Desde Cantillón (1755) hasta las más recientes visiones y conceptos sobre el emprendimiento se ha resaltado su naturaleza multifacética y holística. Por lo tanto, se han identificado diversos elementos que son comunes al concepto de emprendimiento (Godin y otros, 2008). Tomando en cuenta muchos de estos conceptos, como ya se mencionó, el Modelo del GEM identifica tres componentes principales del emprendimiento: **actitudes, actividades y aspiraciones** emprendedoras (Acs y Szerb, 2011). Una combinación óptima de estos componentes y su interrelación pueden conformar un sistema emprendedor que ayude al desarrollo económico.

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

Las actitudes hacia el emprendimiento son importantes porque expresan la percepción general de la población hacia los emprendedores y su actividad. Es importante para los países tener personas que puedan reconocer valiosas oportunidades de negocio y que perciban en sí mismas la existencia de habilidades requeridas para explotar dichas oportunidades. Además, si las actitudes hacia el emprendimiento son positivas, esto generará apoyo cultural, recursos financieros, y beneficios de red para aquellos que son realmente emprendedores o quieren comenzar un negocio.

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

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

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

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

## 1.4 La Metodología del GEM

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

comparaciones con otros datos relevantes a nivel internacional.

La Encuesta a la Población Adulta (*Adult Population Survey*, APS) se hace a un mínimo de 2000 adultos, entre 18 y 64 años por país participante en el proyecto. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara o una combinación de ambos, principalmente durante los meses de mayo a agosto de cada año. En esta encuesta se hacen preguntas precisas acerca de la participación en –y la actitud hacia– el emprendimiento. Con esto se recopilan los datos con los que se analiza en profundidad los elementos del modelo del GEM que tienen relación directa con las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de las personas a nivel nacional, situando a los diferentes países dentro de este contexto internacional.

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

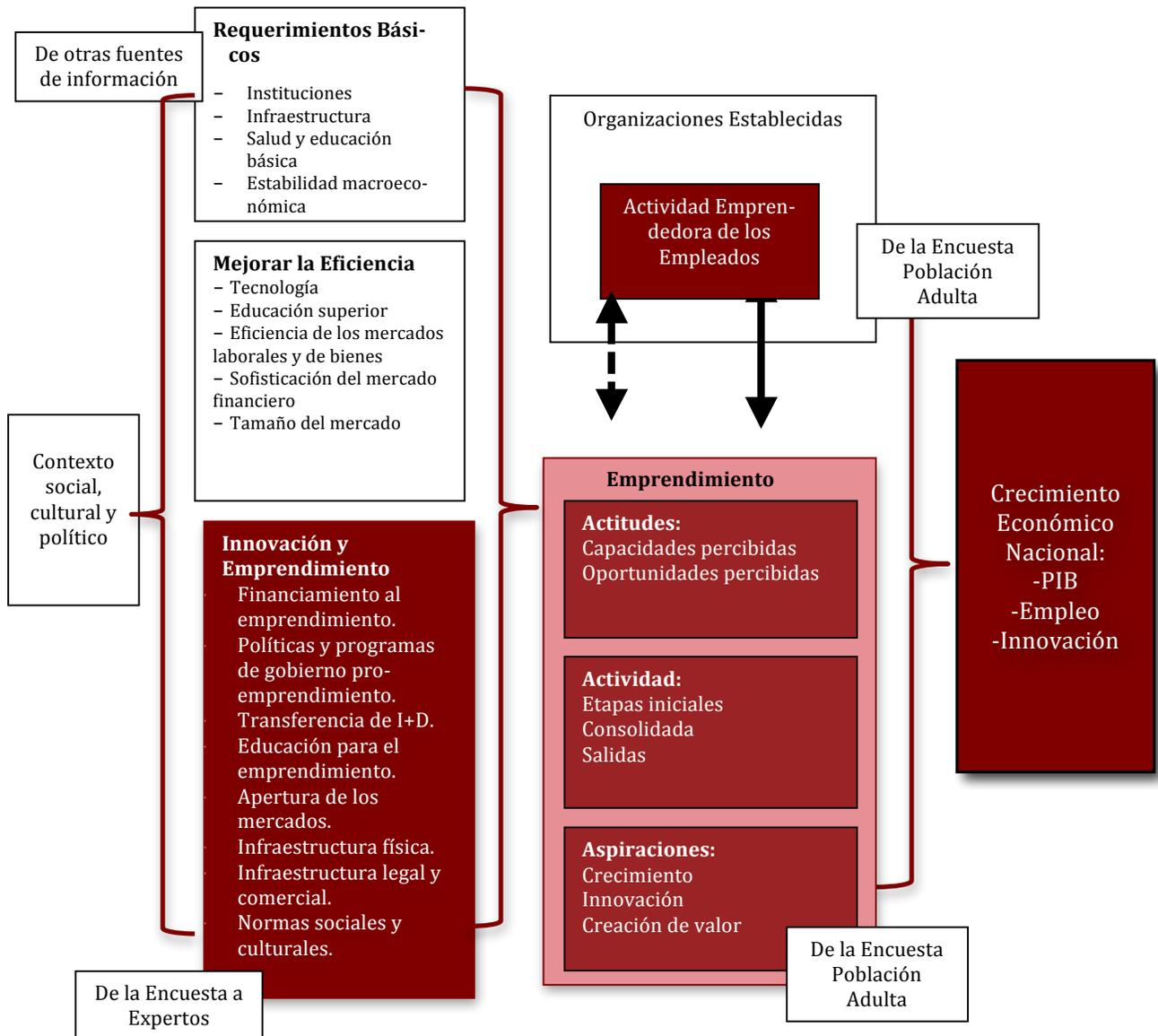
Cada año se agregan o modifican algunas de las preguntas tanto a la APS como a la NES con la finalidad de obtener la información sobre temas especiales. Por ejemplo, los más recientes fueron la actividad emprendedora de los inmigrantes y el intraemprendimiento. Esto conlleva a hacer algunas modificaciones al modelo sobre todo en la parte de operacionalización, lo cual difiere del primer modelo conceptual del GEM. Cabe destacar que Chile es uno de los países del GEM que ha puesto mayor énfasis en el enfoque regional, lo cual ha permitido tener una mayor cantidad y calidad de datos. Así, en el 2012, en el país se han realizado un poco más de 7800 encuestas a la población adulta y una amplia consulta a expertos nacionales que nos ha llevado a tener más de 600 expertos de once regiones.

## CAPÍTULO 2

Teniendo en cuenta las definiciones y la metodología en la Figura 1-4 se muestra el Modelo

del GEM completo.

**FIGURA 1-4: EL MODELO Y DEFINICIONES DEL GEM**



### 1.5 Sobre este reporte

La información del ciclo 2012 está dividida en los diferentes elementos de la dinámica emprendedora que mide el GEM. En este tercer reporte queremos dar cuenta de los indicadores

individuales de las aspiraciones de los emprendedores en Chile y se incluyen algunos indicadores globales de los diferentes países que participan en el GEM.

## 2. ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES

En este capítulo se analizan los principales resultados correspondientes a las aspiraciones que tienen los emprendedores. Los principales resultados se enfocan hacia indicadores de generación de empleo, expectativas de crecimiento, innovación y orientación hacia mercados internacionales. Estos indicadores se enfocan a las expectativas que declaran los emprendedores respecto a su competitividad relativa y del deseo de hacer crecer el negocio. Estos aspectos son muy relevantes dado que empresas competitivas y sostenibles en el tiempo las que han sido asociadas positivamente con el desarrollo económico (Wong y otros, 2005; Wennekers y otros, 2010; Bosma, 2011).

### 2.1 Expectativas de Alto Crecimiento

Las expectativas de crecimiento se consideran un elemento muy importante del potencial impacto de la actividad emprendedora. Uno de los componentes del crecimiento de las empresas tiene una relación directa con uno de los objetivos más importantes de la política económica de casi todos los gobiernos: generación de puestos de trabajo. La metodología empleada por el GEM permite categorizar las expectativas de generación de empleo. Para esto, se pide a los encuestados que son considerados emprendedores en etapas iniciales que indiquen cuántos trabajadores esperan contratar dentro de un plazo de 5 años (sin contar los dueños).

Dado que la medición realizada por el GEM en el ámbito de las aspiraciones de crecimiento está vinculada a las expectativas de generación de puestos de trabajo, hay que reconocer que los emprendedores en etapas iniciales pueden ser optimista en sus ambiciones de crecimiento y subsecuente generación de empleo. Pese a lo anterior, se ha establecido que el crecimiento rara vez se logra sin tener expectativas de crecimiento (Stam y otros, 2012).

En la Tabla 2-1 se encuentran las expectativas de generación de empleo para los países participantes del GEM 2012 en función del indicador de emprendimiento en etapas iniciales o TEA. Las cifras fueron agrupadas en tres categorías: (1) expectativas de generar de 0 a 5

empleos, (2) generar de 5 a 19 empleos y (3) 20 o más empleos. Esta distinción puede ser relevante, ya que existen diferencias sustanciales entre las características de estos grupos y las razones subyacentes para la generación de puestos de trabajo.

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

En general son los países menos desarrollados y de regiones menos desarrolladas como África Subsahariana quienes tienen los indicadores más altos de emprendedores en etapas iniciales (como porcentaje de la población adulta) que tiene menos expectativas de empleo. Sin embargo, también estos países junto con América Latina, tienen relativos altos porcentajes de emprendedores con altas expectativas de crecimiento, siendo sólo superados por Estados Unidos. Para Chile la lectura es que 2,11% de la población adulta tiene un emprendimiento en etapa temprana con alta expectativa de crecimiento. De nuevo hacemos énfasis que éstas son expectativas y no necesariamente predicen el que muchos de estos emprendedores realmente logren crecer en número de empleados.

## CAPÍTULO 2

**TABLA 2-1: EXPECTATIVAS DE GENERACIÓN DE EMPLEO EN LOS 67 PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2012 POR REGIÓN GEOGRÁFICA: EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES**

	0 a 5 empleos	6 a 19 empleos	20 empleos o más
<b>AMERICA LATINA y EL CARIBE</b>			
Argentina	10,63	2,75	1,78
Barbados	8,84	1,90	0,97
Brasil	10,57	1,49	0,66
<b>Chile</b>	<b>11,10</b>	<b>6,34</b>	<b>2,11</b>
Colombia	8,54	5,69	4,33
Costa Rica	9,90	2,55	0,83
Ecuador	20,92	2,00	0,55
El Salvador	8,19	2,75	1,26
México	6,91	1,86	0,60
Panamá	7,26	0,57	0,05
Perú	11,66	3,72	0,64
Trinidad y Tobago	6,77	2,01	1,40
Uruguay	6,57	2,01	1,13
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>9,83</b>	<b>2,74</b>	<b>1,26</b>
<b>MEDIO ESTE Y NORTE DE ÁFRICA</b>			
Argelia	4,62	1,49	0,37
Egipto	2,46	3,61	1,30
Irán	8,11	1,89	0,30
Israel	1,64	0,66	0,97
Territorios Palestinos	7,00	1,85	1,00
Túnez	1,21	0,79	0,45
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>4,17</b>	<b>1,71</b>	<b>0,73</b>
<b>ÁFRICA SUSAHARIANA</b>			
Angola	8,38	5,18	2,95
Botsuana	12,73	6,52	3,22
Etiopía	12,27	1,50	0,96
Ghana	23,94	5,05	1,58
Malawi	29,17	0,62	0,00
Namibia	9,80	2,82	1,16
Nigeria	18,22	6,14	2,79
Sudáfrica	4,53	1,38	1,00
Uganda	29,91	3,11	0,39
Zambia	31,91	4,18	0,48
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>18,09</b>	<b>3,65</b>	<b>1,45</b>
<b>ASIA-PACÍFICO Y SUR DE ASIA</b>			
China	7,01	1,53	1,67
Corea	3,51	1,21	1,20
Japón	1,95	0,75	0,63
Malasia	5,39	1,29	0,31
Paquistán	8,65	1,21	1,71
Singapur	5,77	2,87	2,27
Taiwán	3,17	1,58	2,01
Tailandia	13,05	1,67	1,04
<b>Promedio (no ponderado)</b>	<b>6,06</b>	<b>1,51</b>	<b>1,36</b>

TABLA 2 -1 (CONTINUACIÓN)

	0 a 5 empleos	6 a 19 empleos	20 empleos o más
<b>UNION EUROPEA</b>			
Alemania	3.32	0.79	0.59
Austria	5.23	0.82	0.42
Bélgica	2.86	1.07	0.21
Dinamarca	2.91	0.97	0.74
Eslovaquia	4.30	2.18	1.26
Eslovenia	2.46	0.69	0.68
España	4.00	0.55	0.17
Estonia	5.84	3.79	1.62
Finlandia	4.09	0.74	0.45
Francia	3.05	0.87	0.45
Grecia	3.27	0.67	0.24
Hungría	5.02	1.51	1.58
Irlanda	3.23	1.07	0.94
Italia	2.87	0.47	0.27
Letonia	3.91	3.98	3.09
Lituania	1.70	1.90	1.45
Países Bajos	6.87	1.19	0.69
Polonia	4.83	1.81	0.98
Portugal	3.64	1.50	0.51
Reino Unido	5.27	1.88	0.87
Rumanía	2.64	2.92	1.56
Suecia	4.62	0.79	0.27
Promedio (no ponderado)	3.91	1.46	0.87
<b>PAISES EUROPEOS (NO UE)</b>			
Bosnia and Herzegovina	1.72	1.87	0.73
Croacia	2.69	1.47	0.99
Macedonia	3.49	1.58	0.68
Noruega	5.05	0.75	0.40
Rusia	1.95	0.85	0.40
Suiza	3.59	0.45	0.44
Turquía	3.75	2.52	2.77
Promedio (no ponderado)	3.18	1.36	0.92
<b>ESTADOS UNIDOS</b>			
Estados Unidos	6.59	2.21	1.70

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2012.

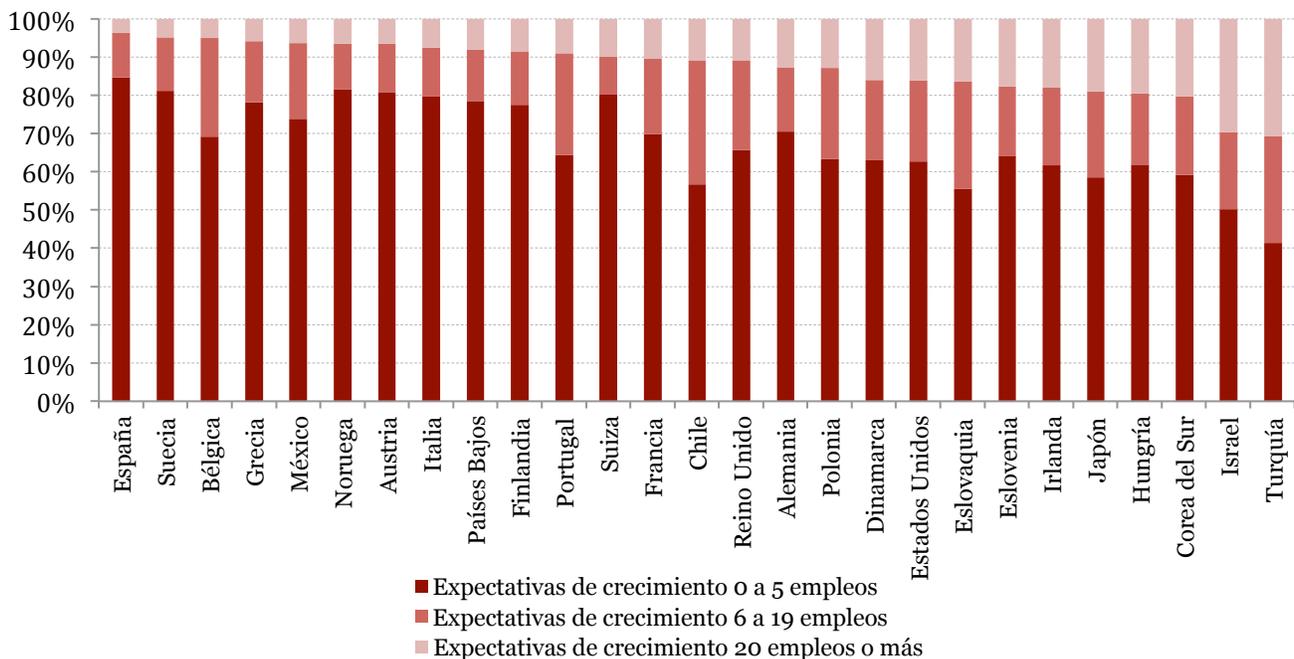
## CAPÍTULO 2

Un análisis complementario se presenta en la Figura 2-1 donde se analizan solamente los países de la OECD. Esta figura muestra las tres categorías de generación de empleo como porcentaje del total actividad emprendedora en etapas iniciales, es decir independientemente de que haya muchos emprendedores como porcentaje de población adulta (como en caso de África), se analiza la proporción de éstos que es de altas expectativas de crecimiento. Al igual que como fue analizado en el reporte de Actividad Emprendedora (Amorós y Poblete, 2013) los altos niveles de intención de creación de empleo no tienen una relación directa con el desarrollo económico, sino más bien con factores que pueden ser incluso exógenos como por ejemplo una crisis económica. Así, para este ciclo, Turquía e Israel tienen aproximadamente el 30% de sus emprendedores con intenciones de cerca de 20 o más empleos en un periodo de 5 años. En contraparte, en España y Suecia este

indicador es menor al 5%. Para el caso específico de Chile, se observa que un 13% de los emprendedores manifestaron sus intenciones de altas expectativas de crecimiento.

La Figura 2-2 muestra para Chile el desglose del número actual de trabajadores y potencial número de trabajadores que se pretende contratar. Es posible observar que, independiente de la etapa del emprendimiento, el mayor porcentaje se encuentra entre el rango de 1 a 5 empleados. En comparación con el ciclo anterior se destaca el aumento que hay en el rango de 6 a 19 empleos y que se mantiene un importante porcentaje de aquellos emprendedores con altas expectativas de crecimiento, es decir un 13% de los emprendedores en etapas iniciales y 9% de los establecidos manifestaron el creer generar 20 o más empleos en 5 años.

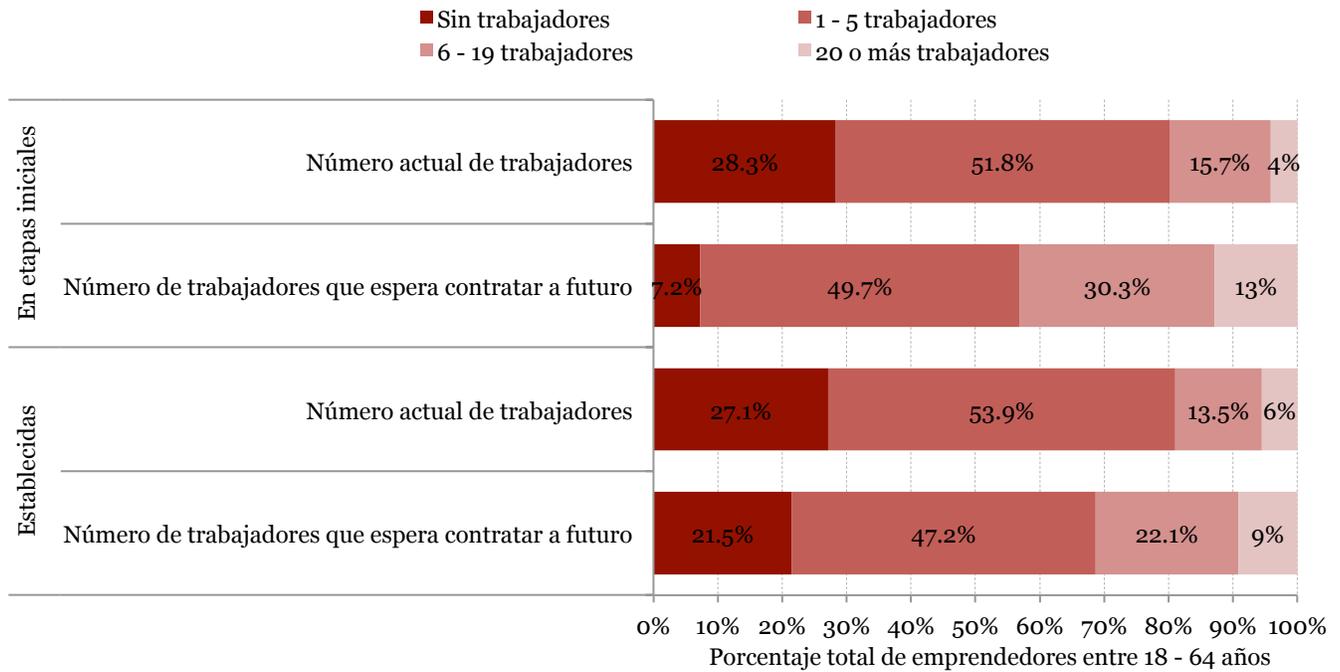
**FIGURA 2-1: EXPECTATIVAS DE GENERACIÓN DE EMPLEO COMO PORCENTAJE DEL TOTAL DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN LOS PAÍSES DE LA OECD PARA EL CICLO 2012.**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2012.

13% de los emprendedores en etapas iniciales y 9% de los establecidos manifestaron el creer crear 20 o más empleos en 5 años

**FIGURA 2-2: NÚMERO DE TRABAJADORES Y POTENCIAL NÚMERO DE TRABAJADORES EN LOS NEGOCIOS DE LAS EMPRENDEDORAS SEGÚN ETAPA DE EMPRENDIMIENTO**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2012.

## 2.2 Competitividad

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

El GEM analiza diversos factores relacionados con la innovación y la competitividad de la actividad emprendedora. La innovación (indicador relativa) se mide pidiéndoles a los emprendedores en etapas iniciales y a los establecidos que indiquen qué tan nuevos son sus productos o servicios para sus clientes. Para la

competitividad, cada emprendedor califica el grado de competencia que enfrenta su empresa, específicamente si perciben que muchos negocios, pocos o ninguna otra empresa ofrece productos o servicios similares a los suyos.

Analizando en detalle el caso específico de Chile, se observa en la Figura 2-3 la tendencia de que prácticamente la mitad de los emprendedores iniciales considera que sus productos son nuevos para todos sus clientes. Sólo el 12,8% de los emprendedores iniciales y el 15,6% de los establecidos manifestaron que los productos o servicios no son nuevos para sus clientes. Estas cifras resultan ser muy positivas para el contexto emprendedor nacional y básicamente son muy similares al ciclo anterior, por lo cual podemos inferir que los emprendedores están tratando de incorporar la innovación en sus negocios y que sus clientes están accediendo a nuevos productos y servicios.

Respecto a la competencia, la Figura 2-4 muestra que un 10,3% de los emprendedores en etapas iniciales y un 6,5% de emprendedores establecidos no perciben competencia directa, lo que se puede interpretar que la actividad emprendedora no se enfoca en nuevos nichos de mercado. Dentro de estos dos grupos de

## CAPÍTULO 2

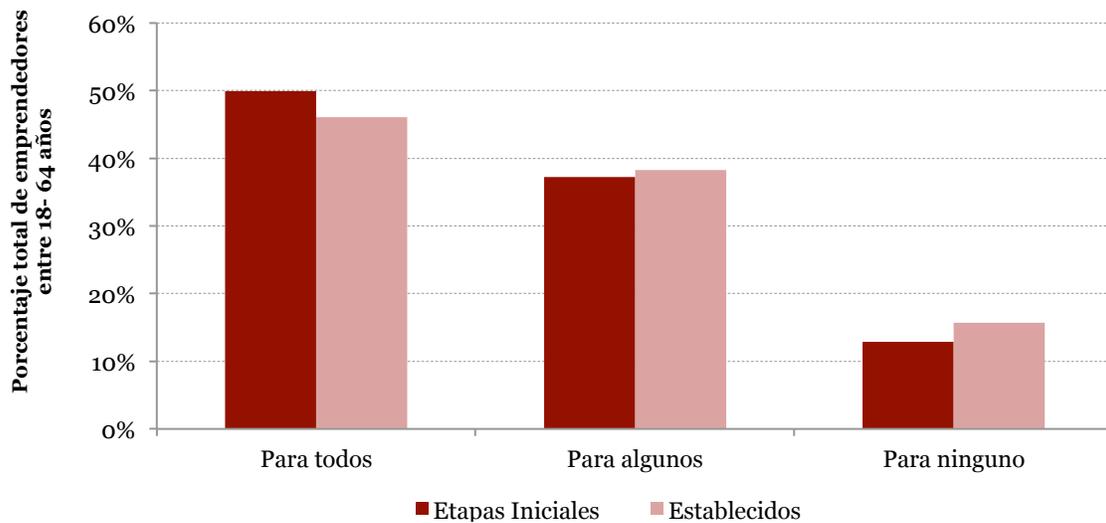
emprendedores, los que están en etapas iniciales manifiestan tener menos competencia directa y, por lo tanto, una mejor posición competitiva en términos comparativos.

En una lectura en paralelo de los indicadores de novedad y competencia se podría decir que muchos emprendedores, si bien tratan de in-

troducir al mercado productos o servicios novedosos (que no es sinónimo de innovadores, ya que esto también depende del mercado), existen muchos otros competidores que también “detectan” estas oportunidades y rápidamente “copian” al primer entrante. Esto explicaría la mayor competencia relativa.

**FIGURA 2-3: NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS**

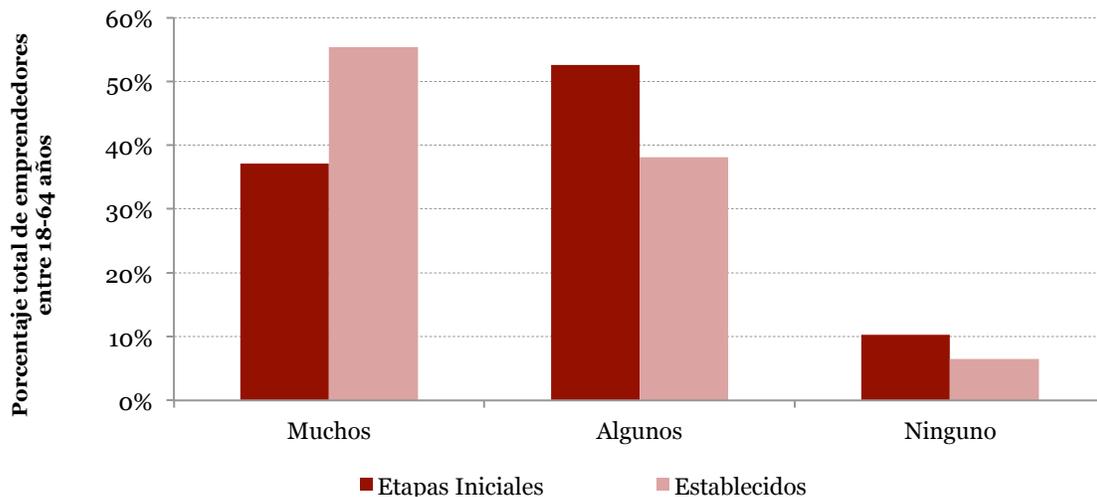
¿Qué tan nuevo es su producto o servicio para sus clientes?



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2012.

**FIGURA 2-4: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA**

¿Cuántos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios?



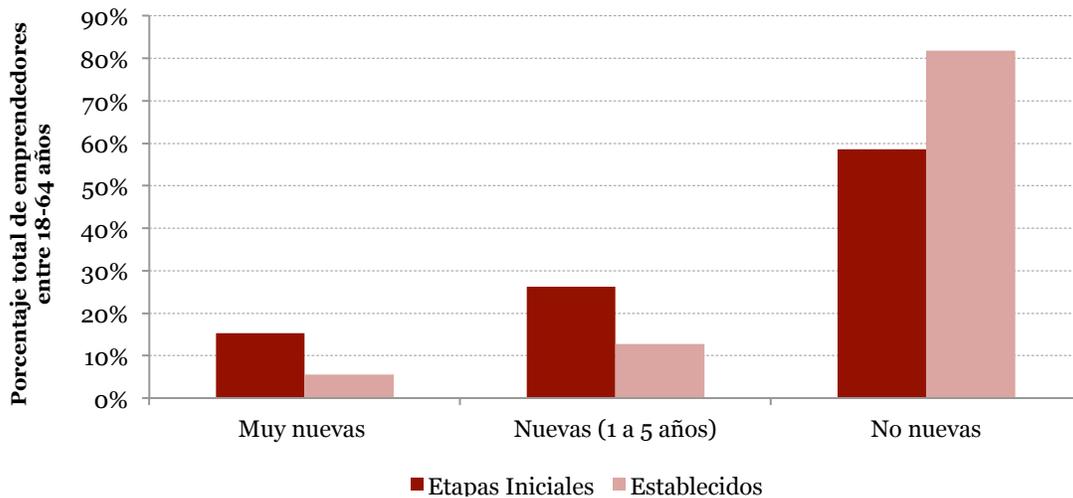
Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2012.

La Figura 2-5 muestra los niveles de incorporación de tecnologías y nuevos procesos a los negocios. Se destaca el alto porcentaje de emprendedores de etapas iniciales (58%) como establecidos (acentuándose en este último grupo con un 81%) que declara no usar nuevas tecnologías ni nuevos procesos en sus negocios. Usando una variable adicional al uso de tecnología, que es las expectativas de expansión de mercado, se puede medir el grado de competi-

tividad esperada. Ésta se mide en una variable con valores 1 a 4, donde 4 es la mayor expansión proyectada. La Figura 2-6 muestra que la mayor parte de los emprendedores declara tener una expansión de nivel 2, lo que quiere decir que sus expectativas son moderadas, sin usar nuevas tecnologías. La distribución de los grados de expansión conserva la tendencia observada el año pasado.

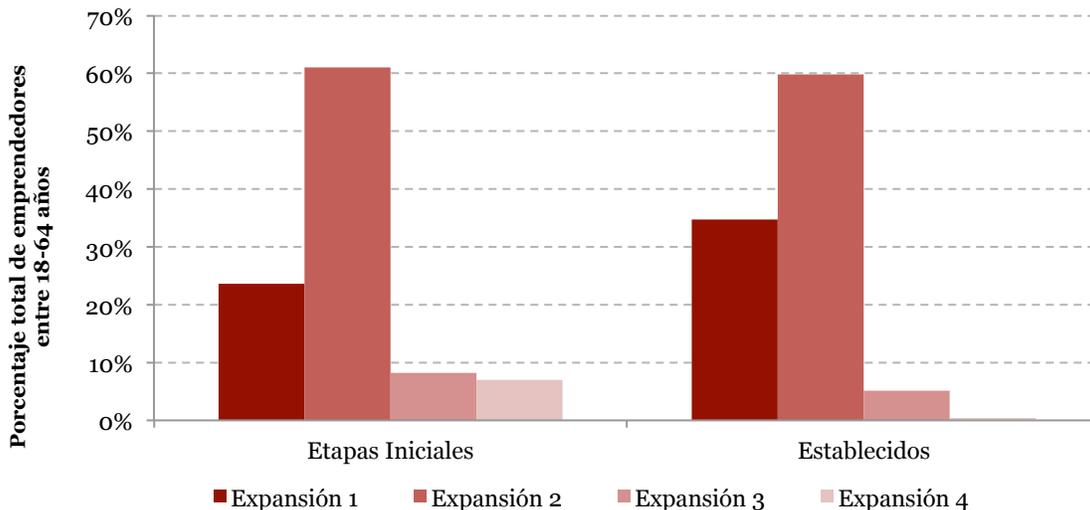
**FIGURA 2-5: USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS**

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



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2012

**FIGURA 2-6: EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO**

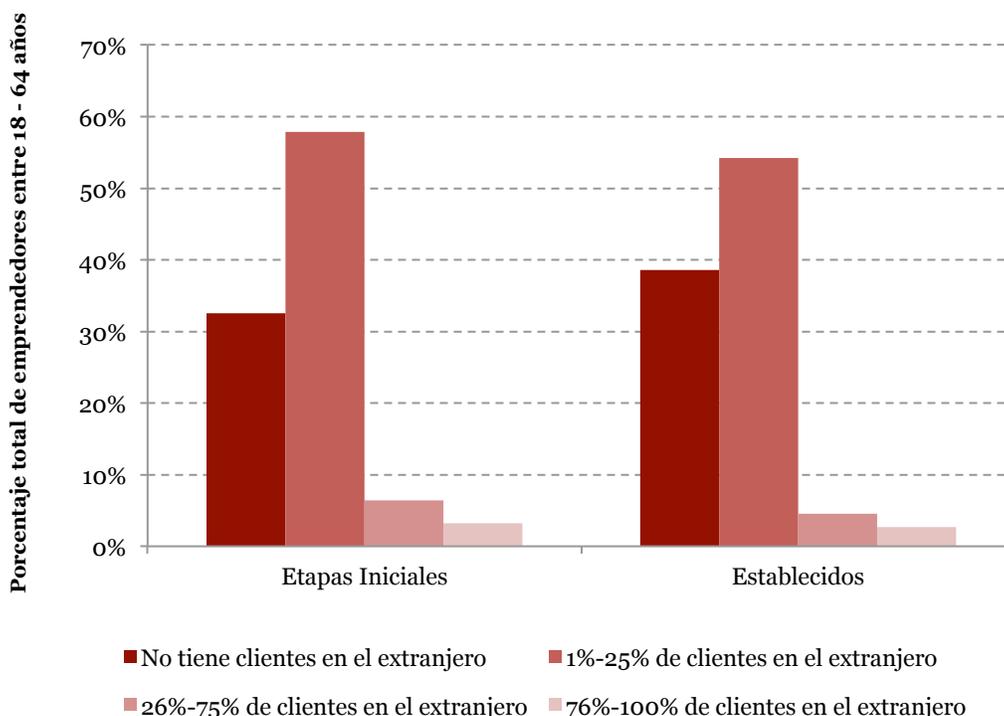


Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2012

Finalmente, otra forma de medir las aspiraciones empresariales se relaciona con la búsqueda de mercados internacionales. La Figura 2-7 muestra la orientación hacia mercados internacionales en cuatro categorías que van desde no tener ventas a clientes que viven en el extranjero hasta tener más del 75% de ellos en mercados internacionales. Si bien, un porcentaje importante de los emprendedores no tienen actividades relacionadas con mercados internacionales, se destaca que los indicadores de la segunda categoría (1 a 25% de clientes en extranjero) han seguido con aumentos considerables año a año. Por ejemplo, en el ciclo 2011 el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales en esta categoría era de 48% y ahora es 58%. Igualmente los establecidos pasaron de 46 a 54%. Éste es un aspecto positivo que indica que cada vez más emprendedores están tomando acciones para ser más competitivos en mercados internacionales y con esto consolidar sus expectativas de crecimiento. Sin duda la internacionalización temprana de los emprendimientos, es un factor muy relevante para su desarrollo sostenible (Amorós y otros, 2012).

considerables año a año. Por ejemplo, en el ciclo 2011 el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales en esta categoría era de 48% y ahora es 58%. Igualmente los establecidos pasaron de 46 a 54%. Éste es un aspecto positivo que indica que cada vez más emprendedores están tomando acciones para ser más competitivos en mercados internacionales y con esto consolidar sus expectativas de crecimiento. Sin duda la internacionalización temprana de los emprendimientos, es un factor muy relevante para su desarrollo sostenible (Amorós y otros, 2012).

**FIGURA 2-7: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y ORIENTACIÓN INTERNACIONAL**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS) Chile, 2012

El 58% de los emprendedores en etapas iniciales tienen entre un 1 y 25% de sus clientes en el extranjero



### 3. CONCLUSIONES

El Global Entrepreneurship Monitor, GEM, es uno de los proyectos de investigación más relevantes dentro del “ecosistema emprendedor” por su capacidad de ofrecer indicadores anuales de las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de la población (Xavier y otros, 2013). En Chile ya ha sido desarrollado durante una década, permitiendo observar los logros y tareas pendientes que existen para transformar al emprendimiento como uno de los principales motores de nuestra economía. En este reporte hemos abordado los temas aspiraciones de los emprendedores comparando algunos indicadores internacionales de intenciones de crecimiento y enfocándonos en indicadores nacionales en función de indicadores de competitividad e innovación relativa.

Los principales resultados apuntan a que los emprendedores en Chile poseen aspiraciones moderadas sobre todo en lo que se refiere a creación de empleo. Cuando se comparan estas cifras en contexto internacional, poniendo énfasis en los países de la OECD, el país está literalmente, a “mitad de tabla”. Si bien, sólo un porcentaje menor de los emprendedores posee altas expectativas de crecimiento, es importante destacar que no necesariamente es algo negativo. Una economía que es capaz de generar gran cantidad de empresas con altos niveles de crecimiento (conocidas como gacelas) pudiese ser considerada óptima. Es necesario tener presente que los resultados de largo plazo –entendiéndolo como sustentabilidad del negocio– no depende exclusivamente de la temprana generación de empleos sino de un buena gestión integral del negocio. Por otra parte, no cumplir con “altas expectativas”, podría afectar futuros intentos de re-emprendimiento. Los resultados observados inducen a considerar que los emprendedores son prudentes en cuanto a sus expectativas.

En relación a los niveles de competitividad de los nuevos negocios en Chile, es posible reconocer ciertas particularidades del emprendimiento local: Una primera característica que se destaca es el alto porcentaje de emprendedores que señala ofrecer productos novedosos. Lo anterior es positivo, puesto que apunta a uno de los beneficios del emprendimiento que es proveer de nuevos productos y servicios a la sociedad.

Una segunda característica que es posible observar es que la mayoría de los emprendedores manifiestan poseer altos niveles de competencia, pues muchos emprendedores señalan que otras empresas ofrecen sus mismos productos o servicios. Aún cuando ofrecen productos novedosos, rápidamente se encuentran con otros competidores que se brindan los mismos productos o servicios.

La tercera característica es la ausencia de tecnología de punta en los nuevos negocios. La gran mayoría de los emprendedores no incorpora dentro de sus procesos productivos o de prestación de servicios nuevas tecnologías.

Al respecto es importante considerar que la mayoría de los emprendimientos en Chile están enfocados en servicios al consumidor (Amorós y Poblete, 2013) y en este tipo de actividades es complejo mantenerse como oferente único por mucho tiempo. Lo anterior, podría ser una de las razones que justificaría el porqué de las evaluaciones de novedad en productos o servicios, también se perciben altos niveles de competencia. De hecho el indicador puntual sobre expectativas de expansión de mercado también indica que los emprendedores no visualizan mucho crecimiento en el corto plazo.

En nuestro país se observan altos niveles de innovación, sin embargo, ésta es sólo relativa. Esto ocurre debido a que la novedad ocurre sólo a nivel local bajo un fenómeno de “copia” de innovación ya probada en otros mercados internacionales. Esto no es necesariamente malo, pero reduce las expectativas competitivas. Sin embargo, un indicador positivo es la creciente búsqueda de mercados internacionales como respuesta a los altos niveles de competencia local.

Con este tercer reporte del ciclo 2012 hemos querido dar cuenta de la relevancia de conocer las aspiraciones de los emprendedores del país sobre todo por el impacto que pueden llegar a tener los negocios que crecen y que son más competitivos. Como equipo GEM confirmamos nuestro compromiso con el estudio académico del emprendimiento que, sin duda, esperamos continuar, y así seguir entregando información que sirvan de guía para el desarrollo del emprendimiento en Chile.

## 4. REFERENCIAS

- Acs, Z.J. (2008). Foundations of High Impact Entrepreneurship, *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 4(6), 535-620.
- Acs, Z. J. & L. Szerb (2011). *Global Entrepreneurship and Development Index 2011*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Acs, Z. J., D. B. Audretsch, P. Braunerhjelm, & B. Carlsson (2003). The Missing Link: The Knowledge Filter and Endogenous Growth. Center for Business and Policy Studies. Stockholm, Sweden.
- Amorós, J.E. & C. Poblete (2013). *Global Entrepreneurship Monitor, Reporte de Actividad Emprendedora en Chile 2012*. Santiago Chile: Ediciones Universidad del Desarrollo.
- Amorós, J.E., Etchebarne, M.S. & Felzensztein, C. (2012) International Entrepreneurship in Latin America: Development Challenges. *Esic Market Economic and Business Journal*. 43(3): 503-518
- Auto, E. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor 2007 Global Report on High Growth Entrepreneurship*. London, UK: London Business School and Babson Park, MA: Babson College
- Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98, 893-919.
- Boettke, P. & C. Coyne, (2003). Entrepreneurship and Development: Cause or Consequence? *Advances in Austrian Economics* 6, 67-88.
- Bosma, N.S. (2011). Entrepreneurship, Urbanization Economies and Productivity of European Regions, In M.F. Fritsch (ed.) "Handbook of Research on Entrepreneurship and Regional Development, Cheltenham (UK); Northampton, MA (USA): Edward Elgar, 107-132.
- Bosma, N.S. & J. Levie (2010). *Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.
- Bosma, N.S., K. Jones, E. Autio, & J. Levie (2008). *Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en Général* (The Nature of Trade in General), Paris: Institut National D'études Démographiques.
- Godin, K., J. Clemens & N. Veldhuis (2008). Measuring Entrepreneurship: Conceptual Frameworks and Empirical Indicators. *Studies in Entrepreneurship and Markets*, 7. Fraser Institute.
- Hessels, J., I. Grilo, R. Thurik & P. van der Zwan (2010). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement. *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3): 447-471.
- Porter, M.E., J.J. Sachs & J. McArthur (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, edited by M.E. Porter, J.J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16-25. New York, NY: Oxford University Press.
- Schumpeter, J. A. (1912, reedit. 1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Schwab, K. & X. Sala-i-Martin (2012) *Global Competitiveness Report 2011-2012*. World Economic Forum. Geneva, Switzerland, Disponible en línea: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GCR\\_Report\\_2011-12.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf)
- Shane, S. & S. Venkataraman (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.
- Stam, E., N. Bosma, A. Van Witteloostuijn, J. De Jong, S. Bogaert, N. Edwards & F. Jaspers (2012). Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy, AWT report, 41. The Hague: AWT.
- Xavier, R.R., D. Kelley, J. Kwe, M.Herrington & A. Vorderwülbecke (2013). *Global Entrepreneurship Monitor, 2012 Global Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur, Univesriti Tun Abdul Razak and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.
- Wennekers, S., A. Van Stel, M. Carree & A.R. Thurik (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 6(3): 167-237.
- Wong, P. K.& P. Ho & E. Autio (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM Data. *Small Business Economics*, 24 (3): 335-50.

## 5. ANEXO: Definiciones de las principales variables

<b>Aspiraciones de los Emprendedores</b>	
Actividad emprendedora con altas expectativas de crecimiento	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es emprendedor en etapas iniciales o establecido y que espera emplear por lo menos 20 personas en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora orientada a comercializar nuevos productos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) que señalan que sus productos o servicios son nuevos para al menos algunos de sus clientes .
Actividad emprendedora en orientada a nuevos mercados: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) que señalan que no hay muchos negocios que tengan una oferta similar
Actividad emprendedora con uso de nuevas tecnologías: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) que evalúa la novedad de las tecnologías o procesos que usa en su negocio. Escala de tres categorías desde muy nueva (menos de un año en el mercado); nueva (de 1 a 5 años) y no nueva (más de 5 años)
Expansión de Mercado de la Actividad emprendedora: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) que se evalúan en una escala gradual de crecimiento en participación de mercado. Escala de cuatro categorías
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a mercados internacionales: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) que indica el porcentaje de sus clientes provienen de mercados extranjeros. Escala de cuatro categorías: sin clientes, 1 a 25%; 26 a 75%; más de 75%.

## 6. FICHA METODOLÓGICA

### *Encuesta a Población Adulta*

<b>Tipo de Estudio</b>	<b>Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara.</b>
Universo	Población chilena, adulta y mayor de 18 años.
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2002- INE.
Total Muestral	7867 casos del año
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Septiembre 2012.
Encuestador	Questio

## 7. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE

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

<http://www.gemchile.cl/>

Contacto: Carlos Poblete Cazenave

Coordinador GERC

[capobletec@udd.cl](mailto:capobletec@udd.cl)

Tel: (562) 2 32 79 158

### 7.1 Equipo GEM Chile

Desde el año 2007 en adelante, el proyecto GEM Chile ha incorporado una perspectiva regional generando alianzas con prestigiosas instituciones. A continuación se presentan los equipos regionales, y sus respectivos investigadores, que participaron en el ciclo 2012.

Región	Institución	Equipo
Región de Arica y Parinacota	Universidad de Tarapacá	Vesna Karmelic Roberto Gamboa Dante Choque Hernando Bustos Ximena Vega
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Mauricio Vega Fernando Rosales Paula González
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romaní Miguel Atienza
Región de Atacama	Corporación para la Competitividad e Innovación de la Región de Atacama	Carolina Blanco
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Karla Soria
Región de Valparaíso	Universidad Técnico Federico Santa María	Cristóbal Fernández Jorge Cea José Luis Cortés Juan Tapia Paulina Santander
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete
Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	Braulio Guzmán Aracelly Tapia Sandra Diaz Antonio Iturra Bonny Parada
Región del Maule	Universidad Católica del Maule	Andrés Valenzuela Alejandro Sottolichio
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza
	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Carlos Poblete
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	Claudina Uribe Paulina Sanhueza Valeska Geldres

## 8. COLABORADORES

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:

### **Universidad del Desarrollo**

---

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

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

En el año 2008 se estableció un acuerdo con la Global Entrepreneurship Research Association mediante el cual la UDD pasa a ser global sponsor del proyecto GEM internacional lo que ratifica el compromiso institucional con la investigación sobre emprendimiento.

En el año 2010 la UDD firma una alianza estratégica con el Stanford Technology Venture Program (STVP), el centro de innovación más importante de la Universidad de Stanford. Se crea el Programa iCubo que une a las Facultades de Diseño, Ingeniería y Negocios para impulsar la innovación en la UDD, en el marco de la Alianza suscrita con el STVP.

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



***Más información en: [www.udd.cl](http://www.udd.cl)***

### **Wayra- Grupo Telefónica**

---

Telefónica, empresa privada que tiene en su centro conectar a las personas con sus afectos e intereses por medio de la tecnología, está consciente de la importancia y el diferencial que agrega la innovación y el emprendimiento. Desde el 2009 se ha hecho parte del Ecosistema de Emprendimiento Nacional y del esfuerzo por llevar al país al desarrollo por esta vía. Ese año apuesta por el camino de la Innovación Abierta y crea Movistar Innova, la primera Incubadora Corporativa del país. Luego da un paso más allá, el año 2012 convirtiéndose en Wayra, la aceleradora de negocios global de Telefónica con presencia en 13 países y una cobertura total de alrededor de 108 millones de personas.



Desde que comenzó a operar, Wayra ha recibido más de 17 mil propuestas de negocio en 20 meses, lo que equivale a casi una por hora. El año 2012 invirtió USD \$ 9.100.100 en financiamiento en emprendimientos.

***Más información en: [www.wayra.org](http://www.wayra.org)***

## 9. PATROCINADORES

### SOFOFA INNOVA

---



El mundo de hoy apunta hacia un mañana distinto. Las empresas para crear valor están bajo constantes presiones de cambio tecnológico, clientes más sofisticados y competencia cada día más globalizada. Con el fin de aprovechar tomar ventaja de este escenario,

es que debemos transitar hacia un nuevo paradigma hacia la economía del conocimiento. Lo anterior hace indispensable idear nuevas formas de producir, desarrollar nuevas industrias y dominar nuevos conocimientos.

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

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

***Más información en: [www.sofofainnova.cl](http://www.sofofainnova.cl)***

### CORFO

---

La Corporación de Fomento de la Producción, Corfo, es un organismo ejecutor de las políticas gubernamentales en el ámbito del emprendimiento y la innovación, a través de herramientas e instrumentos compatibles con los lineamientos centrales de una economía social de mercado, creando las condiciones para lograr construir una sociedad de oportunidades. Su trabajo se desarrolla en el marco de la política de innovación impulsada por el Gobierno del Presidente Sebastián Piñera.

Visión:

Ser una agencia promotora del emprendimiento y la innovación de clase mundial, que acelere el desarrollo generando mayores oportunidades para los chilenos



Misión:

Fomentar el emprendimiento y la innovación para mejorar la productividad de Chile, y alcanzar posiciones de liderazgo mundial en materia de competitividad.

***Más información en: [www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)***





[www.gemchile.cl](http://www.gemchile.cl)