



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

RE 2016-2017 POR REGIONAL TE BIOBÍO


EDICIONES
UCSC

 Universidad
del Desarrollo

Reporte Regional Biobío 2016-2017

Hugo Baier - Fuentes
Jorge Espinoza
Vesna Mandakovic
Tomás Serey
Claudia Yañez



UCSC



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
Reporte Regional Biobío 2016-2017
Primera Edición.

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Inscripción N° A-285755
Santiago – Chile

ISBN: 978-956-7943-83-8

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

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

Portada: Nuz Estudio
Diagramación: Nuz Estudio



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

RE 2016-2017 POR REGIONAL TE BIOBÍO

UDD Universidad
del Desarrollo

Reporte Regional Biobío 2016-2017

Hugo Baier - Fuentes
Jorge Espinoza
Vesna Mandakovic
Tomás Serey
Claudia Yañez



UCSC

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Prefacio	9
Resumen Ejecutivo	10
¿Cómo es el emprendedor de la región del Biobío?	12
1 INTRODUCCIÓN	13
1.1 Acerca del GEM	14
1.2 Marco conceptual del GEM	14
1.3 Los componentes revisados del marco conceptual del GEM	18
1.4 Metodología del GEM	19
1.5 Principales indicadores del GEM	19
1.6 Sobre este reporte	20
2 LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO	21
2.1 Actitudes emprendedoras	22
2.2 Actividades Emprendedoras	24
Motivaciones emprendedoras	27
Edad y Sexo	28
Nivel educativo	30
Nivel de ingresos	31
Situación laboral de los emprendedores	32
Expectativas de crecimiento	33
2.3 Aspiraciones emprendedoras	33
Competitividad	35
3 CONTEXTO ECONÓMICO, POLÍTICO Y SOCIAL PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO	39
3.1 Análisis general de los factores	41
A continuación se detalla más el análisis de cada uno de los nueve factores, poniendo atención especial en las sub-dimensiones que los conforman	
3.2 Transferencia de Investigación y Desarrollo	42
3.3 Apertura al Mercado Interno	43
3.4 Políticas de Gobierno	43
3.5 Apoyo Financiero	44
3.6 Educación y Capacitación para el emprendimiento	44
3.7 Normas Sociales y Culturales	45
3.8 Programas de Gobierno	46
3.9 Infraestructura Comercial y Profesional	47
3.10 Acceso a la Infraestructura Física	47
4 LOS DESAFÍOS PARA BIOBÍO	49
5 CONSIDERACIONES FINALES	51
6 EXPERTOS CONSULTADOS	53
7 REFERENCIAS	55
8 FICHA METODOLÓGICA	57
8.1 Encuesta a Población adulta	58
8.2 Entrevistas a expertos regionales	58
9 SOBRE LOS AUTORES	59
10 MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE	61
11 EQUIPO GEM CHILE	61
12 AUSPICIADORES	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1:	Modelo convencional de crecimiento económico nacional	15
Figura 1.2:	Modelo de procesos emprendedores que afectan el crecimiento económico nacional	16
Figura 1.3:	El modelo del GEM hasta 2014	16
Figura 1.4:	El marco conceptual revisado del GEM 2014-2015	17
Figura 1.5:	El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM	20
Figura 2.1:	Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en Chile y en la región del Biobío	25
Figura 2.2:	Actividad Emprendedora en etapas iniciales (TEA) por región	26
Figura 2.3:	Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora por región en Chile	26
Figura 2.4:	Balance de los Motivadores para Emprendedores en Etapas Iniciales	27
Figura 2.5:	Emprendedores Nacientes por Motivación para Empezar	27
Figura 2.6:	Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales y establecidos	28
Figura 2.7:	Actividad emprendedora en etapas iniciales según grupo de edad	29
Figura 2.8:	Actividad emprendedora establecida según grupo de edad	29
Figura 2.9:	Emprendimiento en etapas iniciales y establecidos por género	30
Figura 2.10:	Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora	30
Figura 2.11:	Nivel de Ingresos y Actividad Emprendedora	31
Figura 2.12:	Actividad Emprendedora según Ingreso Familiar	32
Figura 2.13:	Actividad emprendedora según tipo de empleo en Chile y la región del Biobío	33
Figura 2.14:	Expectativas de crecimiento en emprendimientos en etapas iniciales	34
Figura 2.15:	Número actual y potencial de trabajadores según etapa de emprendimiento en la región del Biobío	34
Figura 2.16:	Novedad de los Productos o Servicios Ofrecidos	35
Figura 2.17:	Intensidad de la Competencia esperada	36
Figura 2.18:	Uso de nuevas tecnologías o procesos	37
Figura 2.19:	Expectativa de expansión de mercado	37
Figura 2.20:	Actividad emprendedora y exportación	38
Figura 3.1:	Evaluación del Contexto Emprendedor	41
Figura 3.2:	Evolución del Contexto Emprendedor en Chile 2013-2016	42
Figura 3.3:	Evaluación de la Transferencia de I+D	42
Figura 3.4:	Evaluación de la Facilidad para Acceder a Nuevos Mercados y Clientes	43
Figura 3.5:	Evaluación de las Políticas de Gobierno para el Emprendimiento	44
Figura 3.6:	Evaluación de las Fuentes de Financiamiento para el Emprendimiento	45
Figura 3.7:	Evaluación de Educación y Capacitación para el Emprendimiento	45
Figura 3.8:	Evaluación de las Normas Sociales y Culturales Proclives al Emprendimiento	46
Figura 3.9:	Evaluación de los Programas de Gobierno para el Emprendimiento	46
Figura 3.10:	Evaluación de la Infraestructura Comercial y Profesional	47
Figura 3.11:	Evaluación del Acceso a Infraestructura Física para los Negocios	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1:	El contexto social, cultural, político y económico y las fases de desarrollo económico	18
Tabla 2.1:	Actitudes y percepciones emprendedoras en regiones participantes de GEM Chile	23
Tabla 2.2:	Factores de influencia en la percepción de los encuestados(as) según etapa del emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)	24
Tabla 2.3:	Actividad emprendedora en las regiones participantes en el GEM 2014	25

PREFACIO

En Chile, el año 2016, casi un cuarto de la población adulta declara estar emprendiendo en etapas iniciales, y más del 45% de la población adulta que no se encuentra emprendiendo actualmente declara tener la intención de hacerlo. Estos datos nos muestran que el emprendimiento se ha transformado en una opción de carrera deseable y una alternativa para muchos compatriotas. Sabemos también que la actividad emprendedora se distribuye de manera heterogénea en el país, básicamente debido a que los ecosistemas de emprendimiento regionales tienen características únicas. La relevancia del presente reporte GEM Biobío es que nos permite analizar el emprendimiento desde la realidad de la Octava Región, enriqueciendo la comprensión del emprendimiento a nivel local, lo que resulta clave para la toma de decisiones eficaz y focalizada.

Los invito a revisar este reporte GEM Biobío 2016-2017, que nos muestra, por ejemplo, que en la región la intención de emprender es superior al promedio nacional. Antecedente que contrasta con la baja tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales en la región, que muestra el porcentaje más bajo en comparación con el resto de las regiones del país.

Quiero agradecer a las 9.196 personas que respondieron la encuesta a nivel nacional de forma anónima, información clave para la elaboración de este reporte. También a los 39 expertos locales, quienes respondieron desde sus áreas de desarrollo preguntas referentes al contexto para emprender en la región.

Finalmente, felicitar y agradecer el trabajo del equipo de autores del GEM Biobío, conformado por: Hugo Baier, Jorge Espinoza, Tomás Serey y Claudia Yáñez, por el gran trabajo realizado.

Espero disfruten la lectura de este nuevo informe.

VESNA MANDAKOVIC, PHD
DIRECTORA ACADÉMICA GEM CHILE
UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO

RESUMEN EJECUTIVO

El Global Entrepreneurship Monitor, GEM, es el mayor proyecto de investigación internacional que analiza la propensión de la población adulta de un país para participar en actividades emprendedoras. A la fecha, el GEM es uno de los pocos proyectos académicos que permite tener datos armonizados comparables a nivel internacional, de manera sistemática y de forma anual.

En Chile, el proyecto es coordinado por la Universidad del Desarrollo y desde el año 2007, el GEM Chile ha incorporado el análisis de la actividad emprendedora en regiones, generando alianzas con prestigiosas Universidades e Instituciones regionales que han permitido contar con datos representativos a nivel regional; en el presente ciclo participaron las regiones de Tarapacá, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, Maule, Biobío, Araucanía y Los Lagos.

El GEM hace una recolección de información primaria relevante sobre el emprendimiento. Esto a través del uso de dos cuestionarios. La primera es una encuesta aleatoria, conocida como la APS (por su sigla en inglés) la cual consiste en aplicar un cuestionario estructurado a una muestra compuesta por 9.196 adultos mayores de 18 años (año 2016). La segunda fuente de información consiste en la aplicación de una encuesta a expertos nacionales, también conocida como NES por su sigla en inglés, sobre temas específicos del contexto para el emprendimiento en el país. Cabe mencionar que en este ciclo del GEM se encuestó a 434 expertos y expertas de 10 regiones de Chile. A diferencia de otros estudios, esta metodología permite que el GEM se focalice en la figura del emprendedor, adoptando una aproximación comprensible que permite identificar las diferentes fases de la actividad emprendedora. En el GEM se denominan emprendedores en etapas iniciales a la proporción de la población adulta y nacional que es dueña de un negocio, que no supera los 3,5 años de antigüedad, mientras que se considera un emprendedor establecido a todo aquel que es dueño de un negocio que supera los 3,5 años de antigüedad.

ACTITUDES EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO.

A diferencia de años anteriores, la región del Biobío se ubica por sobre el porcentaje nacional con un 51,7% de la población adulta que percibe buenas oportunidades para iniciar un negocio (50,4% a nivel nacional). Así y todo, llama la atención que un buen porcentaje de habitantes de la región del Biobío, considera que el ser emprendedor es una opción de carrera deseable y reconocen que los emprendedores exitosos son reconocidos positivamente (71.8% y 69.7%, respectivamente). Junto con lo anterior, la región del Biobío muestra un avance respecto a años anteriores en lo referente a la intención emprendedora entre aquellos no involucrados en alguna actividad emprendedora, ya que sobrepasa levemente la media nacional con un 45.5% (44,7% a nivel nacional).

En lo referente al miedo al fracaso de los emprendedores establecidos de la región, se observa que un 26,6% de los emprendedores del Biobío considera al fracaso como un obstáculo para iniciar alguna actividad empresarial. Es importante señalar que este último dato no es del todo positivo para la región, ya que sobrepasa el porcentaje a nivel país en 10,1 puntos porcentuales. Es decir, en la región del Biobío hay un mayor porcentaje de personas adultas que perciben el miedo al fracaso como un obstáculo.

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO.

La región del Biobío ha mostrado históricamente bajas tasas de emprendimientos iniciales en su población con respecto al resto del país. El año pasado fue particularmente positivo en relación a este indicador (22.7%). Sin embargo, durante el presente año, la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales en la región del Biobío fue de un 19.7%. Este no es un dato muy alentador para la región, ya que además de disminuir en casi 3 puntos porcentuales, la región se posiciona como aquella que posee el porcentaje más bajo del país.

En el año 2016, en la región del Biobío el 66% de los emprendedores nacientes, 58% de los nuevos empresarios y 61% de los emprendedores establecidos, consideran que habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en la región.

En 2016 se confirma la tendencia de los últimos años respecto a que la participación de las mujeres en la actividad emprendedora se aproxima al porcentaje de hombres en etapas de emprendimiento iniciales y establecidas, aunque en 2016 se aprecia una diferencia clara en relación a un TEA más alto por parte de los hombres.

ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO.

El 21,3% de los emprendedores de la región del Biobío manifestaron sus intenciones de hacer crecer sus empresas, observado a través de los emprendedores que tienen altas expectativas de generación de empleo (más de 10 empleos en los próximos 5 años). Esto sitúa a la región del Biobío nuevamente bajo el promedio nacional (25,3%) acrecentando la brecha observada en años anteriores a 2016.

En otro aspecto importante de competitividad, un 52,3% de los emprendedores iniciales del Biobío indica que sus productos tienen un alto grado de novedad para el mercado. Si bien esta cifra es positiva, al incrementar respecto a la medición anterior y ubicarse sobre la media nacional, se destaca un amplio porcentaje de emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidas que declara no usar nuevas tecnologías en sus procesos productivos.

Respecto a los planes de expansión internacional, este 2016, tanto los emprendedores iniciales (53,2%) como los establecidos (78,2%) de la región no tienen clientes en el extranjero. La región del Biobío incluso presenta una significativa menor disposición a expandirse a los mercados internacionales, si se compara con el resto del país.

CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO.

Los antecedentes que se exponen en este reporte permiten corroborar que entre 2013- 2016 las mismas cinco dimensiones han sido consistentemente mal evaluadas por los expertos: Educación, transferencia de I+D, acceso al financiamiento, acceso al mercado e infraestructura comercial y profesional. Así mismo, ha sido consistente la evaluación media de los factores: Políticas de gobierno, programas de gobierno y normas socio-culturales. Por su parte, el factor acceso a infraestructura física recibe permanentemente una alta evaluación.

¿CÓMO ES EL EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DEL BIOBÍO?

LAS 10 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO EN 2016

EXPORTACIÓN

El 53,2% de los emprendedores iniciales y el 78,2% de los establecidos no tienen clientes en el extranjero.

SEXO

El 16,5% de la población adulta femenina de la región son emprendedoras en etapas iniciales, el porcentaje de los hombres es igual a 22,9%

EDAD

La edad promedio de los emprendedores iniciales es de 29 años, mientras que la de los establecidos es de 59 años.

INNOVACIÓN

El 52,3% de los emprendedores en etapas iniciales y el 40,8% de los establecidos, consideran que sus productos o servicios son muy novedosos.

ESCOLARIDAD

Iniciales: 25,4% con educación superior y 21,3% con educación post secundaria.

TECNOLOGÍA

El 63,9% de los emprendedores iniciales y el 86,6% de los establecidos no utilizan nuevas tecnologías o procesos.

CREACIÓN DE EMPLEO

El 55,1% de los emprendedores iniciales y el 53% de los establecidos esperan contratar de 1 a 5 trabajadores en los próximos 5 años.

DEDICACIÓN

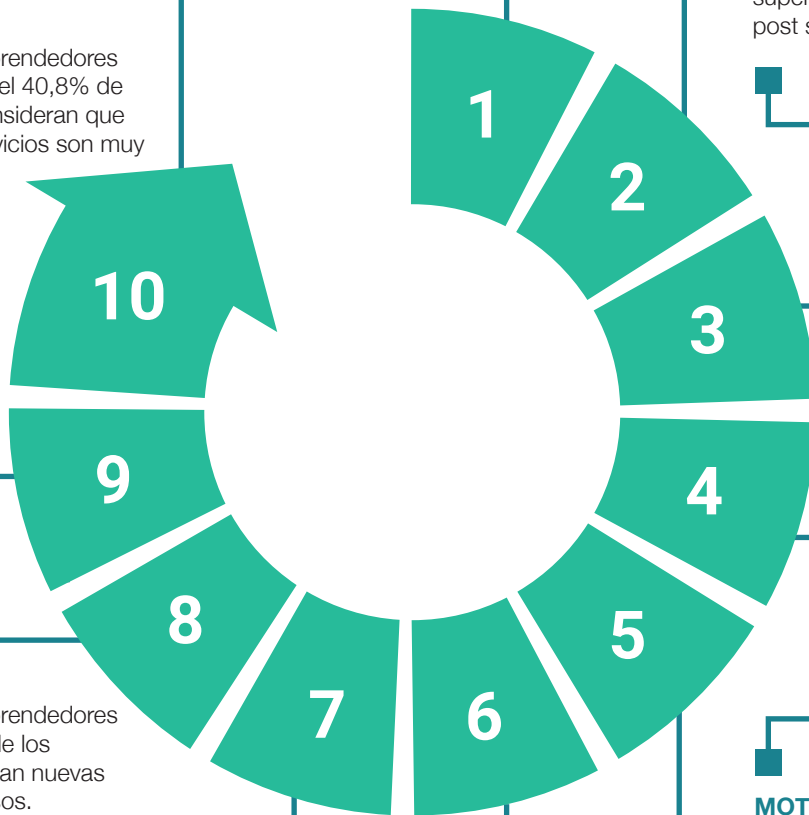
El 43% de los emprendedores iniciales se declara empleador junto con otra actividad dependiente y el 77,4% de los establecidos se declaran empleador por cuenta propia.

MOTIVACIÓN

Un 40% de los emprendedores en etapa inicial emprende por necesidad en Biobío.

SECTOR ECONÓMICO

El 59,7% de los emprendedores en etapas iniciales y el 43,4% de los establecidos están insertos en sectores orientados al consumidor



 Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2016



1 INTRO DUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

La actividad emprendedora es sin duda una fuente de cambios económicos y sociales. Sin embargo, la relación entre emprendimiento y desarrollo aún está lejos de ser comprendida, sobre todo cómo el emprendimiento incide de forma positiva no solo en el crecimiento económico sino, en otros aspectos más integrales del concepto desarrollo. Paralelamente, los esfuerzos por desentrañar estas complejas relaciones han sido particularmente obstaculizados por la carencia de bases de datos sobre actividad emprendedora comparable entre los distintos países, carencia que se profundiza a nivel regional.

Los análisis tradicionales de crecimiento económico y competitividad han tendido a relegar el rol que desempeñan nuevas y pequeñas empresas en la economía. El GEM adopta una aproximación comprensible y considera el grado en que estas empresas son relevantes dentro del contexto económico de un país y de una región, identificando diferentes tipos y fases de emprendimiento.

Asimismo, el GEM dentro de su modelo conceptual explora el rol de la actividad emprendedora en la economía y, como ya se ha mencionado, pone especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico.

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.

El GEM explora el rol de la actividad emprendedora en la economía, poniendo especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, el modelo del GEM reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de las naciones, así como las diferencias en el rol y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas. Con esto, 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. De esta manera, 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, quienes inician los nuevos negocios y estos pueden ser reforzados por la valoración social positiva hacia 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 actividad emprendedora. Los beneficios del emprendimiento son relevantes, pues involucran la participación de todos los grupos de la sociedad, incluidas las mujeres, diferentes grupos etarios y con diferentes niveles de educación, así como las minorías desfavorecidas. Por último, una tercera 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 MARCO CONCEPTUAL DEL GEM

Durante los últimos 16 años, el marco conceptual y las definiciones básicas del GEM evolucionaron gradualmente sin comprometer la comparabilidad de la información recopilada, pero brindando mayor claridad para entender las relaciones entre las distintas variables que afectan el emprendimiento. Este proceso fue apoyado por el trabajo de muchos investigadores que, a partir de datos del GEM, contribuyeron a entender mejor el fenómeno del emprendimiento y la creación de nuevas empresas (Álvarez et al., 2014, Bosma, 2013, Levie y Autio, 2008; Reynolds et al., 2005). La definición de emprendimiento planteada en los primeros reportes del GEM -en el contexto de la comprensión del rol del emprendimiento en el crecimiento económico- fue la siguiente:

“Cualquier intento de nuevo negocio o la creación de empresas, tales como trabajo por cuenta propia, una nueva organización de la empresa, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido.”

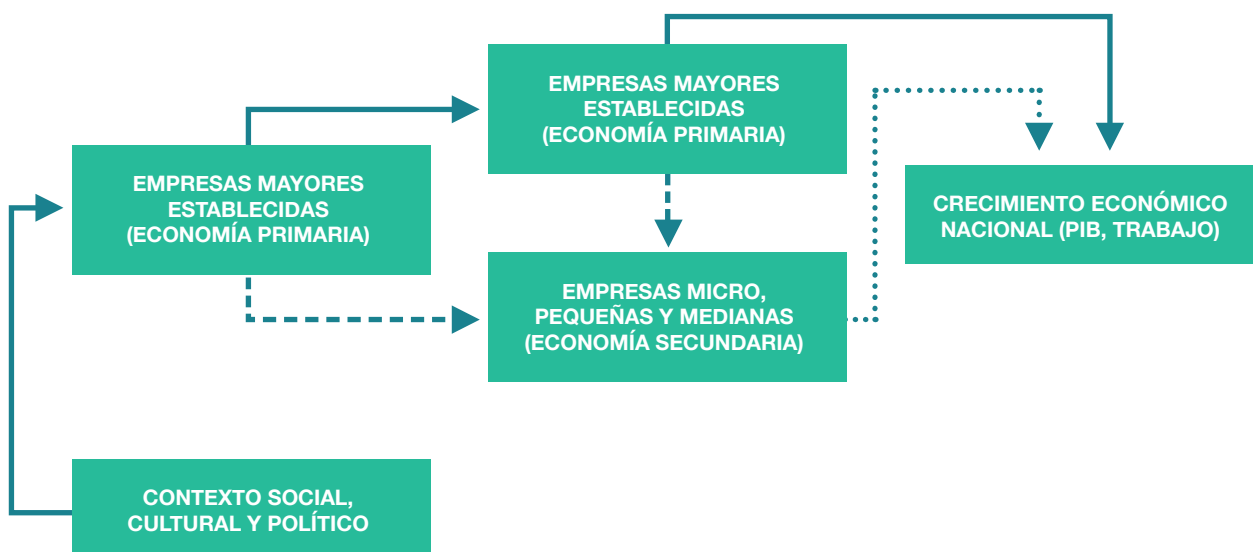
(Reynolds et al., 1999, p. 3)

De esta definición surgieron tres preguntas que abrieron el camino a la encuesta del GEM:

- El nivel de actividad empresarial ¿varía entre los países? y, en caso afirmativo, ¿en qué medida?
- El nivel de actividad empresarial ¿afecta a la tasa de crecimiento económico y la prosperidad de un país?
- ¿Qué hace que en un país la gente emprenda más?

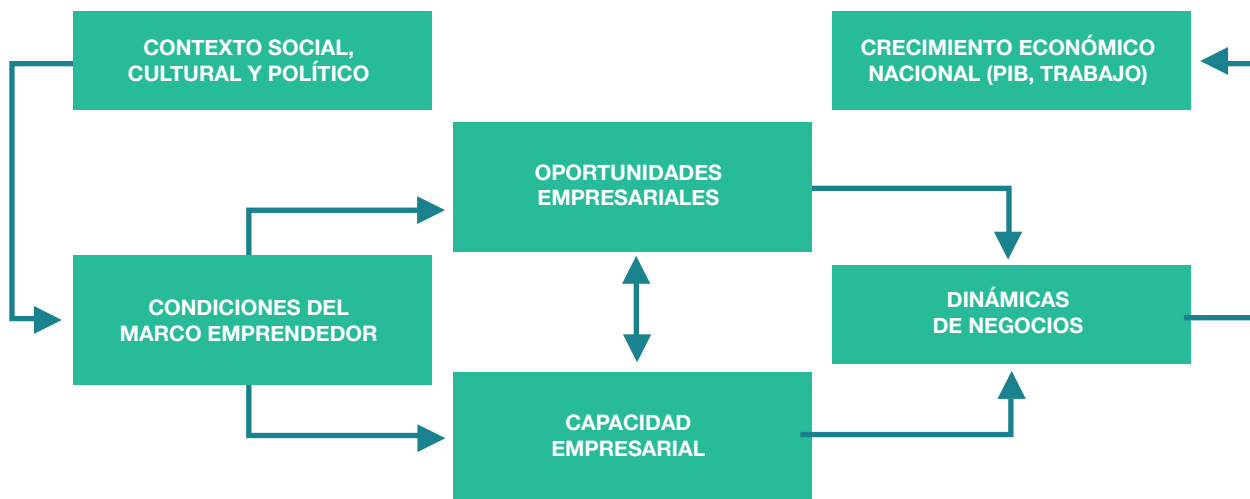
Con el fin de responder a estas preguntas, el GEM ha tenido que apartarse del enfoque convencional sobre el crecimiento económico nacional y desarrollar un nuevo marco conceptual. El modelo tradicional de crecimiento económico nacional (Figura 1.1) contrasta con el marco conceptual (Figura 1.2), en cuanto este último asume el supuesto básico de que el crecimiento económico nacional es el resultado de las capacidades personales de los individuos para identificar y aprovechar las oportunidades, y que este proceso sucede en constante interacción con el medio ambiente. En el año 2008, en base al análisis de sus resultados anuales, El GEM desarrolló un marco conceptual que es el que se encuentra representado en la Figura 1.3.

FIGURA 1.1: MODELO CONVENCIONAL DE CRECIMIENTO ECONÓMICO NACIONAL



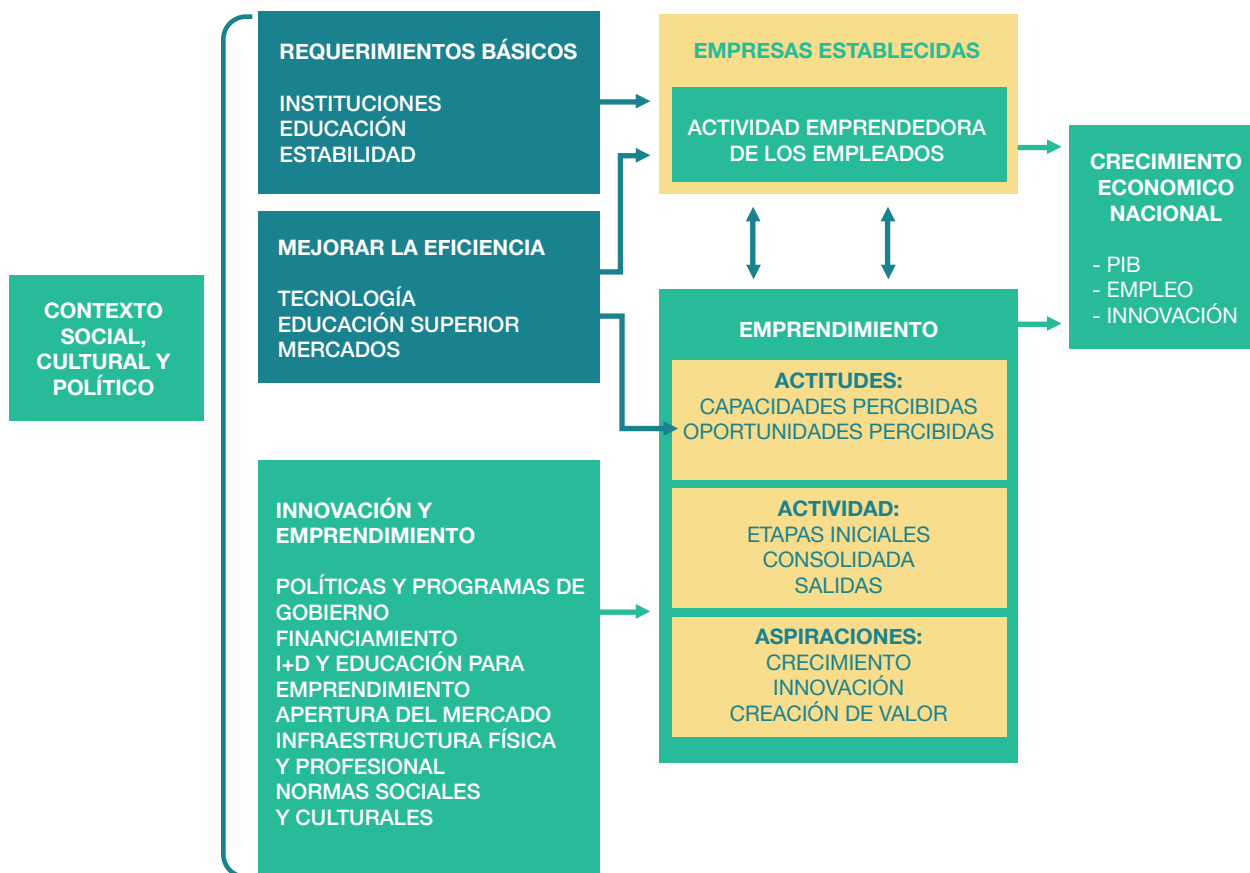
Fuente: Reynolds, P. D., Hay, M., Camp, S.M. Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report, p. 9.

FIGURA 1.2: MODELO DE PROCESOS EMPRENDEDORES QUE AFECTAN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO NACIONAL



Fuente: Reynolds, P. D., Hay, M., Camp, S.M. Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report, p. 10.

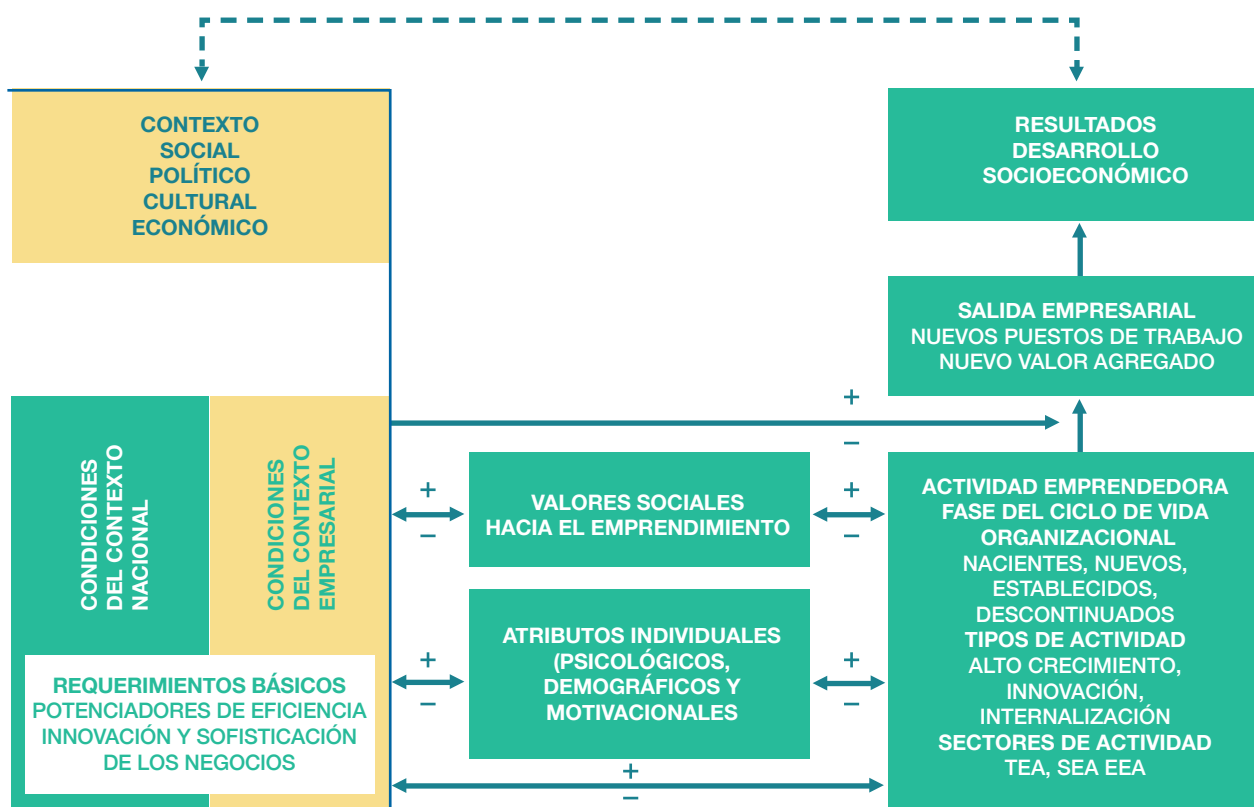
FIGURA 1.3: EL MODELO DEL GEM HASTA 2014



La revisión a fondo de este marco conceptual del GEM representa la “apertura de la caja negra” del emprendimiento, tal como se presenta en el marco conceptual actual (Figura 1.4). Desde el comienzo del proyecto GEM, se asumían implícitamente las relaciones entre las actitudes, aspiraciones y actividades que estaban

construidas en el marco conceptual, pero sin explicar la naturaleza de estas relaciones. Ahora se pretende probar las características de las relaciones supuestas entre los valores sociales, los atributos personales y diversas formas de actividad empresarial:

FIGURA 1.4: EL MARCO CONCEPTUAL REVISADO DEL GEM 2016-2017



En este nuevo marco conceptual algunos de los supuestos básicos que se han modificado son, principalmente:

1. Que la actividad emprendedora no es un acto heroico de un individuo, independientemente del entorno en el que se realiza la actividad.
2. La actividad emprendedora es consecuencia de la interacción entre la percepción de oportunidades que detecta un individuo, la capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre esto y las condiciones distintas del respectivo entorno en el que se encuentra el individuo.

El proyecto GEM ha venido confirmando que el nivel de la actividad emprendedora varía entre países, lo que, además, también confirma que se necesita tiempo y coherencia en las intervenciones de política con el fin de construir los factores que contribuyen a la actividad emprendedora. Las encuestas del GEM también han confirmado que la actividad emprendedora, en diferentes

formas (naciente, establecida, intra-empresarial) se correlaciona positivamente con el crecimiento económico, pero que además, esta relación es diferente a lo largo de las fases de desarrollo económico (Acs y Amorós, 2008; Van Stel et al., 2005; Wennekers et al., 2010). Asimismo, las condiciones del contexto social, político, cultural y económico, afectan la capacidad individual para identificar y aprovechar las oportunidades. Así también, la capacidad de la sociedad para desarrollar la cultura emprendedora son muy relevantes tanto para crear un mayor número de nuevas empresas como para promover individuos emprendedores con mayor ambición de hacer crecer su negocio e incorporar innovación (WEF-GEM, 2015). Con esto, el GEM también puede ayudar a comprender cómo iniciativas públicas y privadas pueden mejorar los ecosistemas pro-empresarial (Drexler y Amorós, 2015). Por lo tanto, el GEM sigue centrándose en la contribución al desarrollo de la economía mundial a través de la investigación del emprendimiento, siguiendo la misión del GERA y los objetivos específicos planteados por el GEM. 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, bajo este nuevo marco conceptual, se focaliza en estos objetivos fundamentales:

- Determinar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico en las economías de los diferentes países.
- Descubrir los factores que favorecen o dificultan la actividad emprendedora, especialmente de las relaciones entre las condiciones del contexto nacional para el emprendimiento, valores sociales, características personales y la actividad emprendedora.
- Identificar las implicaciones políticas para la mejora de la capacidad emprendedora en una economía.


Desde el año 2008 (Bosma et al., 2009), el GEM ha seguido la tipología del Foro Económico Mundial (Porter et al., 2002) relacionada con los niveles de desarrollo

económico: economías basadas en los recursos, las economías basadas en eficiencia y las economías basadas en innovación. Esto contribuyó a mostrar cómo el GEM se complementa y puede complementar otras grandes encuestas de creación de nuevas empresas, proporcionando información importante sobre los individuos (atributos, valores y actividades) y su interacción con el medio ambiente en la práctica de la conducta emprendedora (proactividad, innovación y decisiones responsables).

1.3 LOS COMPONENTES REVISADOS DEL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM

El Foro Económico Mundial utiliza doce pilares para perfilar las fases del desarrollo económico en el contexto de la competitividad de los países. Estos pilares miden el contexto social, cultural, político y económico. El GEM aporta a esta perspectiva nueve componentes denominados Condiciones del Contexto Emprendedor (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC), tal como se presenta en la Tabla 1.1. Es importante destacar que estos pilares están presentes en diferentes combinaciones entre los distintos tipos de economías, y que los niveles de desarrollo económico están determinados por la presencia dominante del grupo específico de pilares que corresponde a cada nivel de desarrollo. En este contexto, el marco conceptual del GEM también supone que las economías más desarrolladas presentan mejores condiciones para el emprendimiento.

TABLA 1.1: EL CONTEXTO SOCIAL, CULTURAL, POLÍTICO Y ECONÓMICO Y LAS FASES DE DESARROLLO ECONÓMICO

	DE OTRAS FUENTES DISPONIBLES	DE LA ENCUESTA NACIONAL DE EXPERTOS (NES)
Fases del desarrollo económico	Condiciones del Marco Nacional, basado en los pilares del Foro Económico Mundial para perfilar las fases de desarrollo económico	Condiciones del Contexto Emprendedor
Requerimientos básicos economías basadas en recursos	- Instituciones - Infraestructura - Estabilidad macroeconómica - Salud y educación primaria	
Potenciadores de eficiencia - clave para las economías basadas en eficiencia	- Mayor educación y formación - Eficiencia del mercado de bienes - Eficiencia del mercado laboral - Sofisticación del mercado financiero - Preparación tecnológica - Tamaño de mercado	
Factores de innovación y sofisticación - clave para las economías basadas en innovación	- Sofisticación de los negocios - Innovación	Financiamiento al emprendimiento Política gubernamental Programas gubernamentales para el emprendimiento Educación para el emprendimiento Transferencia de I+D Apertura del mercado interno Infraestructura física para el emprendimiento Estructura legal y comercial para el emprendimiento Cultura y normas sociales

Es importante señalar que todos los componentes del entorno en el que las mujeres y los hombres actúan de forma emprendedora (con cierto nivel de pro-actividad e innovación) son interdependientes. Esta dependencia no solo exige

un enfoque holístico en la investigación, sino también en el diseño de políticas adecuadas para la construcción de un ambiente de apoyo en el que el comportamiento emprendedor se pueda realizar. Además de las condiciones del contexto emprendedor, se distinguen los siguientes determinantes de la actividad emprendedora:

- Valores sociales hacia la iniciativa emprendedora: incluye aspectos como la valoración positiva al emprendimiento como elección de carrera, el estatus social que reciben y la atención mediática que reciben los emprendedores exitosos.
- Atributos individuales: incluye diferentes factores demográficos (como el género, la edad, la ubicación geográfica), psicológicos (capacidades percibidas, las oportunidades percibidas, miedo al fracaso) y aspectos motivacionales (necesidad versus oportunidad, deseo de independencia, entre otros).
- Actividad emprendedora: se define de acuerdo a las fases del ciclo de vida del emprendimiento (nacientes, nuevos empresarios, empresarios establecidos, discontinuación del negocio), los tipos de actividad (alto crecimiento, innovación, internacionalización) y a la caracterización de la actividad (emprendimientos independientes en etapas iniciales -TEA, emprendedores sociales -SEA, actividad emprendedora de los empleados -EEA).

1.4 METODOLOGÍA DEL GEM

En la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos del GEM hay una colaboración entre cada equipo nacional y el equipo central de datos del GERA, apoyado por dos cuerpos formados por representantes de los equipos nacionales: el Comité Asesor de Investigación e Innovación (quienes definen aspectos sobre el marco conceptual, las definiciones operacionales y la metodología, incluyendo herramientas para el trabajo de campo) y el equipo de Calidad de Datos. El equipo de datos del GERA coordina con los equipos nacionales el proceso de recolección de estos, la definición de muestras nacionales (o regionales) representativas, el diseño e implementación del trabajo de campo y la codificación de la información recogida.

Con el fin de capturar las interacciones entre los individuos y el entorno en el que actúan, el GEM utiliza dos cuestionarios para recolectar datos primarios:

- La Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey, APS) se hace a un mínimo de 2.000 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 entre los meses de mayo y agosto de cada año. En esta encuesta se hacen preguntas precisas acerca de la participación y la actitud hacia el emprendimiento. Con esto se recopilan los datos que permiten analizar, en profundidad, los elementos del marco conceptual del GEM que tienen relación directa con los valores sociales hacia el emprendimiento, los atributos individuales y las actividades emprendedoras de las personas a nivel nacional, situando a los diferentes países dentro de este contexto internacional.

- La Encuesta Nacional de Expertos (National Expert Survey, NES) es una encuesta más de tipo cualitativa, que recoge información de las condiciones del contexto emprendedor de cada país. 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.

Ambas encuestas son idénticas para todos los países, economías o regiones que participan en el GEM, de tal manera que tener estas herramientas estandarizadas, así como los procedimientos, permiten asegurar la calidad de los datos y que estos sean comparables entre los países/regiones participantes. Cada año se agregan o modifican algunas de las preguntas, tanto a la APS como a la NES, con la finalidad de obtener información sobre temas especiales. Por ejemplo, los temas especiales más recientes fueron la actividad emprendedora de los inmigrantes, jóvenes emprendedores y emprendimiento y bienestar.

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. Los datos recogidos por los equipos nacionales son parte del conjunto global de datos del GEM y todas las actividades computacionales son realizadas por el equipo de expertos en el GERA. El informe anual global es producido por los investigadores que se ofrecieron como voluntarios de los equipos nacionales.

1.5 PRINCIPALES INDICADORES DEL GEM

Sobre la base del marco conceptual del GEM y los datos recogidos, se calcula un numeroso conjunto de indicadores, los que se presentan en los informes mundiales y nacionales. El 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 1.5 resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribución 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.

¹ La información actualizada sobre los procedimientos de recolección de datos está disponible en el Manual de Datos del GEM en www.gemconsortium.org.

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 su sigla en inglés (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity). El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aun cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tenga éxito en iniciar su negocio, sus actividades pueden tener un efecto beneficioso en la economía porque, tanto el ingreso de nuevos competidores y los eventuales nuevos productos y servicios que estos ofrecen, pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño. Este indicador se puede enriquecer, adicionalmente, por el suministro de información relacionada con la inclusión (sexo, edad), el impacto (el crecimiento del negocio, la innovación, la internacionalización) y la industria (sectores).

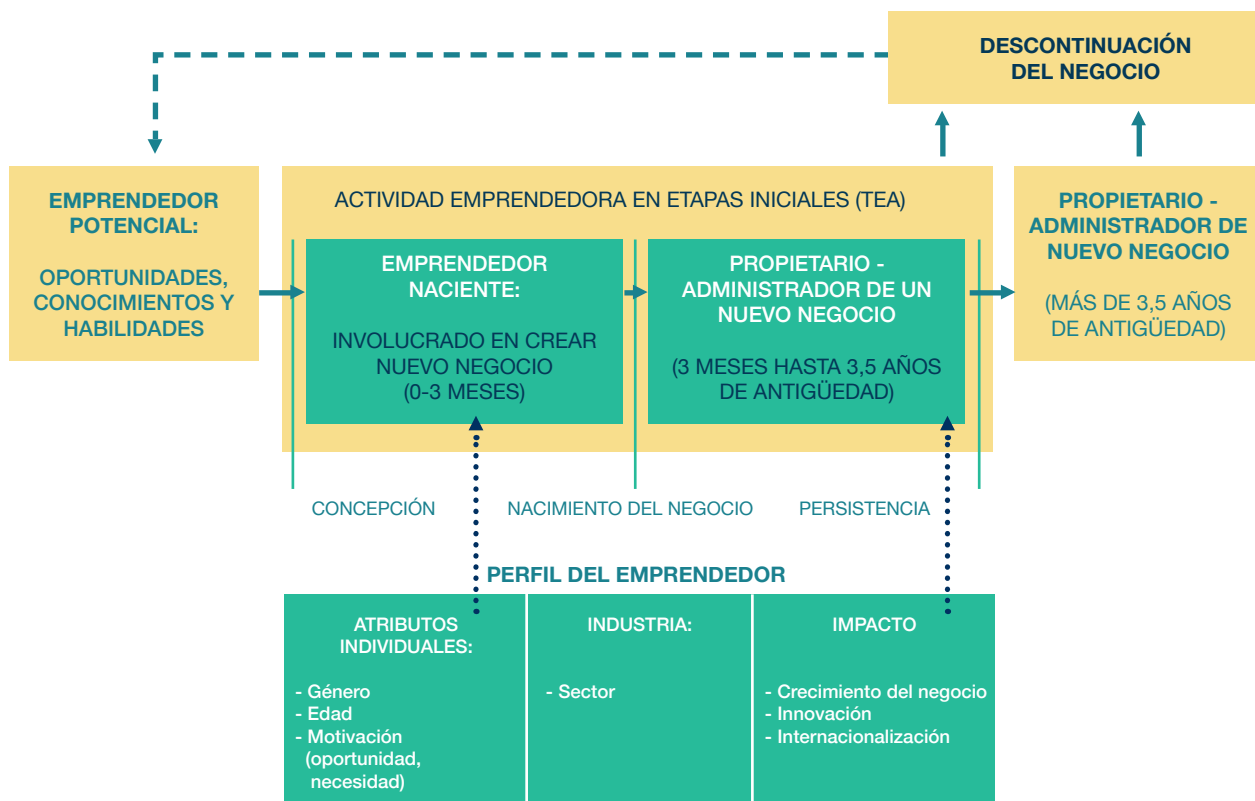
Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como emprendedores establecidos. Sus negocios han sobrevivido el denominado “valle de la muerte” y han dejado las etapas iniciales. Un país que posee una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede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

Adicional al TEA, desde el año 2011 se calcula la tasa de participación de los empleados en las actividades emprendedoras, o EEA, por sus siglas en inglés (Entrepreneurial Employee Activity), que está relacionada con el desarrollo o el lanzamiento de nuevos productos o servicios, o la creación de una nueva unidad de negocio, o de un nuevo establecimiento o filial dentro de un negocio establecido. También se está explorando, a partir del año 2015, la tasa de personas que participan en las actividades emprendedoras con un objetivo social, cuyos indicadores se publicarán en futuros reportes.

1.6 SOBRE ESTE REPORTE

La información del ciclo 2016 está dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. En este reporte se pretende dar cuenta de los diferentes indicadores de la dinámica emprendedora (valores sociales hacia el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora) así como el contexto para emprender en la región del Biobío.

FIGURA 1.5: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM





2

**LA PERSPECTIVA
DEL EMPRENDIMIENTO
EN LA REGIÓN
DEL BIOBÍO**

2. LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO

EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO

En esta sección del reporte se presentan los principales resultados de la encuesta a la población adulta (APS, por su sigla en inglés) de la región del Biobío. Los resultados se ordenan de acuerdo al marco conceptual del GEM, describiendo primero los datos sobre actitudes emprendedoras, luego se comentan los resultados sobre actividad emprendedora, concluyendo la sección con los antecedentes relacionados con las aspiraciones emprendedoras de los habitantes del Biobío. Gran parte de las Tablas y Figuras que se exhiben comparan los datos de la región del Biobío con el país y/o con otras regiones.

2.1 ACTITUDES EMPRENDEDORAS

La importancia del emprendimiento ha aumentado en los últimos años, dado por el creciente dinamismo y naturaleza evolutiva de la economía actual (Acs et al. 2012), pero, además, porque el emprendimiento contribuye al progreso económico de los países, y se espera por tanto, que mejore el bienestar de la sociedad (Baumol 2010). Esta es una razón suficiente para que los países y sus diferentes regiones intenten desarrollar ambientes favorables que promuevan entre sus habitantes una actitud positiva hacia el emprendimiento y el desarrollo de sus capacidades emprendedoras, a fin de que puedan percibir y explotar las oportunidades de negocios. Parte importante de un ambiente favorable, son los empresarios exitosos de la región, que a través de su ejemplo y liderazgo, generan entre los individuos una valoración positiva hacia el empresariado y sobre sus propias capacidades para emprender.

El hecho de que una persona tenga una actitud positiva hacia el emprendimiento no implica necesariamente que vaya a iniciar un negocio. Antes de ello, el individuo deberá realizar consciente e instintivamente una serie de evaluaciones. Entre ellas se evalúan los costos de oportunidad entre los retornos esperados por iniciar una actividad emprendedora versus, por ejemplo, desempeñarse como empleado. Un aspecto significativo en este sentido, es la actitud que los emprendedores tienen hacia el riesgo. La literatura menciona que aquellos individuos que evalúan positivamente una idea emprendedora perciben menos riesgo en esa idea o son propensos al riesgo (Tat Keh et al. 2002). Esto último, también puede vincularse al ámbito social, ya que un individuo que perciba menos riesgo hacia la actividad emprendedora, debiera percibir menos miedo social hacia el fracaso empresarial (Amorós and Mancilla 2012).

En general, medir las actitudes emprendedoras es importante porque permitirá conocer si las personas

de un país o una región en particular, son capaces de valorar las buenas oportunidades para iniciar un negocio. En este sentido, las diferencias demográficas son parte importante en cualquier estudio, ya que estas diferencias – relacionadas con el desarrollo económico, social y cultural de los países – influirán de distinta manera en la actividad emprendedora de los países o regiones. Esto no es extraño en un país como Chile, donde la geografía marca diferencias importantes en la idiosincrasia de la población.

La Tabla 2.1 muestra las cifras de varios indicadores obtenidos desde el GEM y que retratan la actitud emprendedora en cada una de las regiones de Chile que participan del estudio. Los datos señalan una mejor percepción de oportunidades, principalmente en las regiones sur extremas del país. Así, por ejemplo, un 66% de las personas de la región de Magallanes perciben buenas oportunidades para iniciar alguna actividad empresarial. Le sigue la región de Aysén, con un 58,1% de sus habitantes que perciben buenas oportunidades. A diferencia de años anteriores, la región del Biobío queda por sobre el porcentaje país (50,4%) con un 51,7%. Sin embargo, hay que mencionar que esto puede ser consecuencia de que el porcentaje de chilenos con percepciones positivas hacia las oportunidades emprendedoras ha decaído en los últimos años. Así y todo, llama la atención que un buen porcentaje de habitantes de la región del Biobío, considera que el ser emprendedor es una opción de carrera deseable y reconocen positivamente a los emprendedores exitosos (71.8% y 69.7% respectivamente). Además, un importante porcentaje de habitantes considera que los medios de comunicación frecuentemente prestan atención a emprendedores exitosos (65.2%). Junto con lo anterior, la región del Biobío muestra un avance respecto a años anteriores en lo referente a la intención emprendedora, ya que sobrepasa levemente la media nacional con un 45.5%. Otro dato relevante es el relacionado con el miedo al fracaso de los emprendedores de la región. En este sentido, se observa que un 32.8% de los emprendedores del Biobío considera el fracaso como un obstáculo para iniciar alguna actividad empresarial. Es importante señalar que este último dato no es del todo positivo para la región, puesto que sobrepasa el porcentaje a nivel país en 6.7 puntos porcentuales. En otras palabras, un mayor porcentaje de emprendedores del Biobío percibe el fracaso como un obstáculo empresarial, en comparación con la media nacional. Finalmente, y a pesar de este último dato, creemos que los datos obtenidos del GEM 2016 muestran una evolución positiva de la visión que los habitantes del Biobío tienen sobre el emprendimiento, lo que consecuentemente podría afectar de forma positiva la tasa de emprendimiento local.

TABLA 2.1: ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRENDEDORAS EN REGIONES PARTICIPANTES DE GEM CHILE.

Región	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso*	Intenciones emprendedoras**	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Reconocimiento emprendedores exitosos	Atención medios de comunicación a emprendimiento
Arica y Parinacota	47.7%	66.7%	26.1%	58.3%	69.8%	60.5%	63.5%
Tarapacá	49.3%	65.8%	28.8%	56.3%	68.5%	65.4%	51.1%
Antofagasta	49.6%	65.0%	32.1%	56.1%	65.2%	66.2%	53.7%
Atacama	36.2%	62.8%	30.8%	45.4%	75.6%	68.2%	59.4%
Coquimbo	54.1%	60.7%	30.0%	51.5%	70.1%	66.4%	60.6%
Valparaíso	47.6%	61.9%	28.6%	50.7%	64.7%	62.2%	58.0%
Metropolitana	51.7%	59.8%	31.7%	45.2%	59.9%	61.3%	58.9%
O'Higgins	53.3%	60.5%	31.0%	47.1%	74.0%	67.2%	65.6%
Maule	51.3%	62.1%	29.0%	52.1%	75.1%	66.1%	64.0%
Biobío	51.7%	61.1%	32.8%	45.5%	71.8%	69.7%	65.2%
Araucanía	42.1%	60.6%	31.7%	49.1%	64.9%	66.4%	54.9%
Los Ríos	46.6%	64.6%	35.0%	46.4%	76.0%	67.5%	70.0%
Los Lagos	48.9%	62.8%	32.5%	50.6%	68.0%	59.4%	63.7%
Aysén	58.1%	70.6%	27.8%	52.0%	67.4%	62.7%	64.1%
Magallanes	66.6%	63.9%	31.7%	53.8%	65.6%	59.5%	58.7%
Chile	50.4%	61.2%	26.1%	44.7%	65.6%	63.8%	60.3%

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

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

 Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS). 2016

La Tabla 2.2 exhibe los datos sobre la actitud hacia el emprendimiento según la fase en la que se encuentra su emprendimiento.

Respecto de la primera pregunta: ¿Cree Usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive? Se confirma lo anteriormente observado en la Tabla 2, respecto a una disminución en la percepción de oportunidades respecto a la medición anterior, sin embargo en la región del Biobío se evidencia una menor caída. Si bien, en la medición anterior las respuestas afirmativas se encontraban bajo la media nacional, en el ciclo actual se ubica levemente sobre la media nacional. Puntualmente, en aquellos emprendedores con operaciones entre 3 a 42 meses, existe un mayor porcentaje que percibe buenas oportunidades, en comparación con la media nacional.

En relación a la pregunta: ¿Considera que Usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa? En Biobío los porcentajes de emprendedores en sus distintas fases, y que consideran que poseen buenas competencias para emprender, son prácticamente equivalentes al resto de los emprendedores del país. Este dato corrobora una tendencia positiva en relación a años anteriores sobre la autopercepción que los

emprendedores en sus distintas fases, tienen sobre sus propias capacidades para iniciar un nuevo negocio. Para el caso de los emprendedores del Biobío en una etapa de estabilidad, poseen una autopercepción que se encuentra por debajo del promedio nacional (87% v/s 89%), sin embargo, la diferencia no es muy significativa.

En cuanto a la pregunta: ¿Está pensando en poner en marcha un nuevo negocio en los próximos 3 años? Hay que señalar que los datos observados son bastante positivos, puesto que todos los encuestados con algún grado de relación con el emprendimiento, ven con buenos ojos y piensan en crear un nuevo negocio en un mediano plazo. Los datos, muestran además que el porcentaje de emprendedores de la región es superior al promedio nacional.

Respecto de la última pregunta: ¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio? Se aprecia que un mayor porcentaje de los emprendedores del Biobío en sus distintas etapas, perciben el miedo al fracaso como un obstáculo en comparación con el promedio nacional. Cabe destacar que los mayores porcentajes de miedo al fracaso se observan en los individuos que se encuentran en una etapa más avanzada en el proceso emprendedor, es decir, los nuevos empresarios y los empresarios establecidos.

TABLA 2.2: FACTORES DE INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS(AS) SEGÚN ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)

¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Emprendedores(as) establecidos(as)
Región del Biobío	52%	52%	54%	57%	39%
Chile	49%	53%	59%	53%	42%
¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Emprendedores(as) establecidos(as)
Región del Biobío	51%	87%	89%	84%	87%
Chile	50%	86%	84%	87%	89%
¿Está pensando en poner en marcha un nuevo negocio en los próximos 3 años?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Emprendedores(as) establecidos(as)
Región del Biobío	41%	57%	67%	54%	42%
Chile	45%	55%	67%	48%	40%
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Emprendedores(as) establecidos(as)
Región del Biobío	36%	26%	21%	26%	37%
Chile	36%	23%	22%	20%	27%

 Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2016

2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

La Tabla 2.3 resume los porcentajes de actividad emprendedora en cada fase del proceso emprendedor, para cada una de las regiones participantes en el ciclo 2016. En esta tabla aparece uno de los principales indicadores de emprendimiento calculados históricamente por el GEM: la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (conocido como TEA por su sigla en inglés). El TEA es la proporción de personas entre los 18 y 64 años, que actualmente se encuentran involucrados en un emprendimiento, en calidad de emprendedor(a) naciente o como propietario(a) o director(a) de un nuevo negocio.

La región del Biobío ha mostrado históricamente, bajas tasas de emprendimientos iniciales en su población. El año pasado, fue un año particularmente positivo en relación a este indicador (22.7%). Sin embargo, durante este año, la actividad emprendedora en etapas iniciales de la región del Biobío fue de un 19.7%. Este es un dato no muy alentador para la región, ya que además de disminuir en casi 3 puntos porcentuales, la región se posiciona como aquella que posee el porcentaje más bajo del país.

El porcentaje de la población del Biobío que está involucrada en emprendimientos establecidos es de un 7,9%, cifra similar al promedio nacional (8.0%), y que además se mantiene estable en relación al año anterior. Por otra parte, en 2016, la región exhibió una leve disminución de la tasa de discontinuación de negocios, pasando de un 6.1% a un 5.0%. Este dato es positivo para la región ya que se encuentra por debajo del promedio nacional.

La literatura en emprendimiento, señala que entre los motivos principales que gatillan la discontinuación de alguna actividad empresarial se encuentran, las características individuales del fundador, los atributos, características estructurales y estratégicas de un nuevo negocio y, finalmente, las condiciones y características del entorno en la que se encuentran las nuevas firmas (Brüderl, Preisendorfer, Ziegler 1992). En esta misma línea, Headd (2003) observó en su estudio que aproximadamente un tercio de los empresarios que cerraron su negocio, declararon que sus empresas eran exitosas al momento de cerrar. Esto indicaría que la discontinuación de un

TABLA 2.3: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LAS REGIONES PARTICIPANTES EN EL GEM 2016

Región	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación
Arica y Parinacota	18.8%	11.2%	29.0%	7.8%	7.1%
Tarapacá	18.6%	9.0%	27.2%	6.2%	6.4%
Antofagasta	16.0%	10.2%	26.0%	6.0%	8.3%
Atacama	13.4%	12.3%	25.2%	5.7%	5.2%
Coquimbo	15.5%	10.1%	25.2%	7.8%	4.8%
Valparaíso	16.9%	8.9%	25.3%	11.2%	3.9%
Metropolitana	16.6%	9.9%	25.6%	7.7%	4.2%
O'Higgins	12.3%	10.0%	22.0%	7.0%	4.4%
Maule	16.6%	6.3%	22.2%	2.7%	4.8%
Biobío	13.2%	7.1%	19.7%	7.9%	5.0%
Araucanía	13.3%	8.3%	21.2%	11.5%	7.0%
Los Ríos	13.9%	10.3%	23.6%	9.4%	3.9%
Los Lagos	14.2%	10.0%	23.8%	9.8%	6.2%
Aysén	16.9%	9.6%	25.9%	9.7%	4.8%
Magallanes	14.9%	10.7%	25.2%	7.2%	6.0%
Chile	15.6%	9.3%	24.2%	8.0%	6.4%

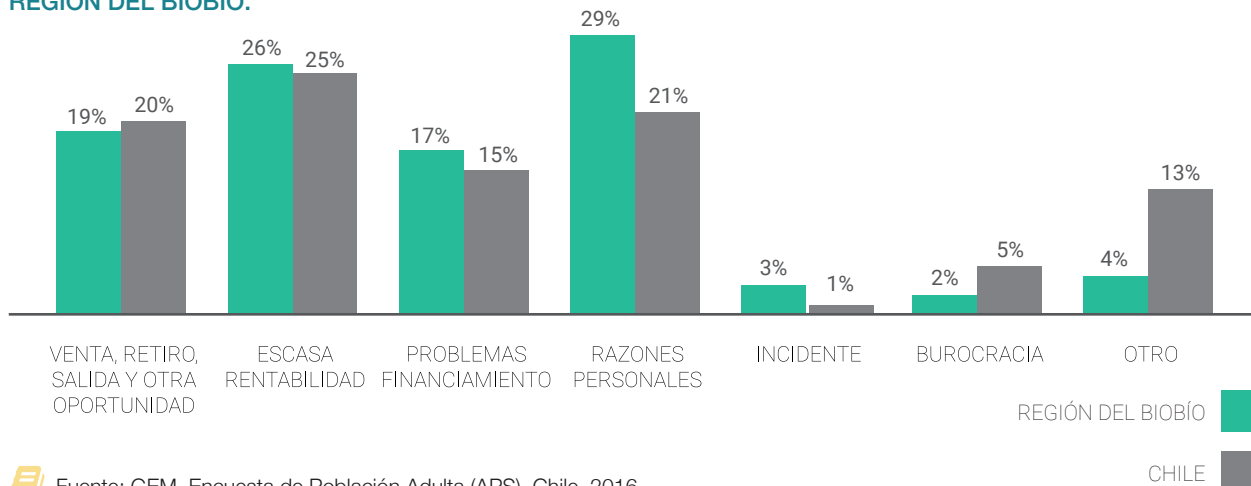
 Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS). 2016

negocio no es el fin de la carrera empresarial. Es en este contexto, en el que se produce el llamado “reciclamiento de emprendedores” (Mason y Harrison, 2006), donde los emprendedores pueden volver a entrar al mundo de los negocios con un nuevo emprendimiento u optar por invertir en negocios de otras personas.

En consecuencia, y de acuerdo a lo señalado previamente, la Figura 2.1 muestra las posibles causas que llevaron a los emprendedores, entre 18 a 64 años, a discontinuar

sus negocios durante el 2016. Se observa que el principal motivo de discontinuación en la región, está dado por problemas personales del emprendedor (29% de los casos), seguido por la escasa rentabilidad (26%), situación que se replica a nivel nacional. En tanto, como parte de las razones positivas de discontinuación de un negocio, está la opción de vender, retiro o identificar una nueva oportunidad de negocio. Este porcentaje es menor que en el ciclo anterior, pero este año está cercano a la media nacional (20%).

FIGURA 2.1: RAZONES EXPRESADAS DETRÁS DE LA DESCONTINUACIÓN DE UN NEGOCIO EN CHILE Y EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO.

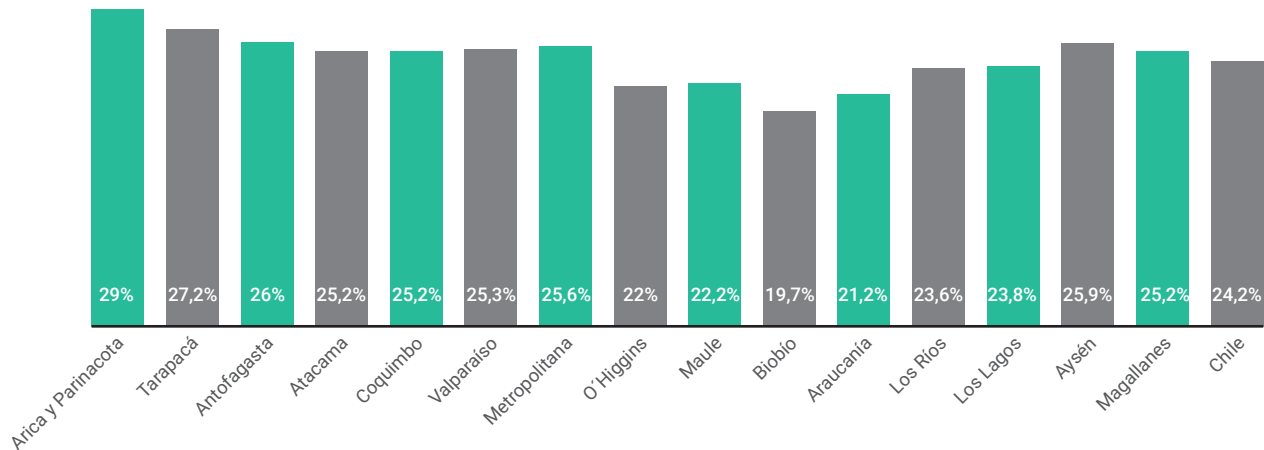


 Fuente: GEM. Encuesta de Población Adulta (APS). Chile. 2016

Por su parte, la Figura 2.2 exhibe gráficamente la tasa de emprendimiento en etapas iniciales del año 2016 para cada región participante del GEM Chile. En este gráfico se puede ratificar que el Biobío muestra un bajo TEA en comparación con el resto de las regiones del país. Aunque esto parezca negativo, es probable que este

indicador muestre señales positivas a nivel económico, dado que podría estar relacionado con el aumento de las oportunidades de empleo. Además, y de forma conjunta, dicha disminución muchas veces puede deberse al decrecimiento de emprendimientos motivados por necesidad.

FIGURA 2.2: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES (TEA) POR REGIÓN

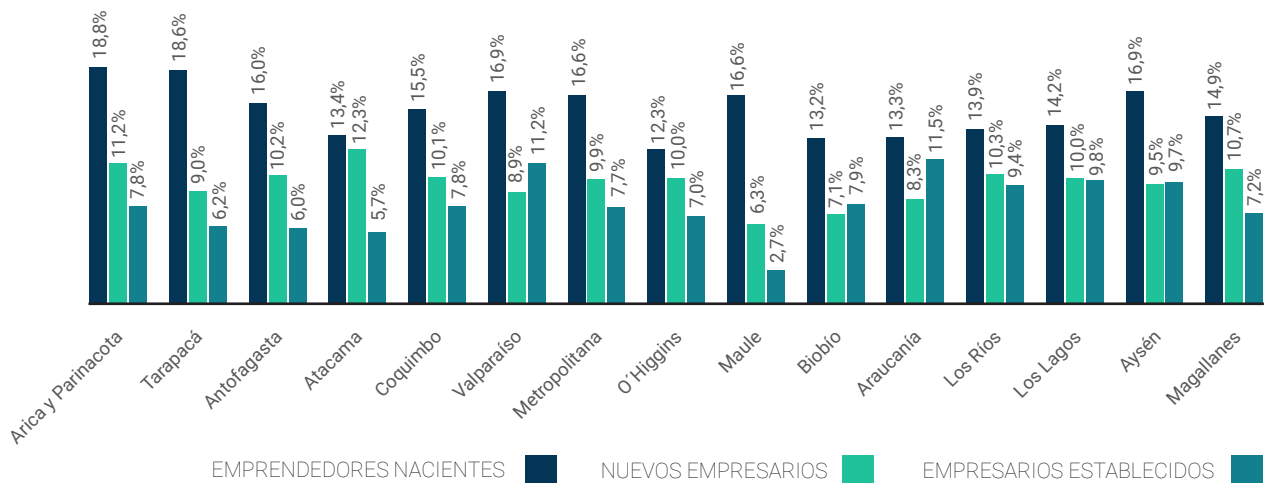


Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2016

En los últimos años se ha podido observar diferencias entre las regiones, marcadas por ámbitos como el geográfico, económico, social, etc., los cuales forman realidades que definen la actividad emprendedora propia de cada región. La Figura 2.3 muestra de alguna forma estas diferencias, junto a la proporción de las fases de la actividad emprendedora en las regiones analizadas. En ella se muestra de forma clara, que en todas las regiones predomina la actividad emprendedora naciente. En general, le siguen los nuevos empresarios y finalmente,

los emprendedores ya establecidos. Esto muestra un renacer del fenómeno emprendedor, que puede ser consecuencia de las oportunidades, necesidades o los mayores incentivos que existen para fomentar el desarrollo empresarial. Al comparar la región del Biobío respecto a la medición anterior, se observa que disminuyó la cantidad de emprendedores nacientes y nuevos empresarios, en tanto el nivel de empresarios establecidos se mantuvo constante.

FIGURA 2.3: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN QUE ESTÁ INVOLUCRADA EN LAS DIFERENTES CATEGORÍAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR REGIÓN EN CHILE



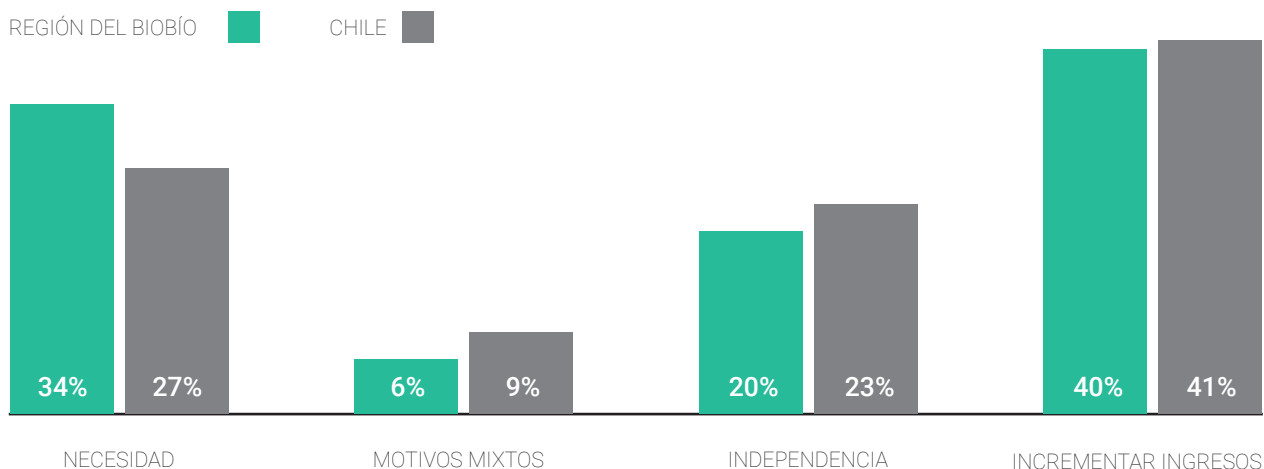
Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2016

MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS

Las motivaciones que tienen los individuos para ingresar al mundo de los negocios son un aspecto relevante para el desarrollo de cualquier actividad emprendedora. Para aquellos que emprenden por oportunidad, los motivos principales que los impulsan son: (1) el incremento de sus ingresos y, (2) tener una mayor independencia. En contraparte, se encuentra que los motivos que impulsan a los emprendedores por necesidad, son la falta de opciones para desarrollarse laboralmente y la mantención de su nivel de ingreso.

En la Figura 2.4 se puede apreciar las motivaciones de los emprendedores en etapas iniciales de la región y de Chile para el año 2016. Los datos que se observan, reflejan que el principal motivador, en la región del Biobío, fue aprovechar una oportunidad para incrementar sus ingresos (40%), seguido por aquellos motivados por necesidad (34%) y aquellos que buscan una mayor independencia (20%).

FIGURA 2.4: BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES

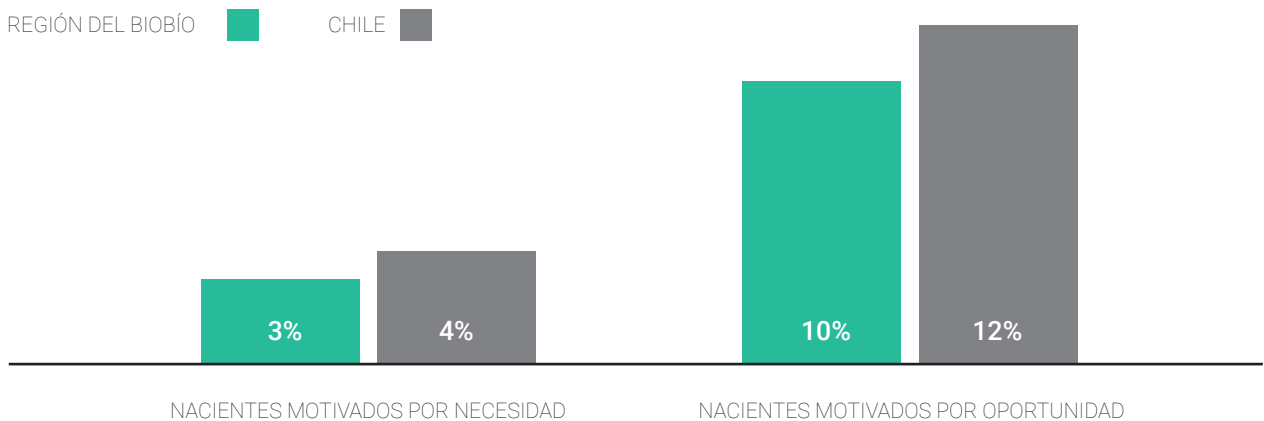


 Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). 2016

Analizando esta situación desde otra perspectiva, nos preguntamos si los emprendedores nacientes (menos de 3 meses de operación) actúan motivados por necesidad o por la búsqueda de una oportunidad. Históricamente, los resultados del GEM han indicado que, tanto a nivel nacional como regional, las personas emprenden

mayoritariamente por oportunidad. De acuerdo a la Figura 2.5, encontramos que esta tendencia se mantiene en el año 2016, es decir, que, tanto a nivel regional como nacional, los emprendedores nacientes emprenden por oportunidad (10% y 12% respectivamente).

FIGURA 2.5: EMPRENDEDORES NACIENTES POR MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER



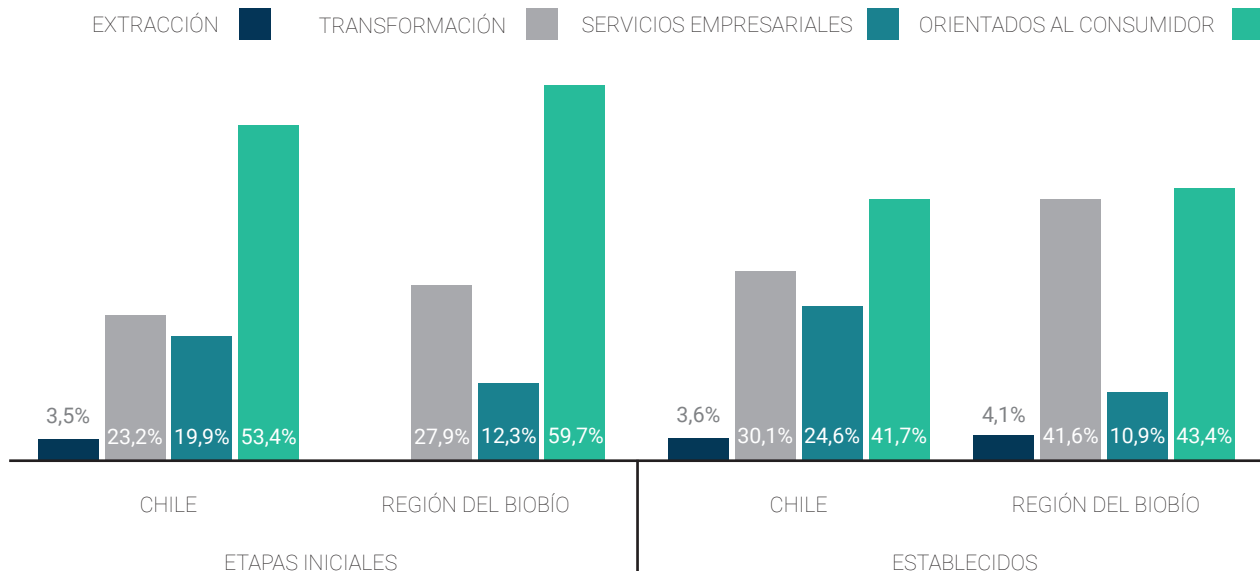
 Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). 2016

Los porcentajes que se pueden observar en la Figura 2.5, indican una mayor presencia relativa de emprendedores nacientes por oportunidad en Biobío respecto del país; en tanto, el porcentaje de emprendedores nacientes motivados por necesidad es levemente inferior en Biobío que en el resto del país. Proporcionalmente, en esta presente edición se evidencia una menor presencia relativa de emprendedores motivados por necesidad que en la medición anterior.

DISTRIBUCIÓN POR SECTORES

Otro aspecto característico a cada región del país es la importancia relativa que tienen los diferentes sectores productivos, cuya contribución varía a través de la extensa geografía chilena. La Figura 2.6 muestra la distribución de la actividad emprendedora diferenciada entre la etapa inicial y establecida de emprendimiento, tanto a nivel nacional como de la región del Biobío.

FIGURA 2.6: DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDOS



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS), 2016

En la Figura 2.6, se aprecia que en la región del Biobío, el sector que predomina es el orientado a los consumidores, tanto para emprendimientos en etapas iniciales como etapas más maduras, como los establecidos. Además, los resultados relacionados a este sector están por sobre el promedio del país. También se observa en la región, un menor porcentaje de emprendimientos orientados al sector de servicios en comparación al país, tanto entre los emprendedores en etapas iniciales como establecidos. Puntualmente en los emprendedores establecidos, los resultados muestran que en la región del Biobío existe un mayor porcentaje que pertenece al sector de transformación, en Biobío asciende a 41,6% mientras que a nivel país es de 30,1%.

EDAD Y SEXO

La participación femenina en actividades empresariales ha crecido notablemente durante los últimos años. Esto ha repercutido importantemente en el presupuesto y estilo de vida que llevan los integrantes de la familia. Por tanto, se hace importante llevar a cabo algunos análisis sobre los cambios que este fenómeno conlleva.

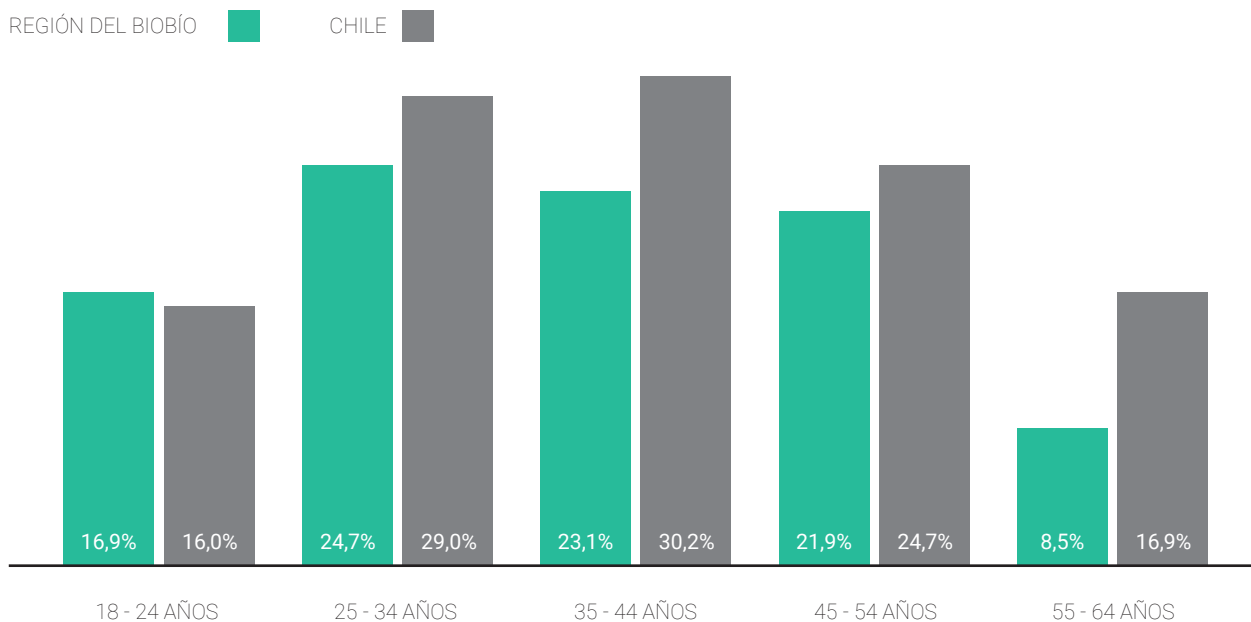
Por otro lado, la edad es un indicador en el que se debe poner especial atención, ya que es clave para identificar el potencial emprendedor de una región o país. Es probable

que el emprender a más temprana edad, implique una gran cantidad de iniciativas en el corto plazo, que posteriormente y, como consecuencia de la acumulación de conocimientos y experiencia, debieran evolucionar positivamente en el proceso empresarial.

La Figura 2.7, permite observar que la mayor cantidad de emprendedores en etapas iniciales de la región del Biobío, se encuentran en un rango de edad de entre 25 a 54. Ahora bien, este rango de edad se puede subdividir en tres categorías, aquellos que tienen una edad entre 25 y 34 años (24,7%), aquellos que tienen una edad entre los 35 y 44 años (23,1%) y finalmente, aquellos que se encuentran en una edad de entre 45 y 54 años (21,9%). Puntualmente, en el rango de edad entre 25 y 34 años se evidencia una caída respecto a la medición anterior, pasando de 31,7% en 2015 a 24,7% en 2016, lo mismo sucede en aquellos entre 55 y 64 años, donde cae de 16,4% a 8,5%.

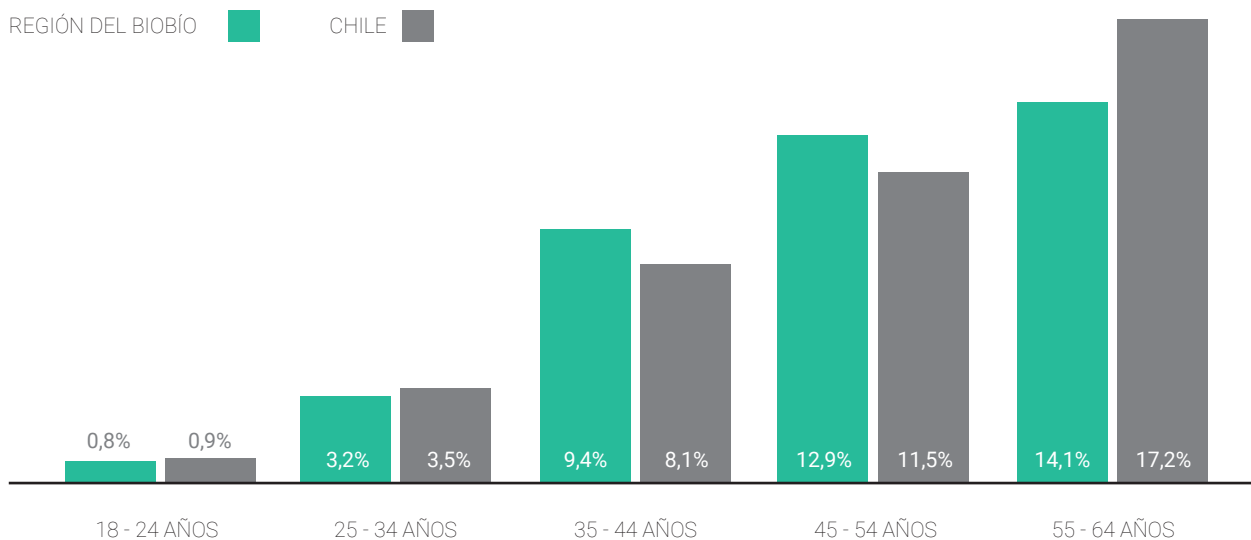
Se observa en la figura, que el porcentaje de emprendedores de la región que se encuentra en etapas iniciales es en general, bastante menor a la media nacional. A nivel nacional, el promedio de edad se encuentra en los 39 años, mientras que en la región del Biobío en los 37 años.

FIGURA 2.7: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES SEGÚN GRUPO DE EDAD



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). 2016

FIGURA 2.8: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA ESTABLECIDA SEGÚN GRUPO DE EDAD.

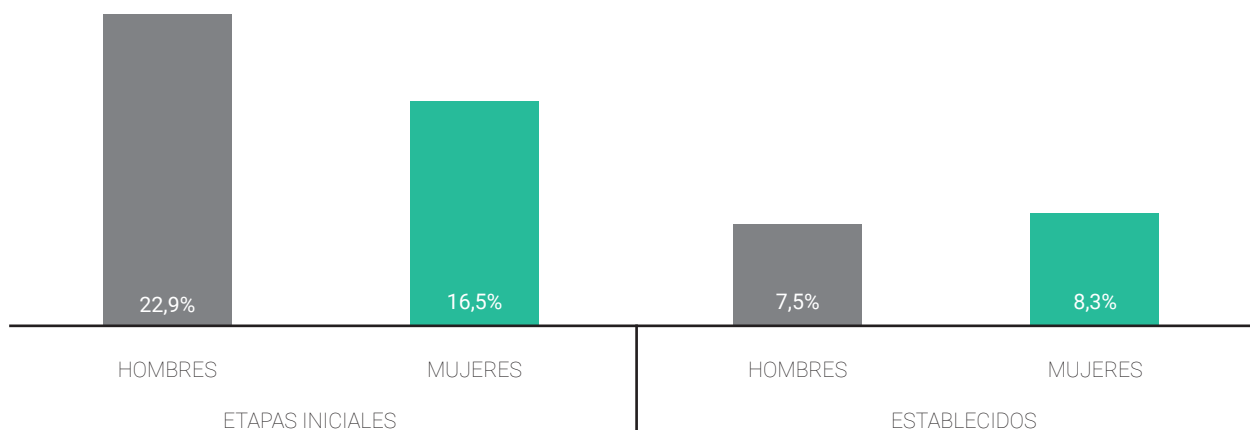


Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2016

A partir de la Figura 2.8, se puede observar sin embargo, que los emprendedores chilenos con negocios establecidos, están concentrados en el rango de edad más alto (entre 55-64 años), seguido por aquellos que se encuentran en el tramo de 45 a 54 años, y por aquellos que se encuentran en un rango de edad de entre 35 a 44 años. Al igual que la tendencia nacional, en la región del Biobío el mayor porcentaje de emprendedores establecidos se encuentran en edades avanzadas, es decir, los emprendedores establecidos tienen un promedio de edad de 48 años.

En otro ámbito y en los últimos años, tanto el campo de la investigación académica y las políticas públicas, ha cobrado relevancia el estudio de la mayor participación femenina en la creación, propiedad y dirección de empresas. La Figura 2.9, muestra los porcentajes de actividad emprendedora en la región del Biobío, diferenciados por género, para las distintas etapas del emprendimiento (inicial y establecidos)

FIGURA 2.9: EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDOS POR GÉNERO.



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). Chile. 2016

Los datos muestran que las mujeres aun presentan un menor porcentaje respecto a los hombres en etapas de emprendimiento iniciales 22.9% versus un 16.5%. Estas cifras indican un pequeño aumento en la brecha respecto al año 2015. Si en 2015 existían 8 mujeres emprendedoras por cada 10 hombres emprendedores, en la presente edición solo se exhiben 7 mujeres emprendedoras por cada 10 hombres emprendedores, aunque el porcentaje de hombres y mujeres emprendedores(as) cayó respecto al año anterior, la caída en el porcentaje de mujeres fue mayor.

En cuanto a los emprendimientos establecidos, se aprecia un aumento en el porcentaje de mujeres respecto al año anterior (8,3% v/s 7,5%), porcentaje incluso mayor que en los hombres (7,5%).

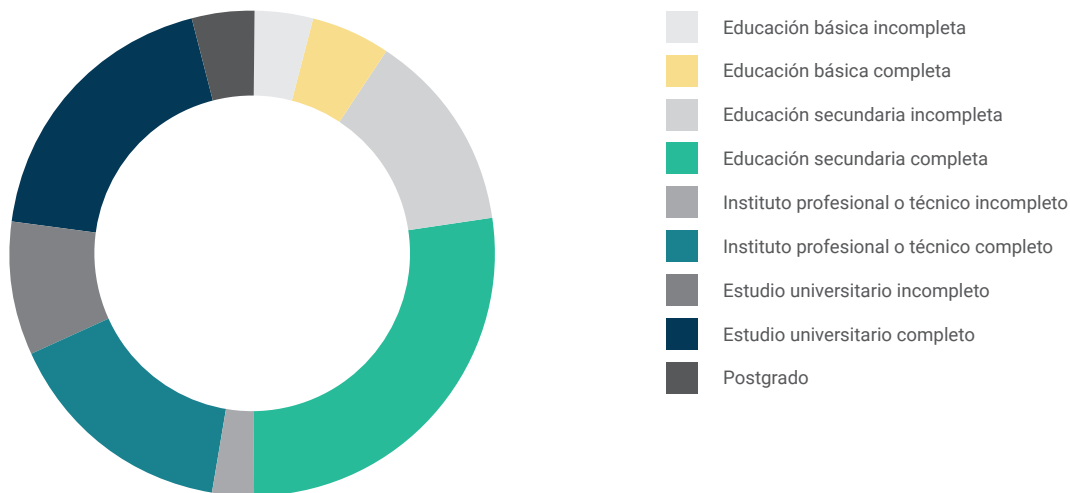
NIVEL EDUCATIVO

Las posibilidades de crecimiento y la permanencia a largo plazo del negocio, están directamente relacionadas con el nivel educativo del emprendedor, por esta razón reviste gran importancia el estudio de esta variable, ya que permite determinar cómo puede afectar la competitividad de un emprendimiento.

La Figura 2.10 presenta porcentajes de cada nivel de educación tanto para las etapas iniciales como establecidas de la actividad emprendedora. En el reporte se consideran 9 categorías generales que caracterizan el nivel educativo.

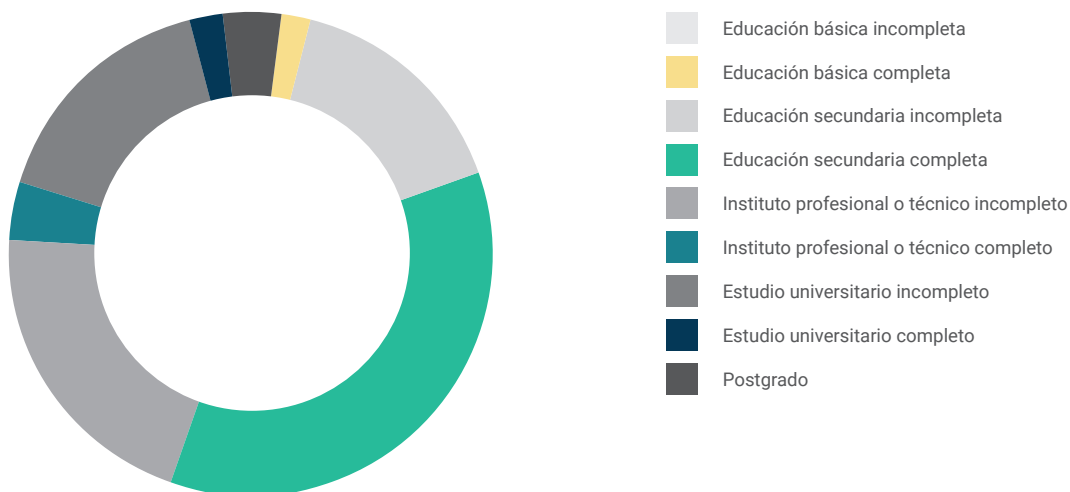
FIGURA 2.10: PROPORCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

ETAPAS INICIALES



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2016

ESTABLECIDAS



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2016

En las Figura 2.10 se desglosa en detalle los niveles de estudios tanto para emprendedores en etapas iniciales como establecidos, permitiendo observar que el mayor porcentaje de emprendedores posee educación secundaria completa (27,3% iniciales, 36,1% establecidos). Cabe destacar que al igual que el año 2015, se refleja un alto porcentaje de empresarios iniciales y establecidos con educación técnico profesional completa y educación universitaria completa.

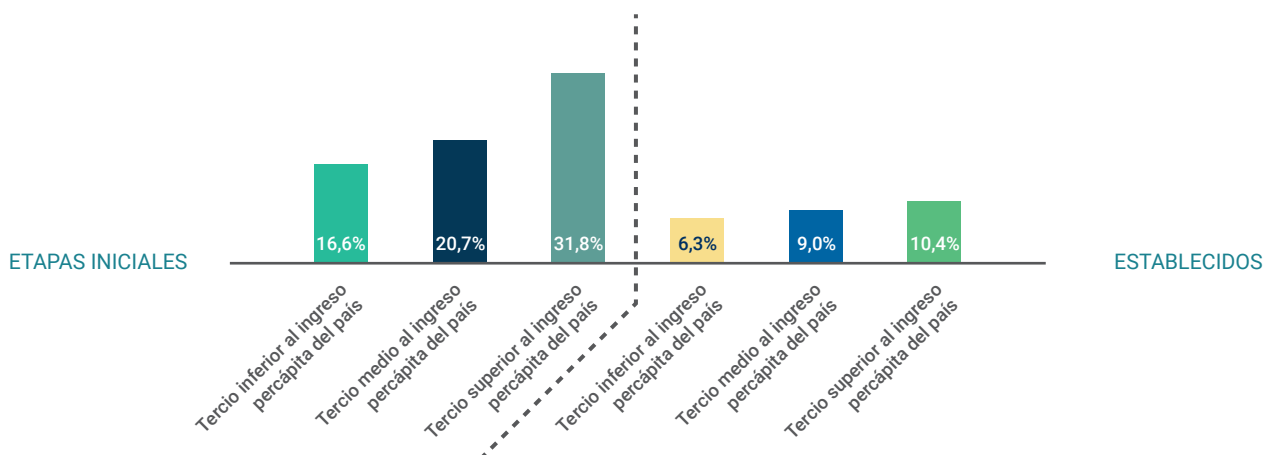
NIVEL DE INGRESOS

El nivel de ingresos es uno de los factores importantes en el estudio del emprendimiento ya que permite evaluar el nivel de vida de los emprendedores y los retornos que reciben desde sus emprendimientos.

Con el fin de estandarizar la información de los ingresos y hacerla comparativa a nivel internacional, el GEM codifica 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 según los datos mostrados en la Figura 2.11.

La Figura 2.11 permite apreciar que en la región del Biobío un mayor porcentaje de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, forman parte del tercio superior del ingreso per cápita del país con un 31,8% y un 10,4%, respectivamente. Esta situación es consistente con los resultados observados en los años anteriores mostrando una alta tasa de retorno para las actividades emprendedoras.

FIGURA 2.11: NIVEL DE INGRESOS Y ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



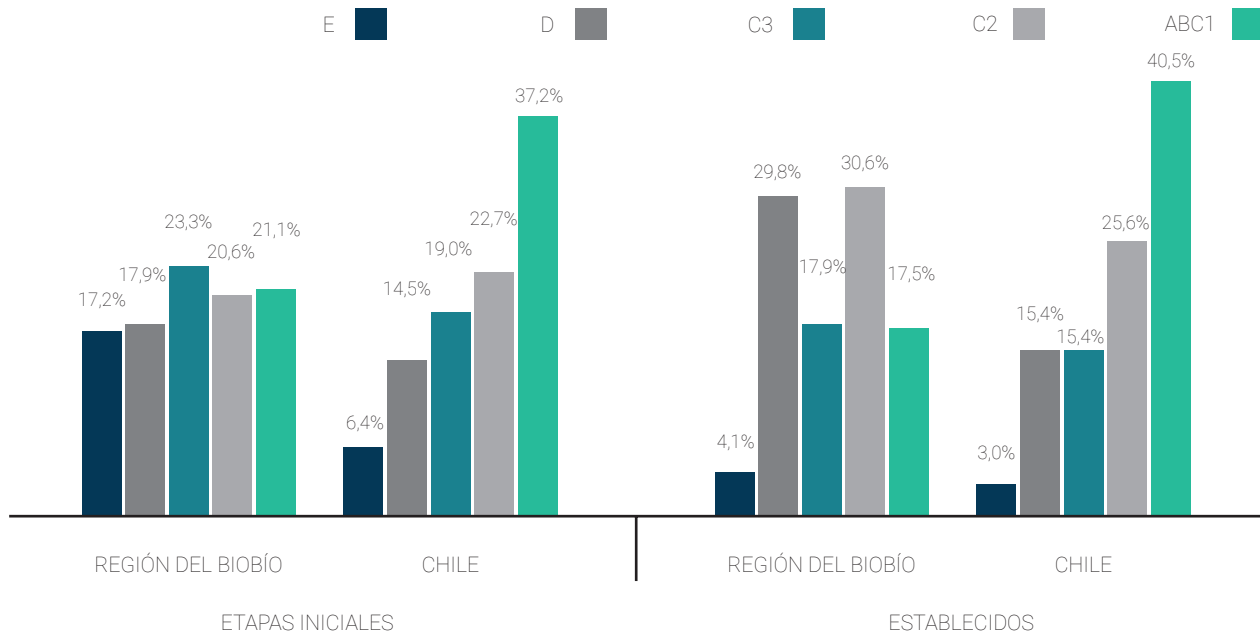
Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2016

La Figura 2.12 detalla la dinámica de ingresos de la actividad emprendedora, clasificando a los emprendedores por estratos socioeconómicos: ABC1, C2, C3, D y E. En la región del Biobío, se observa que la mayor tasa de emprendedores iniciales se ubica en el segmento C3 (23,3%), mientras que en los establecidos es en el segmento C2 (30,6%), esta situación muestra una evolución respecto al año anterior donde en ambas etapas predominaba el estrato socioeconómico D. Si nos focalizamos en aquellos emprendedores (iniciales y

establecidos) con ingresos sobre \$680.000, observamos que la tendencia es positiva pues en dos años ha aumentado 10 puntos porcentuales.

Contrario a lo observado en la región, a nivel nacional predomina el segmento ABC1, en ambas etapas: 37,2% en iniciales y 40,5% en establecidos. La tendencia a nivel nacional es que la actividad emprendedora se concentra en los sectores de mayores ingresos.

FIGURA 2.12: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN INGRESO FAMILIAR



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2016

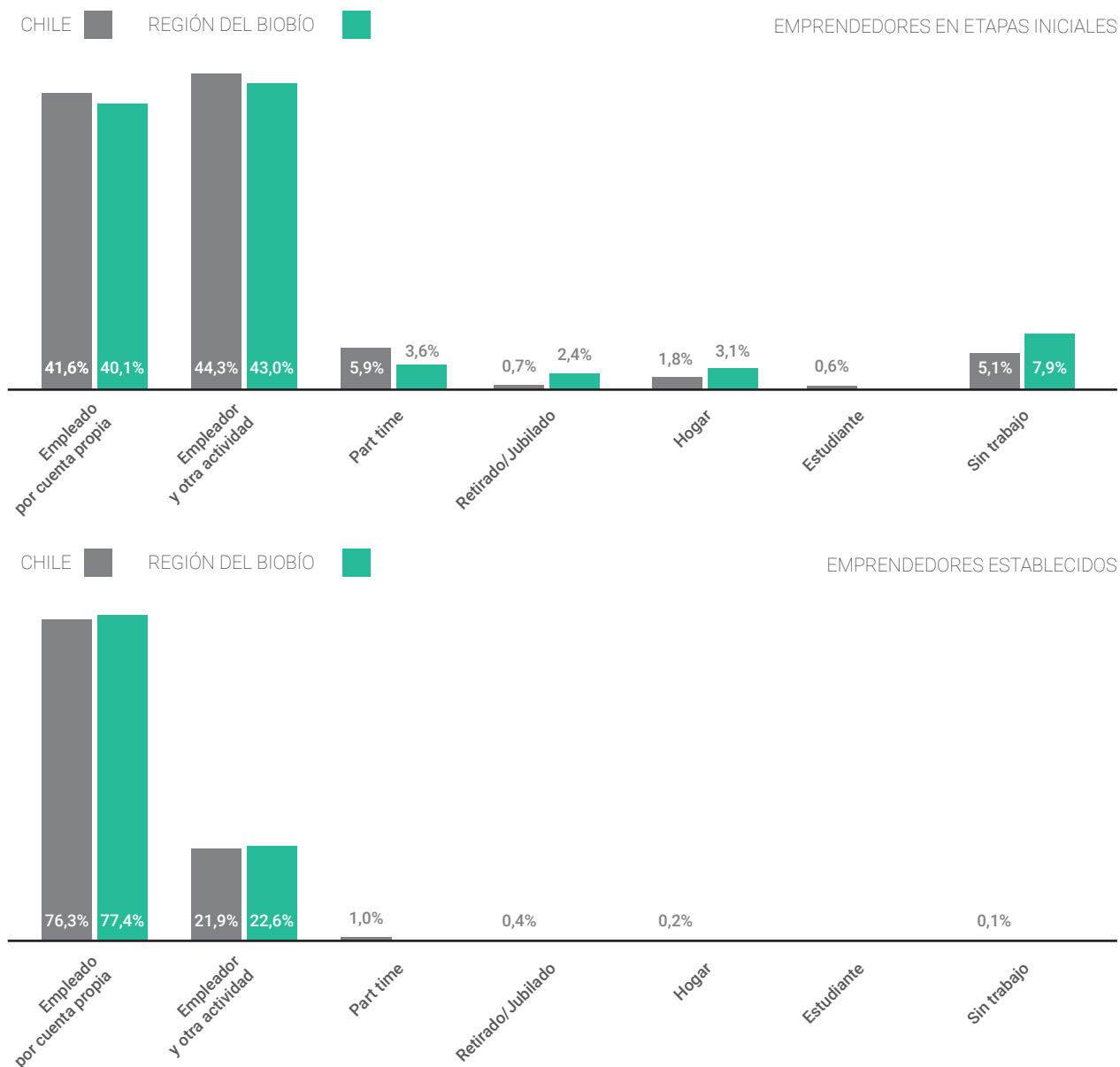
SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRENDEDORES

La situación laboral es otro de los factores críticos para analizar ya que un emprendimiento es fuente de puestos de trabajo tanto para el empresario como para su entorno. Los emprendedores en general se declaran autónomos, es decir que no tienen empleados formales, aunque muchas veces trabajan con otras personas, generalmente familiares o amigos, que si bien no son considerados empleados formales (no reciben remuneración ni cotizan en los sistemas de salud o previsionales), si son parte de la fuerza laboral.

En el caso de los emprendedores establecidos se observa una clara tendencia, pues la mayor parte se considera como empleado por cuenta propia tanto en la región del Biobío (77,4%) como en Chile (76,3%).

En la Figura 2.13 se observa que entre los emprendedores en etapas iniciales de la región, el 43% se considera Empleador y otra actividad dependiente, seguido por los que se consideran Empleados por cuenta propia con un 40,1%; Por otro lado, las cifras globales muestran que en Chile donde el mayor porcentaje son los Empleadores y otras actividades con un 44,3% seguido por los Empleados por cuenta propia con un 41,6%.

FIGURA 2.13: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN TIPO DE EMPLEO EN CHILE Y LA REGIÓN DEL BIOBÍO.



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2016

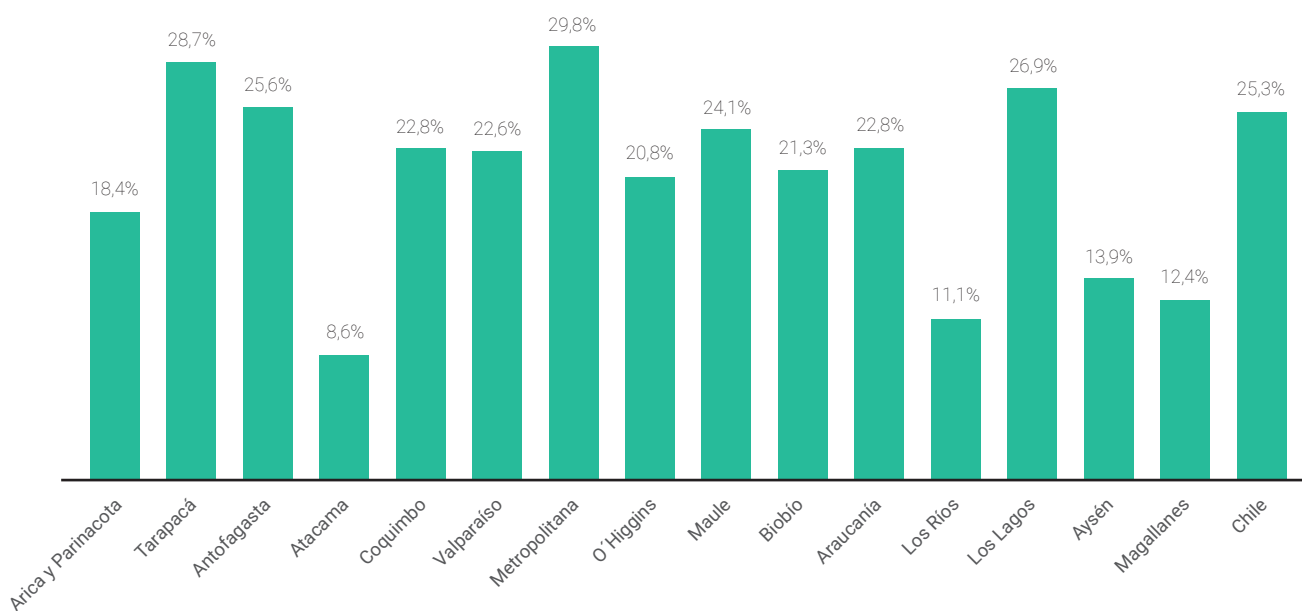
El GEM estudia los resultados correspondientes a los principales indicadores de aspiraciones emprendedoras con la finalidad de mostrar una visión más cualitativa de los intereses y ambiciones futuras de los emprendedores. A continuación se analizan los principales resultados sobre expectativas de crecimiento, indicadores de empleo, innovación y orientación hacia mercados internacionales.

2.3 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO

El GEM a través de su metodología, permite evaluar las perspectivas de potencial crecimiento de un nuevo emprendimiento para lo cual, le solicita a todos los emprendedores que indiquen cuántos trabajadores esperan contratar dentro de un plazo de 5 años.

La Figura 2.14 muestra el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales que declararon sus intenciones de crear al menos 10 empleos en los próximos 5 años. Un 21,3% de los emprendedores de la región del Biobío manifestaron sus intenciones de hacer crecer sus empresas, situándose nuevamente por debajo el promedio nacional (25,3%) continuando con la tendencia de los últimos años.

FIGURA 2.14: EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO EN EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES

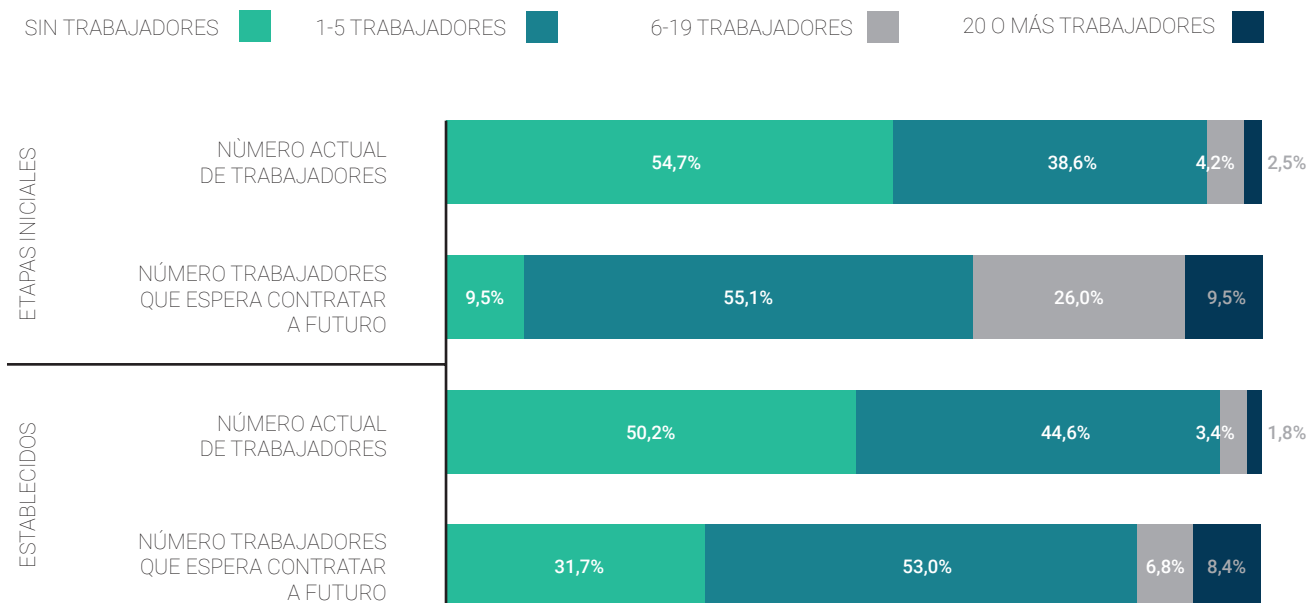


Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). 2016

Para complementar estos resultados, otros antecedentes relacionados con el empleo que esperan generar los emprendedores de la región del Biobío son aportados

en la siguiente figura donde se pueden apreciar algunos aspectos de crecimiento desagregados para emprendedores iniciales como establecidos.

FIGURA 2.15: NÚMERO ACTUAL Y POTENCIAL DE TRABAJADORES SEGÚN ETAPA DE EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO.



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). 2016

En la Figura 2.15, se puede apreciar que en la región el 54,7% de los emprendedores en etapas iniciales no tienen actualmente trabajadores, situación similar a los establecidos donde la cifra asciende al 50,2%. Ambos indicadores son más altos que en la media nacional, es decir en la región del Biobío existe un mayor porcentaje de emprendimientos (iniciales y establecidos) que se consideran como auto empleo o sin trabajadores.

Respecto a la expectativa de contratación futura tanto los emprendedores iniciales como los establecidos esperan contratar a futuro entre 1 a 5 trabajadores con un 55,1% y un 53% respectivamente. Sin embargo, se observa que el porcentaje de emprendedores (iniciales y establecidos) que proyectan contratar más de 20 trabajadores es menor en la región del Biobío que en la media nacional.

COMPETITIVIDAD

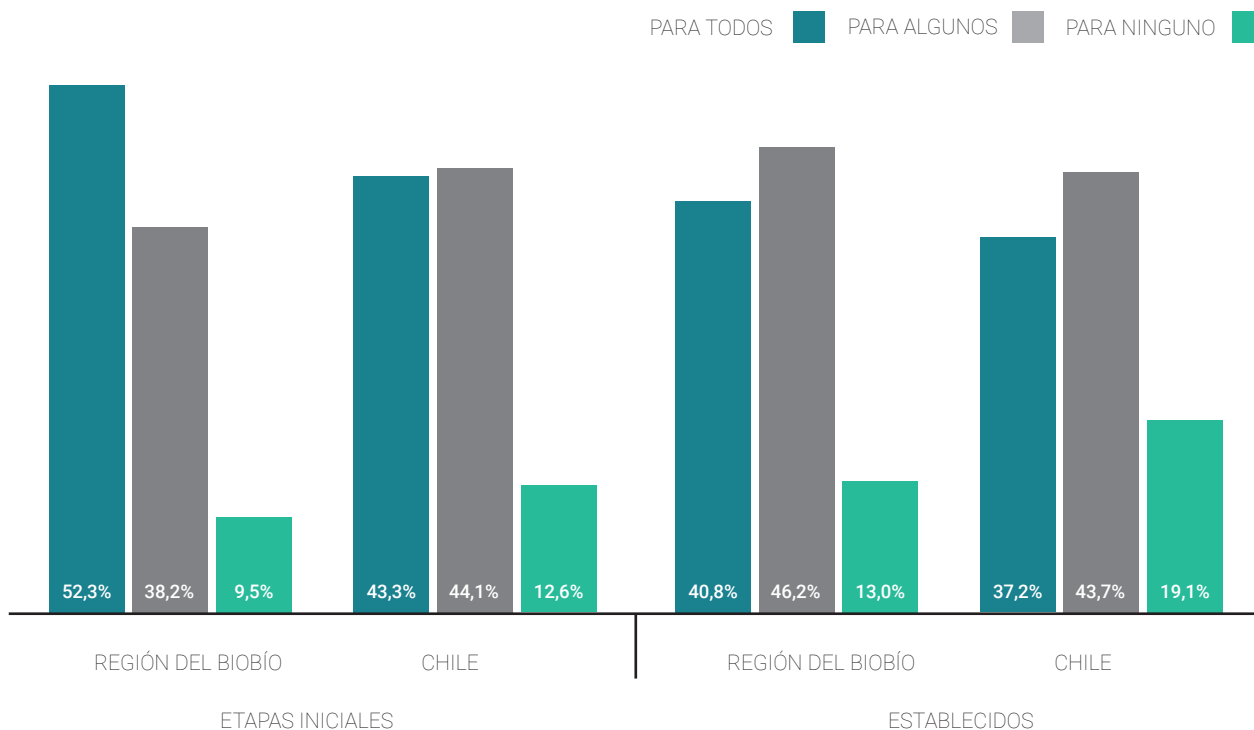
Según Schumpeter (1912 [1934]) los emprendedores que influyen sobre el equilibrio del mercado lo hacen mediante la introducción de nuevos productos o las combinaciones innovadoras que impulsan a las empresas menos productivas y el avance de la frontera de producción. Plantea que la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera. De este modo, el emprendimiento

puede producir un efecto de mayor productividad y crecimiento económico, por lo que la innovación sería un componente importante en el desarrollo de la competitividad del emprendimiento.

En relación a la percepción de los emprendedores respecto a la novedad de sus productos y servicios para los clientes, en la Figura 2.16 se pueden apreciar los indicadores de innovación, comparando los datos de la región con la media nacional. Para el caso de los emprendimientos iniciales se destaca la región con un 52,3% que considera que para todos sus productos son nuevos, mientras que en el caso de Chile la mayoría (44,1%) considera que la novedad recae sólo para algunos clientes. En el caso de los establecidos la mayoría de los emprendedores perciben que sus productos son nuevos para algunos de sus clientes encontrándose las cifras equiparadas, tanto a nivel regional como nacional (46,2% y 43,7% respectivamente). Si bien, a nivel nacional disminuyó el porcentaje de emprendedores (iniciales y establecidos) que perciben que sus productos y servicios son novedosos para todos sus clientes, en la región del Biobío aumentó el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales que señalan que sus productos son considerados novedosos para todos sus clientes (46,3% en 2015). De lo anterior se desprende que los nuevos emprendedores de la región del Biobío en su mayoría perciben que sus productos y servicios son novedosos para sus clientes.

FIGURA 2.16: NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS

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



 Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). 2016

En la misma línea, la Figura 2.17 permite estimar del nivel de novedad que los emprendedores perciben que tienen sus productos o servicios respecto a la competencia, considerando las posibilidades reales de ser copiados o imitados. Se clasifica de acuerdo a la percepción de que si muchos, pocos o ningún otro negocio ofrece productos o servicios similares.

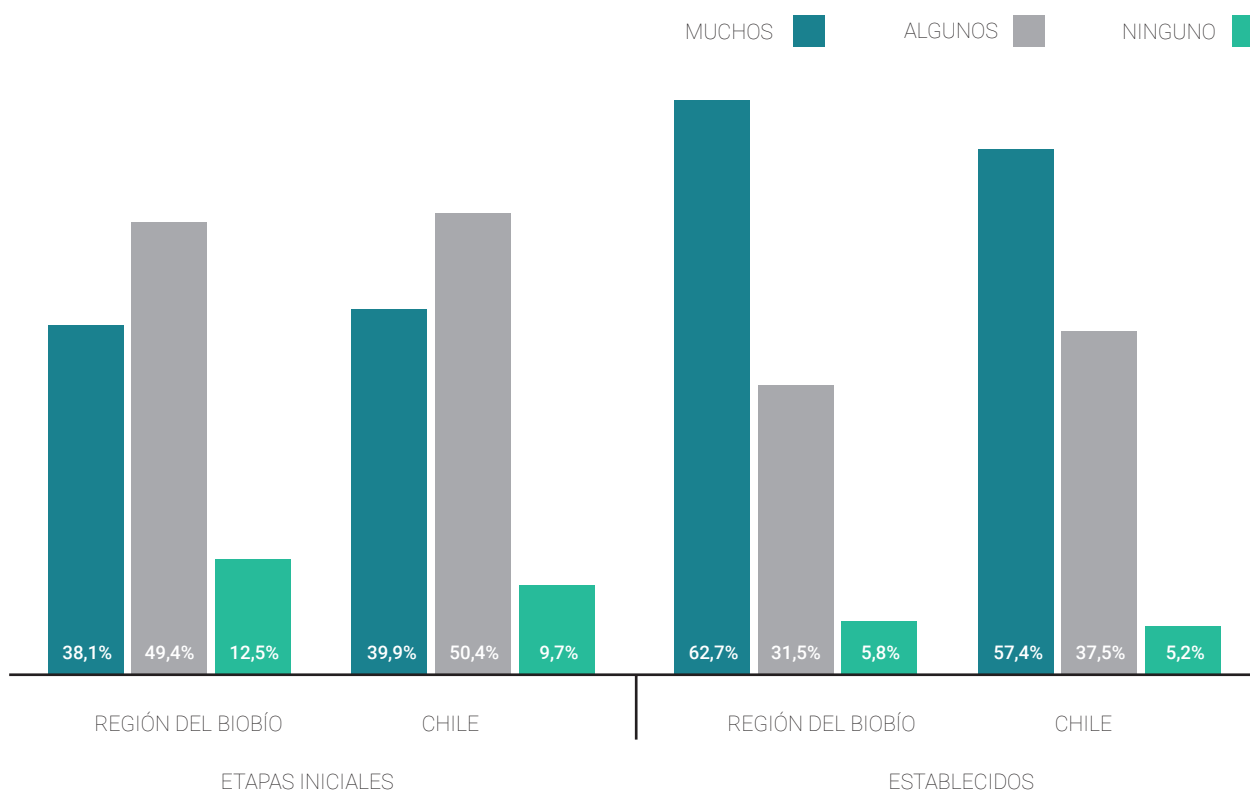
Se observa para 2016 que el 49,4% los emprendedores iniciales de Biobío perciben que sólo algunos ofrecen productos similares en concordancia con lo observado a nivel nacional (50,4%). Sin embargo, un aspecto favorable en los emprendedores en etapas iniciales de la región del Biobío, es que un 12,5% considera que ninguno de sus competidores ofrece sus mismos productos y servicios, este porcentaje es levemente superior que en la media nacional.

Una situación distinta se da en los emprendedores establecidos en Biobío, quienes consideran que muchos competidores 62,9% ofrecen los mismos productos o servicios, situación que se repite a nivel nacional con un 57,4%. Cerca de un 6% de los emprendedores establecidos (Chile y Biobío) percibe que ninguno de sus competidores ofrece productos o servicios similares.

Al comparar con la medición anterior, se observa que tanto en la región del Biobío como en la media nacional, aumenta el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales que perciben algunos competidores. Al analizar los emprendedores establecidos, vemos que aumentó el porcentaje que señala que muchos emprendedores ofrecen sus mismos productos.

FIGURA 2.17: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA

¿Cuántos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios?



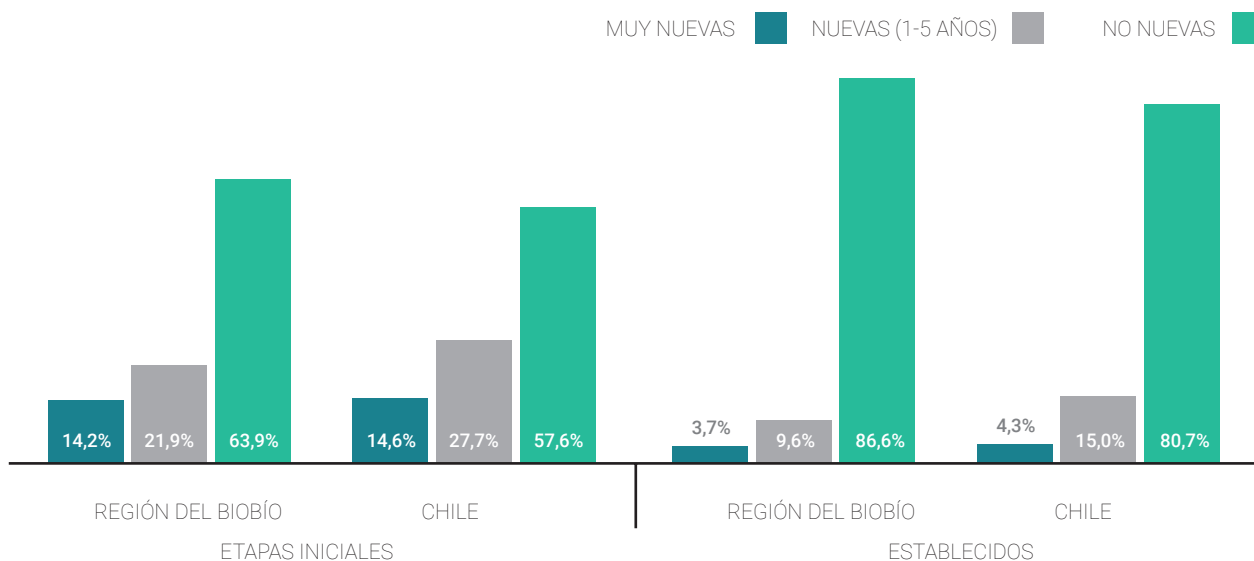
Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). 2016

La Figura 2.18 muestra los niveles de incorporación de tecnologías y nuevos procesos a las actividades emprendedoras. Al igual que en años anteriores, se destaca un amplio porcentaje de emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidas en la región que declara no usar nuevas tecnologías (63,9% y 86,6% respectivamente), situación que se replica a nivel nacional (57,6% y 80,7% respectivamente) poniendo de manifiesto la prácticamente

nula renovación en las herramientas tecnológicas en las operaciones y procesos del negocio. Un aspecto favorable es que en los emprendedores en etapas iniciales de la región del Biobío y el resto del país aumenta levemente el porcentaje que indica usar muy nuevas tecnologías (11,1% y 12,9% en 2015, respectivamente).

FIGURA 2.18: USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS

¿Utiliza algún tipo de tecnología nueva o no nueva en su negocio?



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). 2016

Por otra parte, la Figura 2.19 presenta el porcentaje de emprendedores que manifiesta expectativas de expansión de mercado. Esta expansión se ha clasificado en una escala del 1 a 4, donde 1 representa un menor grado de expansión (sólo mercados locales y poco crecimiento en participación de mercado) frente al valor 4 que significa una aspiración a crecer de forma significativa.

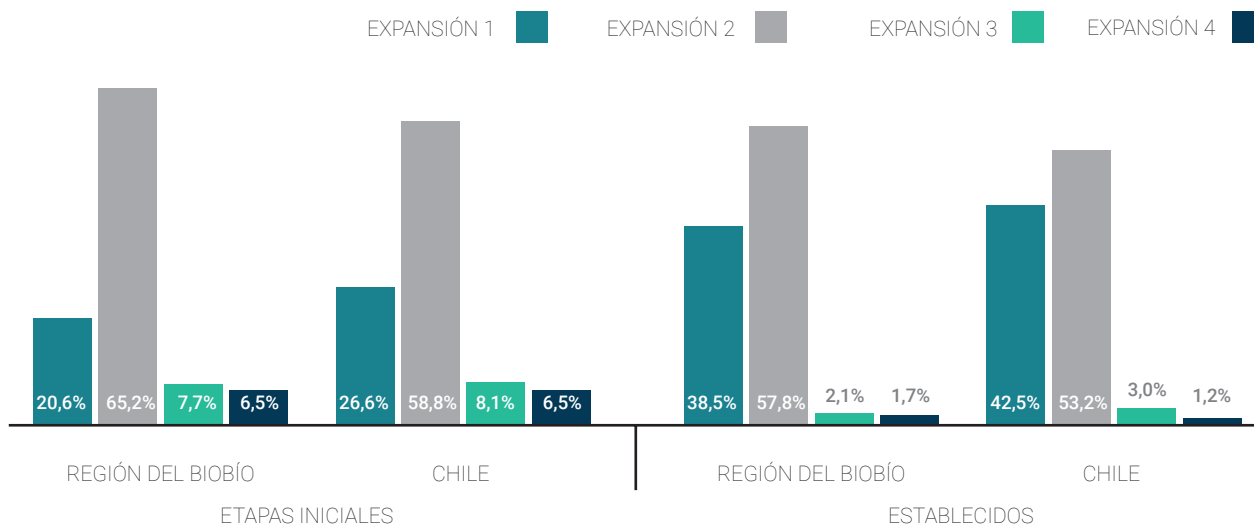
En general se aprecia, tanto a nivel nacional como para la región, que la expectativa de expansión de mercado es mayoritariamente de nivel 2 (algunos mercados, sin incorporación de tecnologías) con cifras de 65,2% y 57,8% para iniciales y establecidos de la región respectivamente

versus 58,8% y 53,2% para iniciales y establecidos en el caso de Chile. Esto indica una relativamente baja expectativa de expansión de mercado tanto a nivel local como nacional, que podría explicarse por la baja escala de tamaño de las empresas y la carencia de mecanismos para explotar las oportunidades de mercado.

Un aspecto a destacar es que al comparar los resultados de la región del Biobío respecto al año anterior, se observa un aumento en el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales con expectativas de expansión nivel 2 (59,6% en 2015).

FIGURA 2.19: EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO

¿Qué grado de expansión de mercado espera tener?



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). 2016

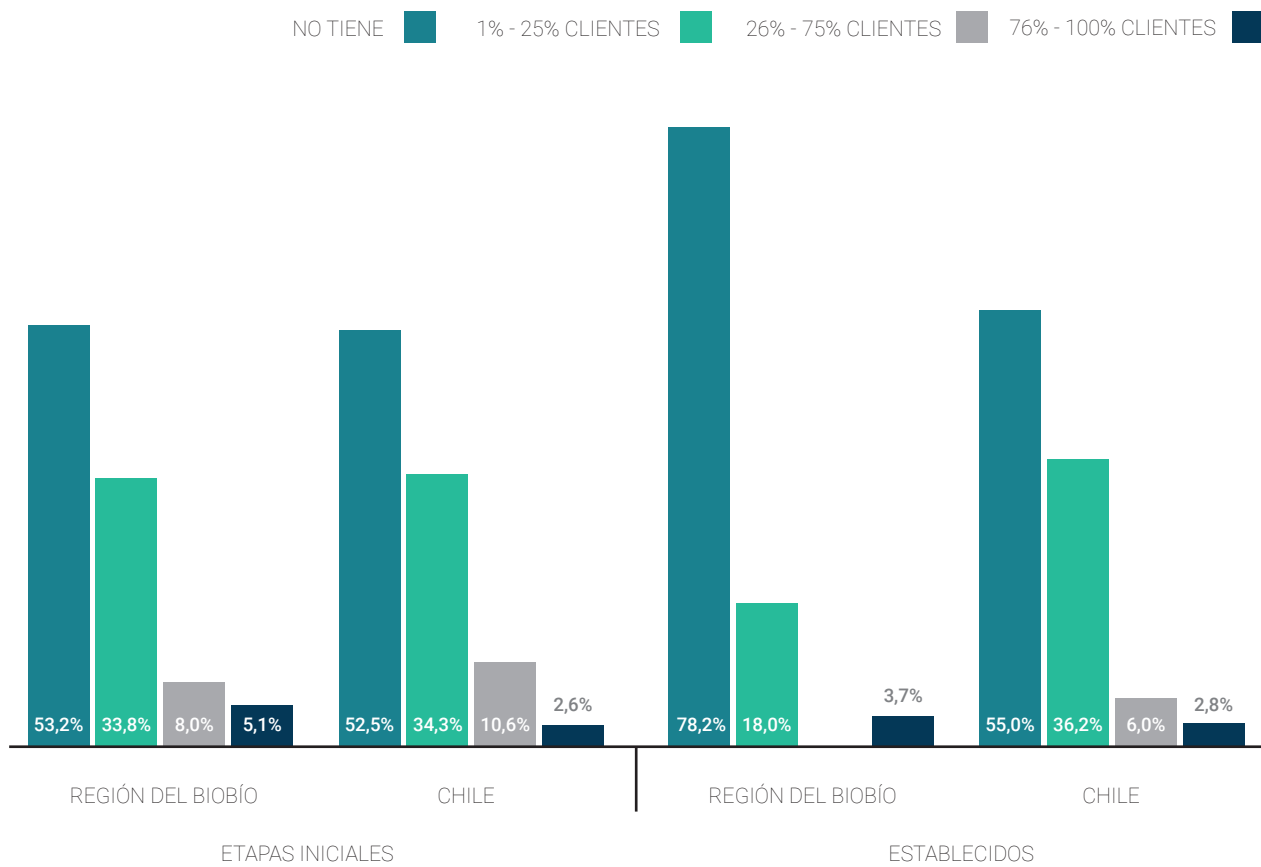
Complementario a lo comentado anteriormente, en la Figura 2.20 muestra la orientación de los emprendedores en etapas iniciales o establecidas a exportar sus productos o servicios a mercados internacionales.

Tanto en Chile y en la región del Biobío la mayoría de los emprendedores no comercializan con mercados internacionales, presentando cifras de 53,2% en iniciales y 78,2% en establecidos que indican que no tienen clientes en el extranjero. Mientras tanto en el país se repite la tendencia aunque más moderada con un 52,5% para emprendedores en etapas iniciales y un 55%

para establecidos. Respecto a la medición anterior, se observa que en los emprendedores en etapas iniciales cae significativamente el porcentaje que no posee clientes en el extranjero, aumentando por tanto el porcentaje de emprendedores que indican tener algún grado de orientación internacional (72,1% en 2015). En tanto, un 3,7% de los emprendedores establecidos señala que más de un 75% de sus clientes provienen del exterior, indicador que era 0% en la medición anterior. Con esto, se comienza a revertir la situación de años anteriores, donde existía un estancamiento en la disposición a exportar.

FIGURA 2.20: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y EXPORTACIÓN

¿Tiene clientes en el extranjero?



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). 2016

A large, white, hollow outline of the number 3, positioned to the left of the main title text.

**CONTEXTO
ECONÓMICO,
POLÍTICO Y SOCIAL
PARA EMPRENDER
EN LA REGIÓN
DEL BIOBÍO**

3. CONTEXTO ECONÓMICO, POLÍTICO Y SOCIAL

PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN DEL BIOBÍO

En la introducción de este reporte se describió el modelo del GEM (ver Figura 1.4), el cual considera que el impulso emprendedor es potenciado o limitado por el contexto específico en que se desarrolla la actividad emprendedora. La base del modelo del GEM establece que la actividad económica se ve influenciada por requerimientos básicos, los factores que ayudan a la eficiencia y las condiciones del contexto específico nacional y regional para la innovación y el emprendimiento. Estas características se denominan Condiciones del Contexto para Emprender (Entrepreneurship Framework Conditions, EFC en Inglés). El estudio de estas condiciones, desde la voz de los expertos, pretende vincular la relación entre los aspectos económicos y sociales que afectan la actividad emprendedora y que derivan en condiciones nacionales y regionales del contexto social, cultural y político.

CONDICIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO QUE ANALIZA EL GEM

La metodología del GEM ha definido un conjunto de nueve 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, entre otros) y la aplicación de éstas tienen como objetivo: (a) 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 si éstas están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas, y 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 regulador 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.

Para efectuar la medición de los factores anteriormente señalados se aplica una encuesta estandarizada a personas que tienen conocimientos clave sobre el emprendimiento, ya sea como emprendedores o bien, dadas sus actividades profesionales, se pueden vincular al contexto emprendedor (académicos, funcionarios públicos, actores sociales, etc.).

Para el análisis global y la comparación entre variables, se convierte una escala tipo Likert a un índice único que fluctúa entre -2,0 (en completo desacuerdo) y +2,0 (completo acuerdo). Esta metodología, tiene la ventaja de que permite ordenar las variables comparándolas entre ellas. De este modo, las variables se clasifican según el rango en que se encuentran:

-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

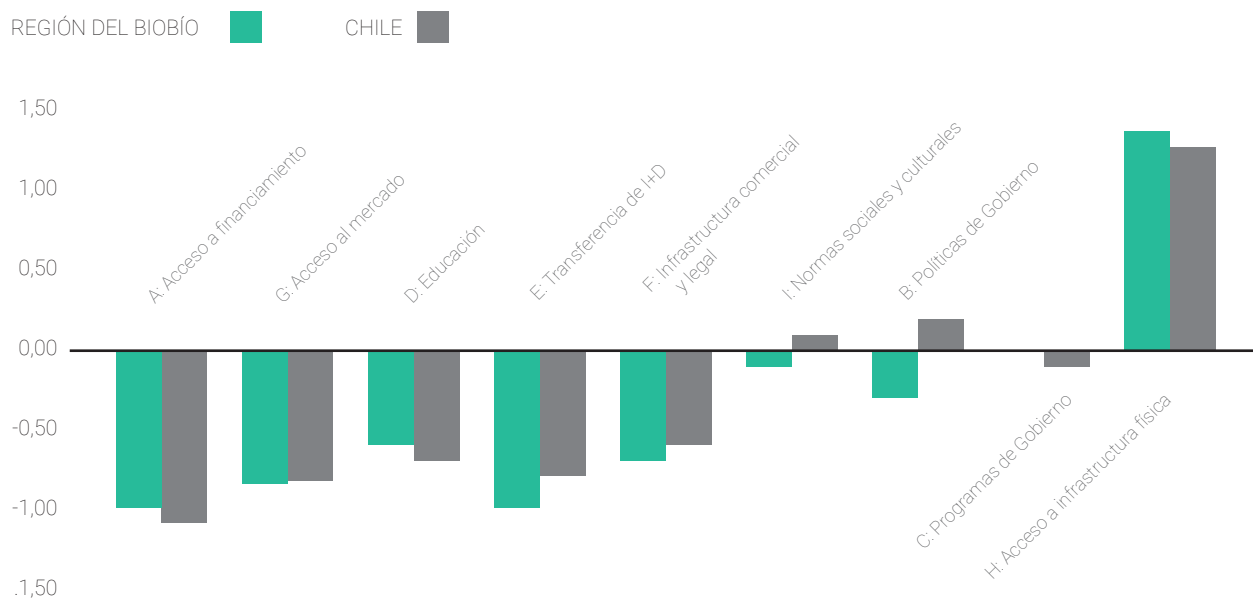
Para reflejar el comportamiento al interior de cada variable (pregunta específica) se mantiene la escala de Likert original, y se analiza el rango de las respuestas, buscando identificar hacia dónde se desplaza el grueso de las respuestas. Para ello, se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican acuerdo (completo + parcial). Asimismo, se descartan las respuestas que no muestran preferencia (ni acuerdo ni desacuerdo),

recalculándose los porcentajes sobre aquellos que sí marcaron preferencia.

3.1 ANÁLISIS GENERAL DE LOS FACTORES

En la Figura 3.1 se puede observar que hay cinco factores que son evaluados con baja calificación durante 2016 (menos que -0.5); estos son: Acceso al financiamiento, acceso al mercado, educación, transferencia de I+D e infraestructura comercial y profesional. Por otra parte, tres dimensiones obtienen una evaluación media (entre -0,5 y +0,5), estas son: Normas socio-culturales, políticas de gobierno y programas de gobierno. Y una sola dimensión resulta con una alta calificación (entre +0,5 y 1,0), esta es acceso a infraestructura física. La distribución anterior es similar a lo observado durante 2015.

FIGURA 3.1: EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR.



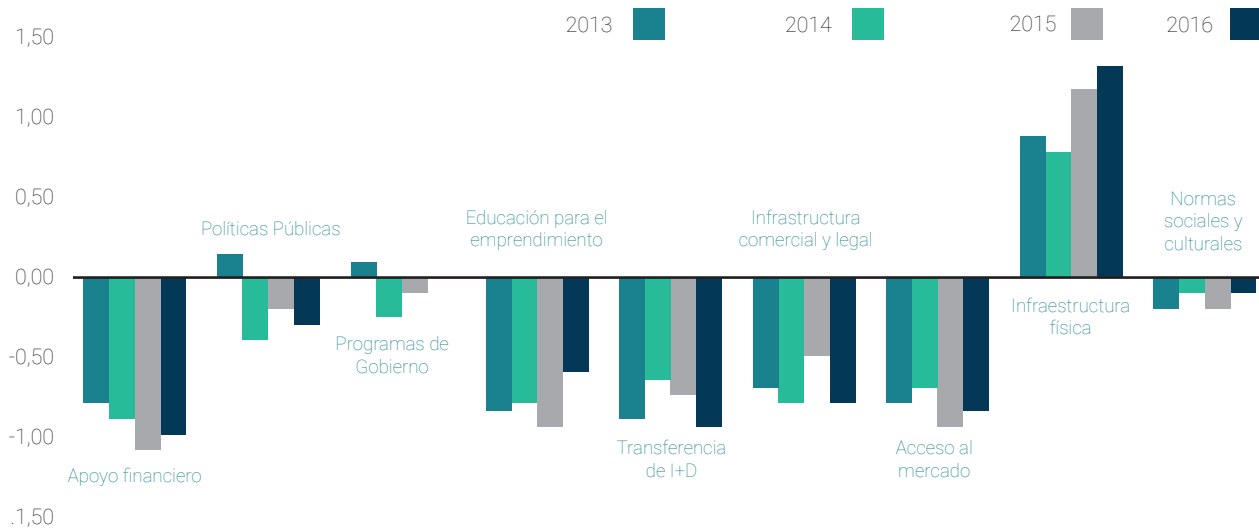
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES) Biobío. 2016

La figura demuestra que la posición relativa del contexto para emprender e innovar en Biobío no muy diferente al contexto evaluado para el país durante 2016. De todas formas Biobío tiene una mejor posición relativa que Chile en lo que se refiere a acceso a financiamiento, educación; programas de gobierno y acceso a infraestructura física.

comercial y profesional. Asimismo, ha sido consistente la evaluación media de los factores: Políticas de gobierno, programas de gobierno y normas socio-culturales. Por su parte, el factor acceso a infraestructura física recibe permanentemente una alta evaluación.

A continuación, la Figura 3.2 permite corroborar que a nivel nacional, entre 2013- 2016, las mismas cinco dimensiones han sido consistentemente mal evaluadas por los expertos: Educación, transferencia de I+D, acceso al financiamiento, acceso al mercado, e infraestructura

FIGURA 3.2: EVOLUCIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR EN CHILE 2013-2016



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES) Biobío. 2016

A continuación se presenta en mayor detalle el análisis de cada uno de los nueve factores, poniendo atención especial en las sub-dimensiones que los conforman.

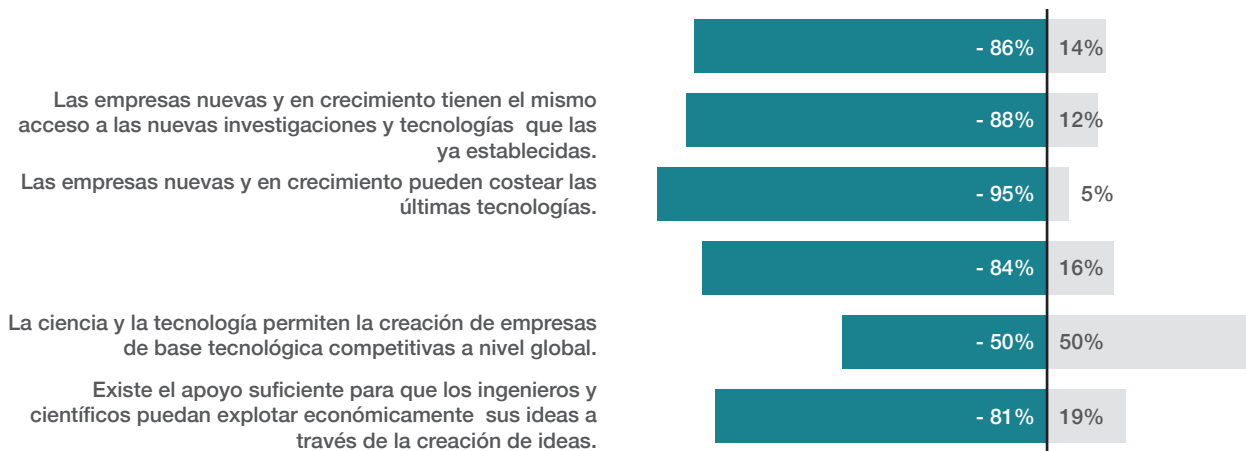
3.2 TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Nivel: -0,97

En los últimos años los expertos regionales han evaluado este factor consistentemente dentro de los más bajos. Incluso, desde 2014 ha ido en deteriorando su evaluación, de -0,63 en 2014 a -0,75 durante 2015; hasta -0,97 el 2016.

Según lo que se puede observar en la Figura 3.3, los expertos regionales afirman que una de las variables que contribuye significativamente a que este factor mantenga una baja evaluación, es que las empresas nuevas y en crecimiento “no” pueden costear las últimas tecnologías (-95%); también a la “poca eficiencia” con que las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento (-86%); además los expertos están más bien en desacuerdo con que las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas (-88%). Lo anterior es muy similar a lo observado durante 2015.

FIGURA 3.3: EVALUACIÓN DE LA TRANSFERENCIA DE I+D



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Biobío. 2016

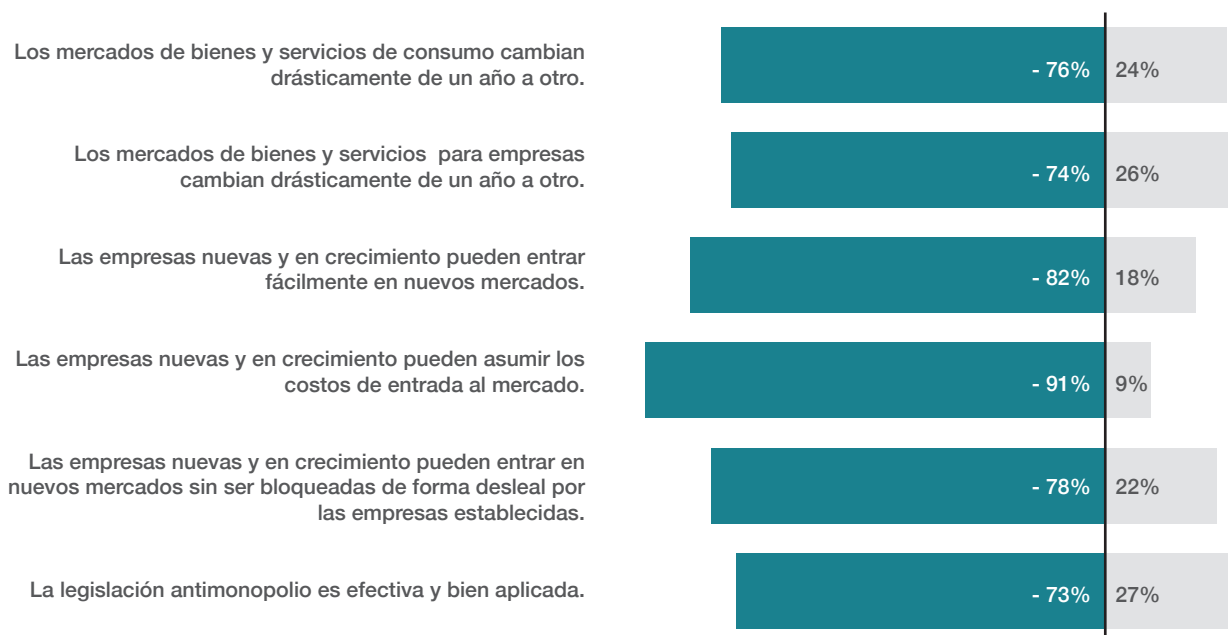
3.3 APERTURA AL MERCADO INTERNO

Nivel: -0,87

Como se indicó, este factor es uno de los cinco que permanentemente reciben una baja evaluación por parte de los expertos locales, si bien para 2016 se apreció una mejora notoria respecto de 2015, de -0,97 (en 2015) a -0,87 (para 2016).

Al observar la Figura 3.4 claramente la sub-dimensión que tiene mayor incidencia en la ponderación de este factor se relaciona con el 91% de expertos que se manifiesta en desacuerdo respecto a que en la región las empresas nuevas y en crecimiento pueden “asumir los costos de entrada al mercado”; además del consenso con que estas empresas pueden “entrar fácilmente en nuevos mercados” (-82%).

FIGURA 3.4: EVALUACIÓN DE LA FACILIDAD PARA ACCEDER A NUEVOS MERCADOS Y CLIENTES



 Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Biobío. 2016

3.4 POLÍTICAS DE GOBIERNO

Nivel: -0,24

Esta dimensión es una de las que ha presentado una consistente evaluación media, durante los últimos años, aunque con dificultad ha pasado a la zona de apreciación más positiva. Para 2016 experimentó una pequeña baja en su evaluación, desde -0,19 en 2015 a -0,24 para 2016.

Según la Figura 3.5 la sub-dimensión que más aporta con el grado de negatividad de este factor es el alto porcentaje de expertos en desacuerdo (-73%) con la afirmación “las políticas de gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos). En el resto de las sub-dimensiones se aprecia que los expertos reparten sus opiniones de acuerdo o desacuerdo con cada una de las afirmaciones. La que con cierta claridad muestra un mayor nivel de acuerdo (58%) se refiere a que “los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la

creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y consistente”.

En particular, se exhibe un deterioro en el indicador referente al gobierno local, llegando a un 50% de los expertos que manifiesta estar de acuerdo. Este indicador descendió desde un 63% de expertos (en 2015) que estaban de acuerdo con que el apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno local. Lo mismo ocurre con la evaluación del gobierno central, sin embargo la baja se produce en menor medida (59% en 2015).

FIGURA 3.5: EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO

Las políticas de gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos).

El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno central.

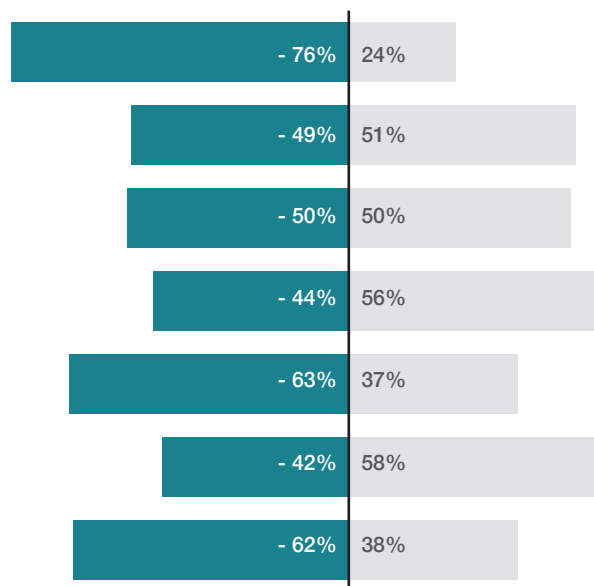
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad de la política del gobierno local.

Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.

La carga impositiva NO constituye una barrera para las empresas nuevas y en crecimiento.

Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de manera predecible y consistente.

Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento NO representa una especial dificultad.



 Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Biobío. 2016

3.5 APOYO FINANCIERO


Nivel: -1,0

Este factor consistentemente en uno de los peor evaluados por los expertos de la región del Biobío, el año 2016 no fue la excepción a pesar que mejoró levemente su evaluación respecto de 2015 (-1,09).

En la Figura 3.6, se puede observar que casi todas las sub-dimensiones, excepto una, exhiben un alto nivel de desacuerdo por parte de los expertos regionales. La excepción hace referencia a que el 69% de los expertos está más bien de acuerdo con que en la región del Biobío “hay suficientes subsidios públicos para las empresas nuevas y en crecimiento”. Lo anterior es muy similar a lo que se observó durante el año 2015 (61%).

3.6 EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

Nivel: -0,64

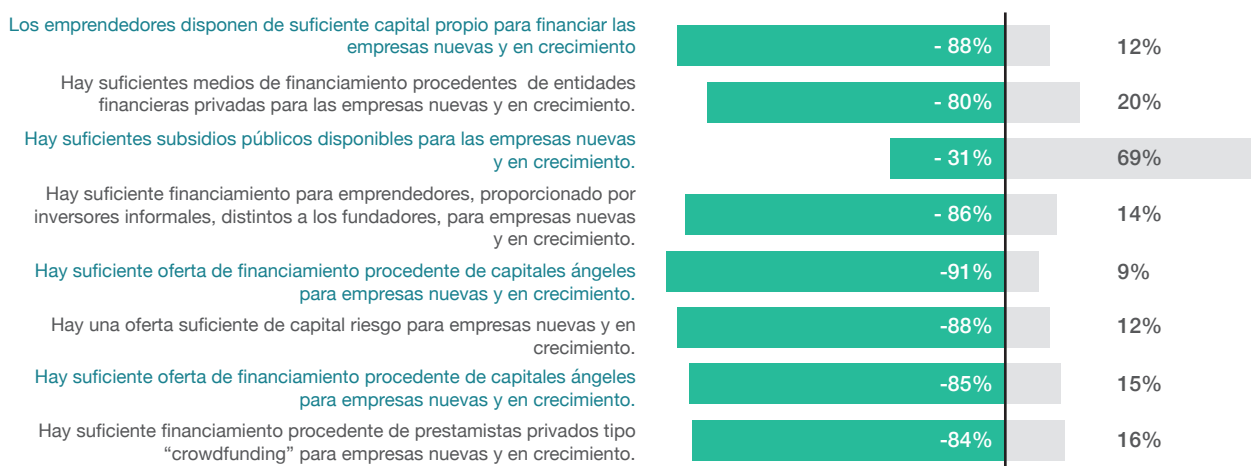
 La dimensión sigue siendo una de las que constantemente son mal evaluadas por los expertos de la región del Biobío, sin embargo para 2016, es la dimensión que experimenta el mayor cambio positivo. Pasando de un nivel de -0,96 en 2015 a -0,64 en 2016.

Como se puede observar en la Figura 3.7, los expertos regionales en una gran mayoría indican que en la región del Biobío, a nivel de educación primaria y secundaria, no se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal (-86%); además de que no se da suficiente

atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas (-86%) y finalmente no es adecuada la instrucción sobre el funcionamiento de la economía y del mercado (-75%); a pesar que en esta última sub-dimensión el porcentaje de desacuerdo bajó bastante respecto del año 2015, cuando el porcentaje en desacuerdo alcanzaba el 94% de los expertos. De lo anterior se desprende que este aspecto es uno de los que más contribuye en la mejora relativa del nivel general de evaluación de esta dimensión para 2016.

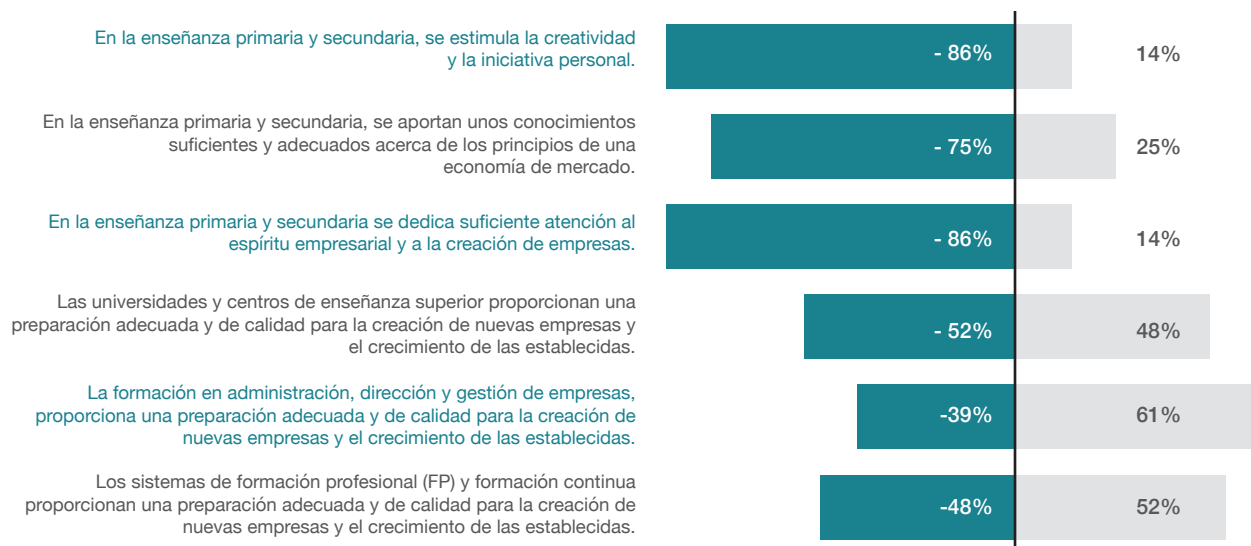
La otra sub-dimensión que aporta de forma relevante con el mejor nivel de la dimensión para 2016 es la que se extrae de la afirmación “la formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas”, la que alcanzó un 61 % de acuerdo (45% en 2015); lo que de todas formas no puede inferirse como algo demasiado positivo, pues a este sub-dimensión se le debería exigir un alto porcentaje de acuerdo por parte de los expertos, pues precisamente quienes reciben formación en administración, dirección y gestión de empresas son quienes deberían tener los conocimientos, habilidades y talentos para la gestión de nuevos negocios.

FIGURA 3.6: EVALUACIÓN DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EL EMPRENDIMIENTO



 Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Biobío. 2016

FIGURA 3.7: EVALUACIÓN DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO



 Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Biobío. 2016

3.7 NORMAS SOCIALES Y CULTURALES

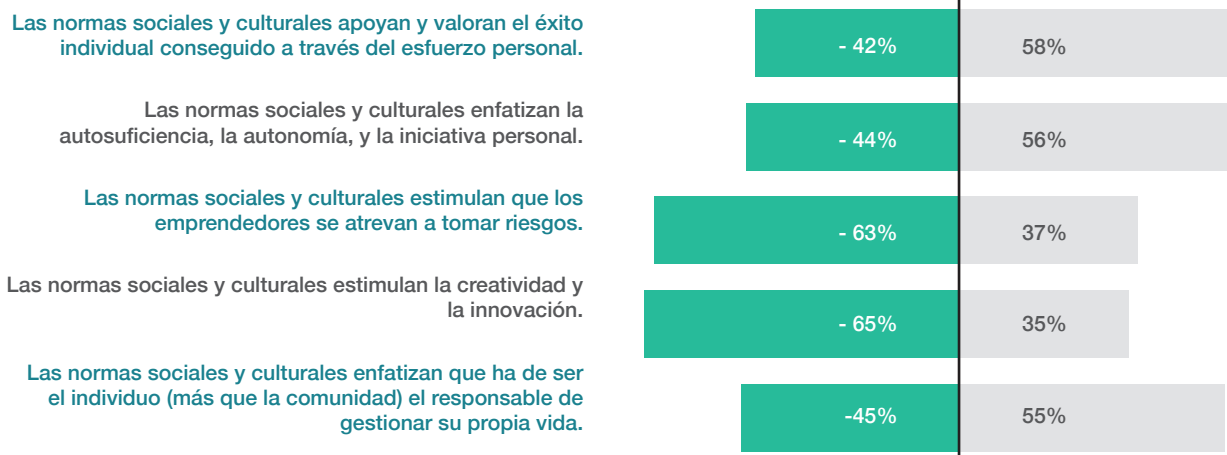
Nivel: -0,11

Este factor ha sido consistentemente evaluado en un nivel medio, en los últimos años. De todas formas experimentó una clara mejora si se compara al nivel del año 2015 (-0,21).

La Figura 3.8 exhibe cada sub-dimensión que se pondera para estimar el nivel en -0,11 de 2016. Se puede apreciar que la sub-dimensión que explica en mayor medida

el valor negativo tiene que ver con la afirmación “las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación (-65%). Si bien este indicador mejora respecto al año anterior (-77% en 2015), continúa como el peor evaluado por los expertos. Por otra parte, de forma positiva, se destaca una mayoría de expertos (58%) que está de acuerdo en que “las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal”.

FIGURA 3.8: EVALUACIÓN DE LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES PROCLIVES AL EMPRENDIMIENTO



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Biobío. 2016

3.8 PROGRAMAS DE GOBIERNO

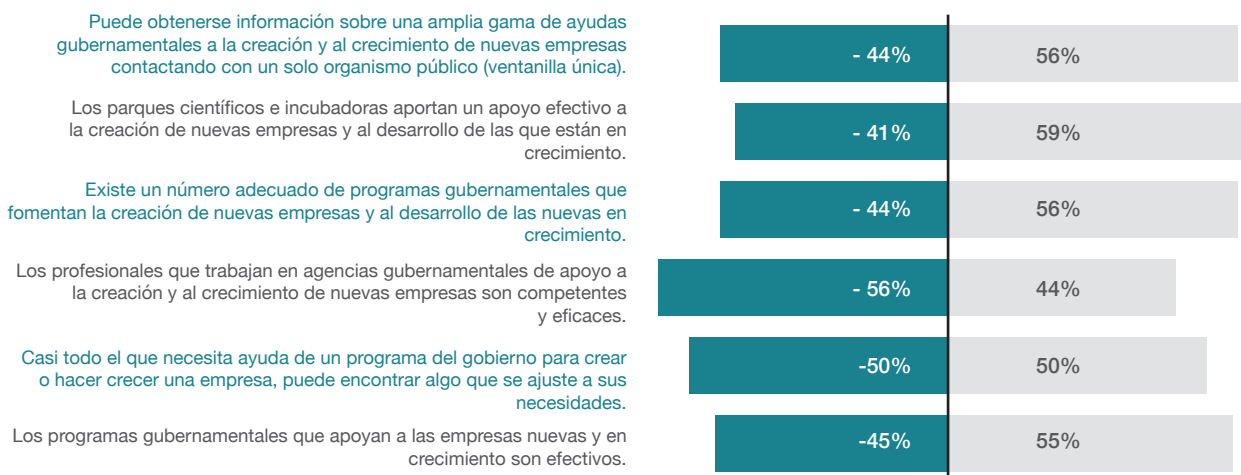
Nivel: -0,01

Este factor se ha mantenido dentro del rango de evaluación media, con una tendencia a mejorar en los últimos años; al menos desde 2014 (-0,22) ha mostrado mejoras año a año, en 2015 fue -0,09 y para el último año estudiado (2016) el nivel es igual a -0,01.

Es importante señalar que el valor de esta dimensión (-0,01), se calcula en base a un promedio ponderado que considera cada sub-dimensión como también la frecuencia de respuestas para cada uno de los niveles de “acuerdo” o “desacuerdo” de la escala Likert (cinco niveles), lo que puede generar un valor negativo aun cuando, como en el caso de la Figura 3.9, se aprecie que

la mayoría de las sub-dimensiones tienden a estar más hacia el lado positivo. De todas formas la Figura 3.9 deja en claro que este factor es uno de los que se reparte en gran medida porcentajes equilibrados de acuerdo o desacuerdo de los expertos, en cada una de las seis sub-dimensiones estudiadas. Igualmente se debe destacar el la percepción positiva de los expertos (59% de acuerdo) relacionado con la afirmación “los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento”, indicador que mejora desde 38% en 2015. Así también el sesgo negativo (56% de “desacuerdo”) con la afirmación “los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.

FIGURA 3.9: EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Biobío. 2016

Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Biobío. 2016

3.9 INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

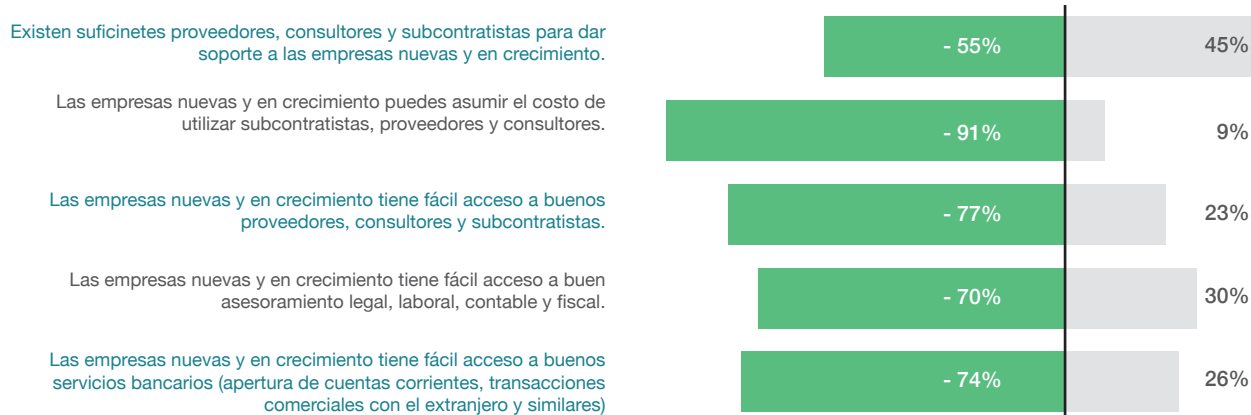
Nivel: -0,76

Este factor 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.

Considerando que la región del Biobío cuenta con un importante sector de educación superior que forma un alto número de profesionales en diversas áreas, sería esperable que gran parte de los servicios descritos estuvieran disponibles de forma abundante en la zona, pero los expertos consultados han tendido a dar una

relativamente mala evaluación a este factor en los últimos años. No obstante a que en 2015 se apreció una clara mejora en la evaluación de esta dimensión (-0,51), durante 2016 el nivel vuelve a caer a -0,76, muy cercano a las cifras calculadas para los años 2013 y 2014. En específico para 2016 la Figura 3.10, permite dejar muy en claro que la mayor parte de los tópicos asociados a este factor de contexto muestran un claro nivel de desacuerdo, sobre todo destaca el alto porcentaje de expertos en desacuerdo (91%) en relación a la afirmación “las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores”. Del mismo modo, se evidencia un deterioro en la percepción acerca de los proveedores, consultores y contratistas, pues en la medición anterior la mayoría de los expertos estaba de acuerdo con que había suficiente soporte (57% en 2015).

FIGURA 3.10: EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL



Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Biobío. 2016

3.10 ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

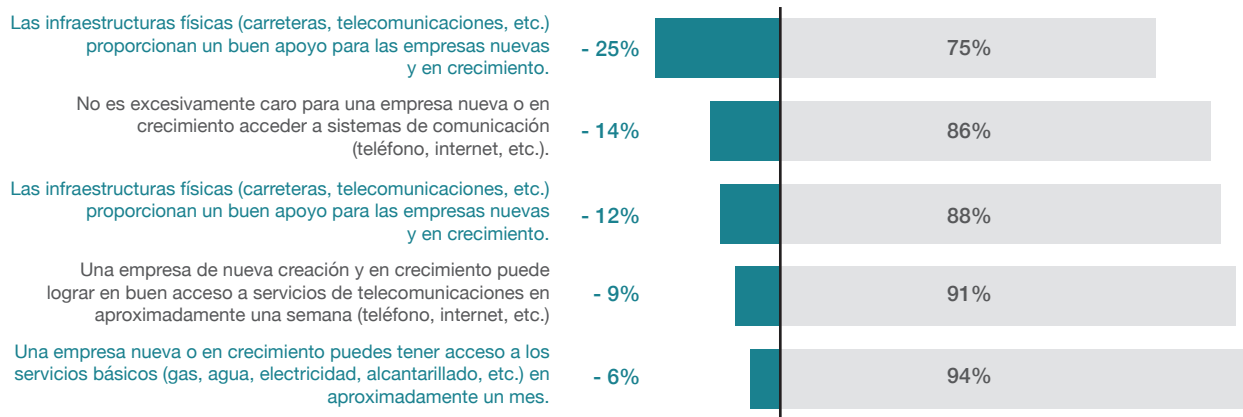
Nivel: 1,29

El factor acceso a la infraestructura física claramente es el mejor evaluado dentro de las nueve dimensiones que considera el modelo GEM para medir el contexto emprendedor, tanto a nivel nacional como regional. El 2016 esta dimensión recibió la más alta evaluación comparada a todos los años anteriores (1,14 en 2015), de hecho también destaca claramente sobre el nivel para país (Ver Figuras 3.1 y 3.2).

La Figura 3.11 detalla cada uno de los tópicos que conforman esta dimensión o factor, se aprecia claramente que en cada una de las sub-dimensiones existe consenso positivo entre los expertos regionales. La que resalta positivamente es la afirmación “una nueva empresa

o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes (94%). Por otra parte, la sub-dimensión que aún tiene algo de margen para mejorar (con un 25% en desacuerdo) es la relacionada con la afirmación: “Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.

FIGURA 3.11: EVALUACIÓN DEL ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA PARA LOS NEGOCIOS



 Fuente: GEM. Encuesta Expertos (NES), Biobío. 2016



4 DESAFÍOS PARA BIOBÍO

4. LOS DESAFÍOS PARA BIOBÍO

Las grandes luces, que nos entrega este nuevo reporte GEM para el Biobío, se pueden resumir en los siguientes puntos: Alta percepción de oportunidades, buena percepción del rol social del emprendedor, alto temor al fracaso, baja tasa relativa de emprendimiento de la región comparada con el país, el contexto para emprender “no cambia”. Para cada uno de estos cinco temas, nos atrevemos a plantear algunos desafíos para nuestra región del Biobío.

PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES

Este es el punto de partida de cualquier iniciativa emprendedora, percibir que hay buenas oportunidades. Luego se hace necesario detectar una oportunidad en particular que genere motivación especial en el emprendedor, para finalmente pasar a una fase de evaluación-acción de la iniciativa, teniendo en cuenta el crecimiento y sostenibilidad de esta. Entonces, si es cierta la percepción de un alto porcentaje de la población adulta de la región del Biobío (51,7%), respecto a que existen buenas oportunidades para iniciar un negocio; la pregunta es ¿qué impide que un mayor número de estas personas realmente se motiven con ponerse en acción para iniciar un emprendimiento? Es probable que sea: Falta de habilidades personales e interpersonales, bajo conocimiento y competencia en gestión de negocios o deficiencias en el contexto para emprender en Biobío. Lo anterior, de cierta forma, indica que sigue siendo un desafío relevante el potenciar más aún la educación formal e informal para desarrollar habilidades y competencias para emprender; junto con mejorar tanto la coordinación como la calidad del trabajo que realizan los agentes activos (públicos y privados) que forman el “ecosistema regional de emprendimiento” en Biobío.

ROL SOCIAL DEL EMPRENDEDOR

Es positivo que se perciba cada vez mejor, por la sociedad en general, el rol del emprendedor. Ello, creemos, genera un desafío de transformar esta institución informal en una formal, vale decir; diseñar e implementar nuevas organizaciones que formen emprendedores/as desde edades tempranas hasta que se conviertan en profesionales emprendedores/as. Junto con lo anterior, existe evidencia científica que sustenta la posibilidad de hacer “didáctica del emprendimiento” a diferentes tipos de personas en diferentes momentos (edades) de su vida. Además es relevante remarcar, bien lo sabemos los académicos del área de negocios; que en Chile, ni las carreras de negocio (ejemplo: ingeniería comercial) ni los MBA (salvo excepciones) forman profesionales emprendedores. Por tanto, el esfuerzo de formalizar la educación emprendedora y la carrera profesional de emprendedor debe suceder en todos los niveles educacionales.

FRACASO

Fracasar en cualquiera de las etapas del proceso de emprendimiento trae consecuencias negativas para el emprendedor, por ejemplo: costos económicos, sociales y emocionales. El haber vivido la experiencia o el conocer las consecuencias que han sufrido otros, al fracasar, alimenta la percepción sobre el miedo al fracaso. Considerando que un mayor miedo al fracaso inhibe, de cierta forma, la actitud y conducta emprendedora, emerge entonces el desafío de generar soluciones a nivel de ecosistema de emprendimiento en Biobío que, por una parte apoyen a los emprendedores que sufren las consecuencias del fracaso; y por otro cultive e instruya sobre cómo enfrentar el fracaso y abordar el proceso posterior de re-emprendimiento.

EMPRENDEMOS MENOS QUE EL RESTO DEL PAÍS

Esta situación se ha mantenido así durante los últimos años en Biobío, sabemos que no se puede catalogar como algo bueno o malo sin tener una explicación más acabada de cuáles son los factores que causan este menor nivel relativo de actividad emprendedora en la región respecto al resto de país. Por tanto, el primer desafío es intentar entender este fenómeno, pues no es descabellado suponer que Biobío exporta emprendedores hacia otras regiones; y quienes (bajo supuesto también) se ven obligados a moverse a otros contextos geográficos porque encuentran mayores facilidades para emprender en otras regiones del país, como la metropolitana; por ejemplo. Entonces, luego de validar estos supuestos (y también otros) se deben ponderar los beneficios y costos potenciales que implique el desarrollo de una política o programa público (y/o iniciativa privada) que tenga como fin hacer surgir, atraer y/o retener más talento emprendedor en los límites geográficos de la región del Biobío.

CONTEXTO PARA EMPRENDER “SIN CAMBIOS”

Los cuatro puntos anteriores no podrán ser mejorados o potencializados; sin cambios relevantes en el contexto para emprender en Biobío; y los principales temas que se deben abordar son: Acceso al financiamiento, acceso al mercado, educación, transferencia de I+D e infraestructura comercial y profesional. De estos cinco temas, al menos tres de ellos se relacionan directamente con el quehacer de universidades e instituciones de educación superior, las que deben asumir un rol más protagónico e intenso por mejorar la educación emprendedora, la transferencia de I+D a PYMES y Start-ups; y formar profesionales capacitados, en diferentes disciplinas (ejemplo: legal, comercial, administrativa, tecnológica, gestión pública, etc.); para dar un soporte efectivo a emprendedores durante las etapas de creación, crecimiento, consolidación; e inclusive, cierre de negocios.



5 CONSIDERE RACIONES FINALES

5. CONSIDERACIONES FINALES

“El emprendimiento en su concepto general es un tema de creciente reconocimiento por parte de los diversos actores sociales. En su concepción como actividad económica es en la actualidad un fenómeno instalado en las discusiones del ámbito público y privado. Como se ha manifestado (y comprobado por este y otros proyectos de investigación) los emprendedores cumplen un rol fundamental en el desarrollo de los países, ya sea a través de la generación de puestos de trabajo, como en la entrega de nuevos productos y servicios a la sociedad. Los diseñadores de políticas públicas, conscientes de este hecho, han tratado de enfocarse cada vez más en fomentar el “espíritu emprendedor” de la población y entregar mayores facilidades para la generación de nuevos negocios. Bajo este escenario, el proyecto GEM Chile, siendo el mayor proyecto de investigación que analiza la propensión de la población para participar en actividades emprendedoras, entrega datos comparables a nivel internacional, los que a su vez pueden compararse entre años, permitiendo analizar la evolución de esta actividad en nuestro país” (Amorós y Poblete, 2012).

Este es el décimo reporte GEM de la región del Biobío, una de las regiones del país que ha participado de forma ininterrumpida de esta iniciativa desde el año 2007; lo que permite no solo comprender lo que ha venido sucediendo en la región en el corto plazo; sino que tener una mirada más completa de la evolución y dinámica de la propensión de la población del Biobío a emprender. Es importante destacar que a partir de 2010, un año especial para Biobío, el reporte de la región comenzó a elaborarse de forma colaborativa entre la Universidad del Desarrollo⁴ y la Universidad Católica de la Santísima Concepción, lo que ha enriquecido el trabajo y el aporte que hacen ambas instituciones al territorio en el que fueron fundadas.

Las sinergias que pueden generar las instituciones participante, junto con otras que se sumen a futuro, son tremendamente valiosas para la región del Biobío; pues hoy más que nunca se requiere de altos niveles de colaboración para dar un gran impulso al desarrollo económico y social de la región, el cual se hace posible con mucha actividad emprendedora, innovación y trabajo asociativo.

⁴ Universidad que inició el proyecto en la región, y también en todo el país. Hoy además es patrocinadora del proyecto GEM a nivel mundial.



6

**EXPERTOS
CONSULTADOS**

6. EXPERTOS CONSULTADOS

Agradecemos, nuevamente, a todos los expertos que de forma desinteresada contribuyeron al presente Reporte GEM Regional Biobío 2016-2017. A continuación, el listado de sus nombres en orden alfabético⁵.

Adriano Hebles Ortíz
Carlos Yévenes Guerra
Claudia Becerra Pizzani
Claudia Carrasco Sagredo
Cristian Oyanedel Catalán
Elías Tefarikis Urquieta
Emilio Armstrong Soto
Eric Forcael
Estela Drake Mendoza
Evelyn Chaparro Cisterna
Fabián Ortega Troncoso
Francisco Inostroza Cáceres
Gonzalo Del Río Reyes
Héctor René Bravo Barrales
Heidi Marion Inostroza Rojas
Javier A. Barros Muñoz
Jeanne Simon
Joan Manuel Gatica Navarrete
Jorge Bizama Gallegos
Jorge Díaz Monsalves
Juan Carlos Quitral Navarro
Juan Yamil Sandoval Nehme
Liliana Andrea Catalán Lobos
Manuel Aranda Muñoz
Marcela Sepúlveda Altamirano
Matías Ríos
Michelle Tobar Ramírez
Nelson Rojas Velis
Pablo San Martín Mosqueira
Pamela Bascur
Patricia De Bernardi
Pedro Alarcón Bustos
Roberta Lama Bedwell
Rodrigo Díaz
Rodrigo Valenzuela Benítez
Sergio Tillería Vásquez
Steve Baeza Abadie
Verónica Larrañaga Ruiz
Verónica Vivanco


⁵ Ante cualquier error y/u omisión en los nombres de la presente planilla de expertos se ofrecen las disculpas correspondientes.

A large, stylized number '7' rendered in a white outline font. The number is positioned on the left side of the page, partially overlapping a teal background and a dark blue square. The background features a grid of various colored squares in shades of teal, dark blue, yellow, and white.A solid white square located in the upper right quadrant of the page, partially overlapping a teal background and a dark blue square.

REFEREN CIAS

7. REFERENCIAS

- Acs, Z. J. & J. E. Amorós (2008). Entrepreneurship and Competitiveness Dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305-322.
- Álvarez, C., D. Urbano and J.E. Amorós (2014). "GEM research: Achievements and challenges." *Small Business Economics*, 42(3), 445-465.
- Amorós, J.E., & C. Poblete (2012). *Global Entrepreneurship Monitor; Reporte Nacional de Chile 2010*. Santiago: Ediciones Universidad del Desarrollo.
- Baumol, W. (2010). *The microtheory of innovative entrepreneurship*. Princeton & Oxford: Princeton University Press.
- Bosma, N., S. Wennekers, M. Guerrero, J.E. Amorós, A. Martiarena and S. Singer (2013). *GEM Special Report On Entrepreneurial Employee Activity*. Babson College: Wellesley, MA; Universidad del Desarrollo, Santiago, and Universiti Tun Abdul Razak: Kuala Lumpur.
- Bosma, N., Z. Acs, E. Autio, A. Coduras & J. Levie (2009). *Global Entrepreneurship Monitor, 2008 Executive Report*. Wellesley, Mass.: Babson College.
- Brüderl, J ; Preisendorfer, P; Ziegler, R. (1992). Survival Chances of Newly Founded Business Organizations, *American Sociological Review*, volumen: 57 N°2 Páginas: 227-242
- Drexler, M. and J.E. Amorós (2015). "Guest post: how Chile and Colombia eluded the 'entrepreneur trap'." *Financial Times*, January 8th. On line: <http://blogs.ft.com/beyondbricks/2015/01/08/guest-post-how-chile-and-colombiaeluded-the-entrepreneur-trap/>
- Headd, B. (2003). *Redefining Business Success: Distinguishing Between Closure and Failure*, *Small Business Economics* 21, 51-61.
- Kihlstrom, R. E. & J. J. Laffont (1979). A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion, *Journal of Political Economy*, 87, 719-49.
- Levie, J. and E. Autio (2008). "A theoretical grounding and test of the GEM model." *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.
- Mancilla, C., Amorós, J.E. (2012). La influencia de factores socio-culturales en el emprendimiento: evidencia en Chile 2007-2010. *Multidisciplinary Business Review* 5 (1), pp. 14-25. Año de publicación 2012.
- Mason, C. M. & Harrison, R. T. (2006). After the exit: acquisitions, entrepreneurial recycling and regional economic development, *Regional Studies*. 40, 55-73.
- Porter, M. E., J. J. Sachs, & J. McArthur (2002). *Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development*. In: Porter, M, J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur, and K. Schwab (Eds), *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, New York: Oxford University Press, 16-25.
- Reynolds, P. D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., et al. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24, 205-231.
- Reynolds, P., M. Hayand and S.M. Camp (1999). *Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report*, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Schumpeter, J. A. (1934): *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1934): *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1912, reedit. 1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Van Stel, A., M. Carree and R. Thurik (2005). "The effect of entrepreneurial activity on national economic growth." *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.
- WEF-GEM (2015). *Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development*. World Economic Forum: Geneva. <http://www.weforum.org/reports/leveragingentrepreneurial-ambition-and-innovation-global-perspectiveentrepreneurship-compe>
- Wennekers, S., A. Van Stel, M. Carree and A.R. Thurik (2010). "The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped?" *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6(3), 167-237.



8

**FICHA
METODO
LÓGICA**

8. FICHA METODOLÓGICA

8.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA:

Universo	Población chilena, adulta y mayor de 18 años.
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2012- INE.
Total Muestra Nacional	9.196 casos.
Total Muestra Regional	737 casos.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio 2016.
Encuestador	Questio estudios de mercado y opinión.

8.2 ENTREVISTAS A EXPERTOS REGIONALES

Tipo de Estudio	Encuestas auto-administradas
Muestra nacional	434 expertos
Muestra regional	39 expertos
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio 2016
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile

The background features a teal gradient with several geometric shapes: a dark blue square in the top-left, a light green square in the top-right, a dark blue rectangle on the left side, a yellow vertical rectangle overlapping the left side, a dark blue horizontal bar across the middle, and a large yellow cross shape in the bottom-right.

9

AUTORES

9. SOBRE LOS AUTORES

JORGE ESPINOZA

Ingeniero Comercial de la Universidad Católica de la Santísima Concepción (UCSC), Magíster en Administración/MBA y Diplomado en política de innovación y emprendimiento de la Universidad de Chile. Profesor de emprendimiento e innovación de Facultad de Ciencias Económicas Y Administrativas de la UCSC. Ha participado activamente, durante los últimos años, en estudios y acciones vinculadas con el emprendimiento, la innovación y el desarrollo económico de la Región del Biobío. Cuenta con experiencia profesional en gestión y asesoría de Pymes; y en formulación de proyectos empresariales innovadores.

HUGO BAIER

Académico, Investigador y Director Académico del Magíster en Gestión de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica de la Santísima Concepción. Doctor en Empresas de la Universidad de Barcelona y Magíster en Administración/MBA de la Universidad del Desarrollo. Su investigación principal se centra en la internacionalización de los emprendedores de economías emergentes, y de forma más específica, en los factores del individuo y del entorno que permiten la rápida internacionalización de sus negocios.

CLAUDIA YÁÑEZ

Ingeniero Comercial y Magister en Negocios de de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, ejerciendo actualmente como académica de la misma casa de estudios, en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA), dictando cátedras de administración y gestión de empresas.

Dentro de sus principales trabajos destaca la participación en proyectos de investigación en el área de emprendimiento, y desempeño como Encargada administrativa del Proyecto CRECE+PYME.

VESNA MANDAKOVIC

Directora Académica GEM Chile y Profesora Asistente del Instituto de Emprendimiento, Universidad del Desarrollo. Doctor en Economía el año 2012 y Magister en Economía de la Universidad Católica de Chile. Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo, Concepción, Chile.

En la actualidad dicta cátedras de la línea de Microeconomía en la Facultad de Economía y Negocios. Su investigación se focaliza en entender la dinámica del emprendimiento en países en desarrollo, estudiando la heterogeneidad de los agentes y las instituciones que participan en construir el ecosistema emprendedor. Para comprender los fenómenos utiliza metodología econométrica fundamentalmente de paneles dinámicos y análisis multinivel.

TOMÁS SEREY

Coordinador del GEM Chile. Magister en Educación e Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile.

En la actualidad se desempeña como investigador junior en la Facultad de Economía y Negocios. Su investigación se focaliza en emprendimiento social y emprendimientos dinámicos, estudiando las características de los emprendedores con algún grado de innovación en sus modelos de negocios.

10

GEM
CHILE

11

10. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE

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

<http://www.gemchile.cl/>
 Contacto: Tomás Serey
 Coordinador GEM Chile
 tserey@udd.cl
 Tel: (562) 23279801

11. 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 2016.

REGIÓN	INSTITUCIÓN	EQUIPO
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Evadil Ayala Riquelme Alberto Martínez Quezada Mariela Llanos Ortíz Mauricio Vega López Nicole Meza Cisternas Aylin Chang Alvarado Claudia Cortes Martínez
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romani Miguel Atienza
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Karla Soria Guillermo Honores
Región de Valparaíso	Universidad Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Paulina Santander Astorga Diego Yáñez Martínez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca Montero Tomás Serey
Región del Maule	Universidad Tecnológica de Chile-INACAP	Adriana Abarca Montero Christian Bacciarini González Francisca Gómez Gajardo
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza Hugo Baier Claudia Yáñez
	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca Montero Tomás Serey
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	Paulina Sanhueza Víctor Valenzuela Claudina Uribe Diego Robles
Región de Los Lagos	Universidad Tecnológica de Chile-INACAP	Adriana Abarca Montero Christian Bacciarini González Francisca Gómez Gajardo



12 **AUS
PICIA
DORES**

12. AUSPICIADORES

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 / www.negocios.udd.cl

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN

La Universidad Católica de la Santísima Concepción fue fundada por el Arzobispado de Concepción el 10 de julio de 1991. Su creación surge continuando el trabajo académico de la ex sede Talcahuano, de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Es una Universidad tradicional, autónoma y privada, adscrita al Consejo de Rectores y que forma parte del Capítulo Chileno de Universidades Católicas, de la Asociación de Universidades Regionales (AUR) y de la Organización de Universidades Católicas de América Latina y el Caribe (ODUCAL).

Cumple una labor de formación integral, entregando servicios de excelencia a la Región del Biobío.

Las actividades de la UCSC, en Concepción, se desarrollan en Casa Central, Campus San Andrés y Santo Domingo. También en sus sedes de Talcahuano, Chillán, Los Ángeles (Campus Santa María de Los Ángeles) y Cañete, donde destaca el Instituto Tecnológico.

Cuenta en la actualidad con el Instituto de Teología, Instituto Tecnológico, además de las Facultades de Derecho, Ciencias, Educación, Ingeniería, Medicina, Ciencias Económicas y Administrativas, y de Comunicaciones, Historia y Ciencias Sociales.

La Universidad participa activamente del GEM a partir del año 2011, a través de un convenio suscrito con la Universidad del Desarrollo para colaborar con las actividades relacionadas con la elaboración del Reporte GEM de Regiones, Región del Biobío. La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA), dada su vocación, es la unidad académica de la UCSC, que asume la responsabilidad de ejecutar todas las acciones que permitan dar cumplimiento al programa del GEM en la región del Biobío.

Sitios web: www.ucsc.cl / www.facea.ucsc.cl.



GEMconsortium.org

ISBN: 978-956-7943-83-8