



REPORTE NACIONAL DE CHILE 2009

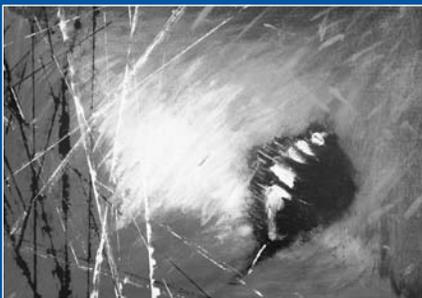
José Ernesto Amorós / Carla Bustamante / Germán Echeopar / Daniela Ortega

Con la colaboración de Conrad von Igel





BICENTENARIO
CHILE 2010



Nuestra portada "Retorno a nuestras raíces" es una pintura perteneciente a Daniel Esteban Riquelme Cornejo de 17 años, estudiante del colegio Nuevo Milenio, Villa Alemana, Región de Valparaíso. Esta obra lo hizo merecedor del 3er lugar en el concurso nacional "Pintando los sueños del Bicentenario", organizado por la Comisión Bicentenario.

Queremos agradecer a la Comisión Bicentenario y, por supuesto, a Daniel Riquelme por compartir con nosotros esta obra.



Global Entrepreneurship Monitor

REPORTE NACIONAL DE CHILE 2009

José Ernesto Amorós / Carla Bustamante / Germán Eche copar / Daniela Ortega

Con la colaboración de Conrad von Igel

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Nacional de Chile 2009

Primera Edición

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Inscripción N° 189.825
Santiago – Chile
ISBN: 978-956-7961-41-2

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio que el año 2009 fue constituido por equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Arabia Saudita, Argelia, Argentina, Bélgica, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Cisjordania y la Franja de Gaza, Chile, China, Colombia, Corea, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Emiratos Árabes, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Guatemala, Hong Kong, Hungría, Islandia, Israel, Irán, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Letonia, Líbano, Malasia, Marruecos, Noruega, Países Bajos, Panamá, Perú, Reino Unido, República Dominicana, Rumania, Rusia, Serbia, Siria, Sudáfrica, Suiza, Tonga, Túnez, Uganda, Uruguay, Venezuela y Yemen. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros, están publicados en el Global Entrepreneurship Monitor 2009 Report, el que puede ser descargado en línea en www.gemconsortium.org. Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

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

*Portada: "Retorno a nuestras raíces". Daniel Riquelme C.
© Todos los derechos reservados -Comisión Bicentenario.*

Diagramación: Trinidad Concha G.

*Impreso en Chile / Printed in Chile
Servicios de Impresión: Salesianos Impresores S.A.
Dirección: General Gana 1486, Santiago de Chile
Fono: 02- 5307914
Rut:96.751.950-2*

ÍNDICE DE CONTENIDO

<i>ÍNDICE DE CONTENIDOS</i>	3
<i>ÍNDICE DE FIGURAS</i>	5
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i>	6
<i>PREFACIO</i>	7
<i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	8
¿Cómo es el emprendedor chileno?	10
<i>1. INTRODUCCIÓN</i>	<i>12</i>
1.1 El modelo del GEM	12
Áreas de interés para la política pública	15
Emprendimiento: actitudes, actividad y aspiraciones.	16
El contexto para el emprendimiento	17
1.2 Concepto de emprendimiento en el GEM	17
1.3 La metodología del GEM	19
1.4 La disponibilidad de datos del GEM y su sitio web	20
<i>2. LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL GLOBAL Y NACIONAL</i>	<i>21</i>
2.1 Actitudes emprendedoras	22
2.2 Actividades Emprendedoras	29
Motivaciones emprendedoras	38
Distribución por sectores	40
Edad y Sexo	43
Nivel educativo	47
Nivel de ingresos	48
Situación laboral de los emprendedores	49
2.3 Aspiraciones emprendedoras	50
Expectativas de alto crecimiento	50
Competitividad	53
<i>3. ACTITUDES, ACTIVIDADES Y ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS EN EL MARCO DE LA CRISIS ECONÓMICA DEL 2009</i>	<i>61</i>
<i>4. CONTEXTO EMPRENDEDOR EN CHILE</i>	<i>66</i>
4.1 Modelo GEM y encuesta a expertos	66
4.2 Condiciones del contexto político y normas sociales y culturales para el emprendimiento	70
Normas sociales y culturales	70
Políticas de gobierno	72

4.3 Condiciones específicas para la innovación y el emprendimiento	74
Apoyo financiero	74
Programas de gobierno	76
Educación y capacitación para el emprendimiento	78
Transferencia de investigación y desarrollo	79
Infraestructura comercial y profesional	82
Infraestructura física	83
Acceso al mercado interno	84
Protección de la propiedad intelectual	85
5. <i>TEMA ESPECIAL: EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN CHILE</i>	87
6. <i>CONSIDERACIONES FINALES</i>	97
<i>EXPERTOS CONSULTADOS</i>	99
<i>REFERENCIAS</i>	102
<i>ANEXO 1</i>	104
<i>FICHA METODOLÓGICA</i>	106
<i>ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA</i>	106
<i>ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES</i>	106
<i>EQUIPOS DE TRABAJO POR PAÍS</i>	107
<i>ACERCA DE LOS AUTORES</i>	117
<i>COORDINACIÓN DEL GEM CHILE</i>	118
<i>COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES</i>	119
<i>AUSPICIADORES</i>	120

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Las 10 características del emprendedor en Chile	11
Figura 2: El Modelo del GEM	13
Figura 3: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM	18
Figura 4: El modelo y definiciones del GEM	20
Figura 5: ¿El miedo al fracaso le impediría iniciar un nuevo negocio?: Tasa de prevalencia de los diferentes grupos, GEM 2009	25
Figura 6: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento según tipo de economía	31
Figura 7: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en Chile	32
Figura 8: Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en los 54 países participantes en el GEM 2009 según fase de desarrollo económico y con un intervalo de confianza de 95%	33
Figura 9: Actividad emprendedora en etapas iniciales y PIB per cápita, 2009	34
Figura 10: Actividad emprendedora en etapas iniciales por región en Chile	36
Figura 11: Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales por motivación para emprender en las regiones participantes de GEM Chile	37
Figura 12: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales	39
Figura 13: Emprendedores nacientes por motivación para emprender	40
Figura 14: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales	41
Figura 15: Distribución por sectores en emprendimientos establecidos	41
Figura 16: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales en Chile	42
Figura 17: Distribución por sectores en emprendimientos establecidos en Chile	42
Figura 18: Emprendimiento en etapas iniciales según grupo de edad y fase de desarrollo económico	43
Figura 19: Actividad emprendedora total por edades	44
Figura 20: Proporción de rangos de edad en actividad emprendedora	45
Figura 21: Tasa de emprendimiento en etapas iniciales (TEA) según fase de desarrollo económico y sexo	46
Figura 22: Emprendimiento en etapas iniciales y establecidos por sexo, 2009	46
Figura 23: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora	47
Figura 24: Nivel de ingresos y actividad emprendedora	48
Figura 25: Actividad emprendedora según ingreso familiar	49
Figura 26: Actividad emprendedora según tipo de empleo	50
Figura 27: Expectativas de alto crecimiento (HEA) en emprendimientos en etapas iniciales, 2004-2009	51
Figura 28: Prevalencia relativa de altas y moderadas expectativas de crecimiento en etapas iniciales: porcentajes del TEA 2004-2009	52
Figura 29: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento	53
Figura 30: Porcentaje de actividad emprendedora en etapas iniciales y nuevos productos y mercados, 2004-2009	55
Figura 31: Novedad de los productos ofrecidos	56
Figura 32: Intensidad de la competencia esperada	56
Figura 33: Uso de nuevas tecnologías o procesos	57
Figura 34: Expectativa de expansión de mercado	58
Figura 35: Porcentaje emprendedores en etapas iniciales según orientación a mercados internacionales, 2004-2009	59
Figura 36: Actividad emprendedora y exportación	60
Figura 37: Percepción de los efectos de la crisis en las oportunidades de negocios	62
Figura 38: Percepción acerca de las dificultades existentes para crear un negocio comparado con las existentes el año pasado	63
Figura 39: Percepción de las oportunidades existentes para hacer crecer su negocio en relación a las existentes el año pasado	64

Figura 40: Efectos generales de la crisis	65
Figura 41: Evaluación del contexto emprendedor en Chile 2009. Resultado de encuestas a expertos	68
Figura 42: Contexto emprendedor en Chile. Comparativo de encuestas a expertos 2005-2009	70
Figura 43: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento	71
Figura 44: Valoración social del ser empresario	72
Figura 45: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento	73
Figura 46: Apoyo financiero para el emprendimiento	75
Figura 47: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento	77
Figura 48: Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento	78
Figura 49: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento	79
Figura 50: Evaluación de la transferencia de I+D	80
Figura 51: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional	82
Figura 52: Evaluación de acceso a infraestructura física para los negocios.	83
Figura 53: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes	84
Figura 54: Protección de la propiedad intelectual	85
Figura 55: Actividad emprendedora social (SEA) en los países participantes en el GEM 2009 según fase de desarrollo económico y con un intervalo de confianza de 95%	88
Figura 56: Opinión de los expertos acerca del contexto nacional del emprendimiento social	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Importancia de los diferentes tipos de condiciones nacionales para el desarrollo económico	15
Tabla 2: Actitudes y percepciones emprendedoras en los 54 países pertenecientes al consorcio GEM durante el 2009 por fase de desarrollo económico	23
Tabla 3: Factores de influencia en la percepción de los encuestados según etapa del emprendimiento (Porcentaje de respuestas afirmativas)	27
Tabla 4: Factores de percepción general de la población sobre el emprendimiento (Porcentaje de respuestas afirmativas)	28
Tabla 5: Actividad emprendedora en los países participantes en el GEM 2009 según fase de desarrollo económico	30
Tabla 6: Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales en países de América Latina y el Caribe	35
Tabla 7: Actividad emprendedora social por fase del proceso emprendedor y género, GEM 2009	89
Tabla 8: Prevalencia de la SEA por tipo de actividad social*	91

PREFACIO

Después de un año complejo en materia económica y financiera, como lo fue el 2009, el 27 de febrero del 2010 puso a prueba nuestra capacidad como sociedad y como país, enfrentándonos a uno de los peores desastres naturales en la historia moderna de Chile. Ante este escenario, trágico sin duda alguna, el ánimo solidario, la voluntad, pero sobre todo el rápido accionar de miles de chilenos, pone de manifiesto el espíritu emprendedor que requiere Chile a las puertas del Bicentenario de la Nación. Creemos que los emprendedores, en toda la extensión del concepto, son y serán un pilar fundamental de la pronta recuperación del país. Por eso para quienes trabajamos en la elaboración del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Reporte Nacional de Chile 2009, este año guarda un especial significado.

El proyecto GEM es resultado del esfuerzo académico y de coordinación interinstitucional de más de 70 países, que ha hecho del GEM uno de los proyectos de investigación, sobre emprendimiento, más importantes a nivel internacional. En Chile es resultado del trabajo de colaboración conjunta entre la Universidad Adolfo Ibáñez y la Universidad Desarrollo. A nivel país, el proyecto GEM sigue creciendo tanto en la calidad de sus análisis como en cobertura. Esto nos permite continuar proporcionando una mejor calidad y confiabilidad de los datos. Seguimos ampliando la muestra de nuestra investigación para dar una mayor representatividad regional, incluyendo las regiones de Arica y Parinacota, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, del Bío-Bío, de la Araucanía y la Región Metropolitana de Santiago.

De nuevo, este esfuerzo nacional y regional hace que el proyecto GEM sea un interesante aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública. Queremos ofrecer la mejor y

más completa información sobre la situación del emprendimiento, considerando una dimensión que abarca desde lo local a lo global.

Agradecemos el soporte brindado y la solidaridad manifestada por todo el equipo de coordinación del GEM Mundial. Igualmente agradecemos el apoyo dado por nuestras Universidades; Adolfo Ibáñez y del Desarrollo. También agradecemos a las universidades asociadas a nivel regional, Universidad de Tarapacá, Universidad Católica del Norte (sede Antofagasta y Coquimbo), Universidad Técnica Federico Santa María, Universidad del Desarrollo (sede Concepción) y Universidad de la Frontera, así como las facultades, departamentos o centros de investigación de las universidades asociadas y a sus diferentes auspiciadores. Agradecemos la invaluable ayuda de todas las personas que respondieron en calidad de expertos la encuesta sobre las condiciones nacionales para el emprendimiento. Asimismo, a los 5000 encuestados anónimos que son un pilar fundamental de esta investigación. A todas y todos muchas gracias por aportar a esta iniciativa de investigación, contribuir al crecimiento del proyecto GEM Chile y apoyar la actividad emprendedora del país. Hoy más que nunca necesitamos más y mejores emprendedores.

Finalmente, queremos dedicar este reporte a todos los emprendedores; micro, pequeños, medianos y grandes empresarios que han sufrido las consecuencias de terremoto. Estamos seguros que darán ejemplo de férrea voluntad y espíritu emprendedor. A todos ellos, gracias por construir un país mejor.

*José Ernesto Amorós, PhD
Coordinador GEM Chile*

RESUMEN EJECUTIVO

El Global Entrepreneurship Monitor, GEM, es el mayor proyecto de investigación mundial que analiza la propensión de la población de un país para participar en las actividades emprendedoras. A la fecha el GEM es uno de los pocos proyectos académicos que permite tener datos armonizados comparables a nivel internacional, de manera sistemática y de forma anual. Este proyecto fue ideado en 1997 por investigadores de la London Business School y Babson College, EE.UU., y el primer estudio del GEM fue constituido por un grupo de 10 países en el año 1999. Desde aquel entonces el GEM se ha transformado en un consorcio constituido por más de 70 equipos nacionales. En 2004, London Business School y Babson College transfirieron el capital intelectual del GEM a la Asociación de Investigación en Emprendimiento Global (GERA por su sigla en inglés), la cual es una organización sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos nacionales, más las dos instituciones fundadoras y las instituciones patrocinantes.

En Chile, el proyecto GEM inició en el año 2002 y para el ciclo 2009-2010 fue coordinado por la Universidad del Desarrollo y la Universidad Adolfo Ibáñez. Desde el año 2007, GEM Chile ha incorporado el análisis de la actividad emprendedora en regiones, generando alianzas con prestigiosas Universidades e Instituciones regionales que han permitido que actualmente se estudie la actividad emprendedora en 7 regiones del país: Región de Arica y Parinacota, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, Bío- Bío y Región de la Araucanía.

El GEM hace una recolección de información primaria relevante sobre el emprendimiento. Esto a través del uso de dos metodologías. La primera es una encuesta aleatoria, la cual consiste en apli-

car un cuestionario estructurado a una muestra compuesta por adultos mayores de 18 años. Esta encuesta se conoce como APS y se aplicó a 5000 personas. La segunda metodología consiste en la aplicación de una encuesta a expertos, también conocida como NES, sobre temas específicos sobre el contexto para el emprendimiento en el país. Cabe mencionar que en este ciclo del GEM se encuestó a 293 expertos y expertas de las 7 regiones pertenecientes a GEM Chile. Estas metodologías permiten que, a diferencia de otros estudios, el GEM se focalice en la figura del emprendedor, adoptando una aproximación comprensible y considerando el grado en que las personas se involucran en actividades emprendedoras dentro de un país, identificando diferentes tipos y fases del emprendimiento. En el GEM se denominan emprendedores en etapas iniciales a la proporción de la población adulta nacional que es dueña de un negocio pero que éste no supera los 3,5 años de antigüedad, mientras que se considera un emprendedor establecido como todo aquel que es dueño de un negocio que supera los 3,5 años de antigüedad.

Actitudes emprendedoras

En Chile, según la metodología del GEM, se estima que el 80% de la población adulta considera que las personas que alcanzan abrir un nuevo negocio obtienen un alto prestigio social, un 87% que el ser un empresario es una opción de carrera deseable, pero sólo un 47% considera que los medios de comunicación hacen visible casos de emprendedores exitosos. En este mismo sentido, el 52% de la población adulta chilena considera que habrá buenas oportunidades en los próximos 6 meses para iniciar un nuevo negocio. En relación

a este indicador, cuando se le pregunta a los emprendedores por las oportunidades percibidas se destaca que el 54,7% de los emprendedores en etapas iniciales y el 55,8% de los establecidos considera que en los próximos 6 meses habrán buenas oportunidades para iniciar negocios.

Actividades emprendedoras

Actualmente, el GEM estima que en nuestro país, el 14,9% de la población adulta entre 18 y 64 años se considera un emprendedor en etapas iniciales y un 6,7% un emprendedor establecido. Estas cifras demuestran un aumento de más de 2 puntos porcentuales en que se refiere a emprendedores en etapas iniciales y una leve disminución de 0,1 puntos en los establecidos, en relación a la medida correspondiente al año anterior.

A este porcentaje de la población se les preguntó por los motivos que los llevaron a emprender. Según la apreciación del GEM este año, el 68,29% de los emprendedores en etapas iniciales se encuentra motivado por una oportunidad de negocio (incluye a un 25,29% buscaba incrementar sus ingresos, un 17,40% independencia económica y un 25,60% que está motivado en parte porque vio una oportunidad de negocio, pero también porque necesitaba generar algún tipo de ingreso), mientras que un 31,71% declaró haber emprendido por necesidad, pues no tenía otra forma de ganarse la vida.

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

Finalmente, se estima que la mayor parte de los emprendedores trabaja como auto-empleado (45,6% de los emprendedores en etapas iniciales y 79,8% de los establecidos). En contraparte el 21,2% de los emprendedores en etapas iniciales y 6,8% de los establecidos manifestaron ser empleadores, es decir aparte de ellos les dan trabajo a una o más personas.

Aspiraciones emprendedoras

En relación a la creación de empleos, en la actualidad el 63,6% de los emprendedores en etapas iniciales y el 59,8% de los establecidos declararon tener de 1 a 5 personas trabajando en sus negocios. A futuro, el 52,9% de los iniciales y el 54% de los establecidos aspiran a contratar de 1 a 5 trabajadores y no más de un 4% de ellos aspira a contratar 20 trabajadores o más.

En relación a sus productos, el 49,3% de los emprendedores iniciales y el 46,8% de los establecidos manifestaron que sus productos eran nuevos para todos sus clientes. Mientras que un porcentaje muy bajo (11,2% de iniciales y 5,6% de establecidos) declararon que la tecnología usada en su empresa es muy nueva, es decir, inferior a 1 años. Esta situación se condice con la expansión de mercado en donde el 66,3% de los emprendedores en etapas iniciales y el 55,3% de los iniciales, se catalogaron como dueños de empresas con algún grado de expansión de mercado pero sin usar nuevas tecnologías.

Efectos de la crisis económica sobre el emprendimiento

Para este ciclo del GEM, se consideró pertinente incorporar el tema relacionado con la crisis económica. De las respuestas de los emprendedores podemos mencionar que del total de los emprendedores la mayor parte de ellos (61,7% de emprendedores iniciales y 69% de establecidos) consideró que este año iniciar un negocio es más difícil que lo que significaba hacerlo hace un año atrás. Esta opinión también es compartida cuando se les pregunta por la dificultad de hacer crecer sus negocios. Situación que podría explicarse porque la mayoría de ellos (60,7% de emprendedores iniciales y 67,4% de establecidos) consideran que uno de los efectos de la crisis económica es la disminución de las oportunidades.

Contexto emprendedor en Chile

Tal como se mencionó con anterioridad, una de las metodologías del GEM contempla la aplicación de una encuesta denominada NES por sus siglas en inglés y que permite obtener una aproximación a la visión de los emprendedores nacionales en torno al tema y sobre las condiciones del contexto emprendedor en el país. Los resultados de esta metodología demuestran que- según los expertos- sólo “acceso a infraestructura física” tiene una evaluación positiva. Una segunda variable que amerita ser mencionada son los “programas de gobierno”, pues es un tema que ha presentado una mejoría sorprendente, relativa a las otras variables, durante el último año. Situación que sugiere que los expertos observan una mayor efectividad de los programas de gobierno para el emprendimiento y que paulatinamente el emprendimiento se ha ido posicionando en la agenda pública de nuestro país.

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

Tema especial: Emprendimiento Social en Chile

Año a año, el GEM incluye dentro de su análisis un tema especial que incluye preguntas aplicadas tanto a la APS como a la encuesta NES. Este año, y en vista de la importancia que ha revestido este fenómeno a nivel mundial, se ha elegido el emprendimiento social como el tema específico a estudiar.

Según los resultados extraídos de la encuesta a la población adulta, comparado con el resto del mundo- y con el grupo de economías basadas en eficiencia de la que Chile forma parte- nuestro país muestra un nivel medio- alto de actividad emprendedora social. En Chile un 2,4% de la población está involucrada en etapas tempranas de emprendimientos sociales, lo que contrasta positivamente con el 0,1% de Guatemala, pero lejos del 4,1% de Argentina.

Finalmente, los expertos opinaron que en temas de emprendimiento social el factor mejor evaluado en el contexto nacional es que la responsabilidad social es una ventaja competitiva para los negocios nuevos y en crecimiento. Mientras que el indicador con evaluación más baja es que las empresas que hacen publicidad de sus proyectos sociales y medio ambientales obtienen más escepticismo que aprobación por parte de la sociedad.

¿CÓMO ES EL EMPRENDEDOR CHILENO?

FIGURA 1: Las 10 características del emprendedor en Chile



1. INTRODUCCIÓN

Sin duda el periodo comprendido desde septiembre del 2008 y el 2009, será recordado por la crisis financiera que recayó en una recesión económica que afectó a muchos países alrededor del mundo. Si bien los efectos de esta crisis se han aminorado, los gobiernos y el mundo privado han tendido que redoblar esfuerzos para plantear las mejores vías que nos devuelvan a la senda del crecimiento. En este contexto, las actividades emprendedoras y en especial la figura del emprendedor vuelven a aparecer en este complejo escenario económico. En la actualidad, es ampliamente aceptado que el emprendimiento es una fuerza importante en la generación de cambios económicos y sociales y la relación entre emprendimiento y desarrollo está aún lejos de ser comprendida por completo. Los esfuerzos por desentrañar estas complejas relaciones han sido particularmente obstaculizados por la carencia de bases de datos armonizadas sobre emprendimiento en los diversos países. Desde el año 1997 el proyecto GEM ha procurado subsanar esta carencia por medio de la recolección de información relevante en diversos países de prácticamente todas las regiones del mundo. De este modo, el GEM se focaliza en tres objetivos fundamentales:

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

Los análisis tradicionales de crecimiento económico y competitividad han tendido a relegar el rol jugado por nuevas y pequeñas empresas en la economía. El GEM adopta una aproximación com-

prehensible y considera el grado en que éstas empresas son relevantes dentro del contexto económico de un país, identificando diferentes tipos y fases del emprendimiento.

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. 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. El GEM para distinguir a los países utiliza las tres fases principales del desarrollo económico las cuales son tomadas del Reporte Global de Competitividad (GCR por su siglas en inglés) del Foro Económico Mundial: economías basadas en recursos, fundamentalmente centradas en actividades extractivas; economías basadas en la eficiencia, en la cual la intensidad en las economías de escala es el principal impulsor del desarrollo y, finalmente, las economías basadas en la innovación. Naturalmente, se observa que a medida que un país se desarrolla, tiende a pasar de una fase a la siguiente.

1.1 EL MODELO DEL GEM

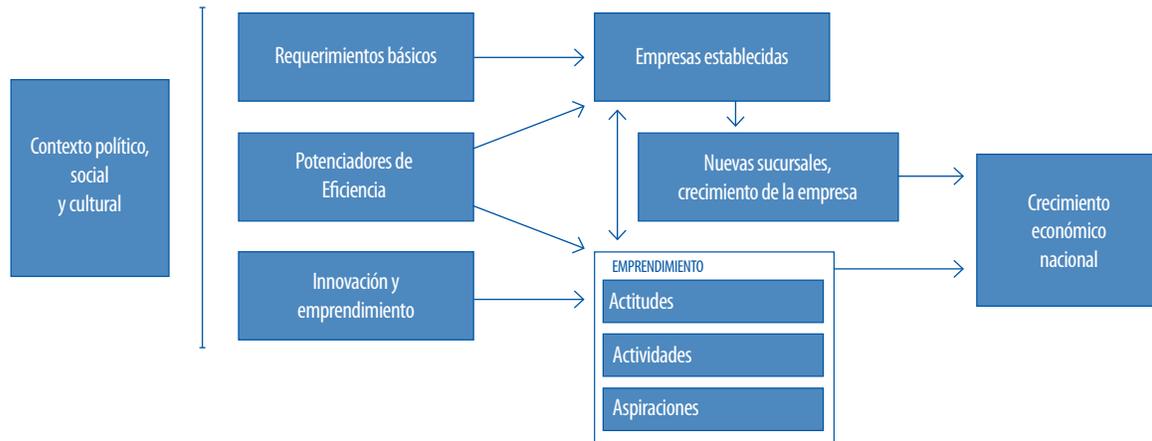
Alrededor del mundo existe un amplio consenso acerca la importancia del emprendimiento para el desarrollo; gran parte de los emprendedores impulsan y dan forma a los procesos de innovación, aceleran los cambios estructurales en la economía e incluso hacen que las empresas establecidas deban actualizarse,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

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

No obstante, a pesar de su importancia, la contribución de los emprendedores a la economía también varía en relación a la fase de desarrollo económico. Como se mencionó, el modelo del GEM hace una distinción entre las fases

del desarrollo económico, en línea con la tipología de Porter y otros (2002) y el GCR, es decir, “economías basadas en recursos”, “economías basadas en la eficiencia” y “economías basadas en la innovación”. Cada una de estas etapas también posee diferentes características, las cuales se ven reflejadas en distintos aspectos de la actividad productiva. Como se muestra en la **Figura 2**, el Modelo del GEM recoge estas características para tratar de medir el efecto de la actividad emprendedora en el crecimiento económico de los países.

FIGURA 2: El modelo del GEM



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

sada por la necesidad es alto, particularmente cuando los niveles de desarrollo económico son bajos, esto porque es posible que una economía no sea capaz de sostener un gran número de trabajos en sectores de alta productividad. De este modo, a medida que una economía se desarrolla, los niveles de actividad emprendedora por necesidad gradualmente declinan debido a que los sectores productivos crecen y generan más oportunidades de empleo. Al mismo tiempo, el emprendimiento por oportunidad tiende a elevarse, introduciendo un cambio cualitativo en la actividad emprendedora tomada en su conjunto. Los detalles de cuál es el rol del emprendimiento en cada fase del desarrollo económico están descritos en el **Cuadro 1**.

CUADRO 1: El rol del emprendimiento en diferentes fases del desarrollo económico

El emprendimiento en las economías basadas en recursos

El desarrollo económico consiste en cambios en la calidad y en el carácter del valor económico añadido (Lewis, 1954). Tales cambios tienen por efecto una mayor productividad, un aumento de los ingresos per-cápita y, frecuentemente, coinciden con el desplazamiento de la fuerza de trabajo a lo largo de diferentes sectores económicos, por ejemplo de los sectores primarios y extractivos al sector manufacturero y, finalmente, al sector servicios (Gries y Naude, 2008). Países con bajos niveles de desarrollo económico tienen tradicionalmente un gran sector agrícola que provee subsistencia para la mayoría de la población y que mayoritariamente vive en las áreas rurales. Esta situación cambia cuando la actividad industrial comienza a desarrollarse, frecuentemente en torno a la explotación de recursos naturales, y a la industria extractiva. Esto precipita el desarrollo económico, estimulando a la población agrícola excedente a migrar hacia los sectores extractivos y sectores emergentes de baja escala, los cuales están frecuentemente localizados en regiones específicas. La sobreoferta de trabajo resultante alimenta la generación de emprendimientos de subsistencia en las aglomeraciones regionales, en la medida que los trabajadores excedentes procuran crear oportunidades de autoempleo como una vía para subsistir.

Emprendimiento en economías basadas en la eficiencia

A medida que el sector industrial se sigue desarrollando, comienzan a surgir instituciones que apoyan una mayor industrialización y la búsqueda de una mayor productividad por medio de economías de escala. Típicamente, las políticas económicas nacionales en los sectores económicos intensivos en "economías de escala" diseñan sus políticas e instituciones económicas y financieras para favorecer principalmente las grandes empresas nacionales y a medida que la productividad económica crecien-

te contribuye a la formación de capital financiero se pueden abrir nichos en las cadenas de suministro industrial que sirven a esas empresas. Esto, combinado con el surgimiento de fuentes independientes de capital financiero por parte del sector bancario emergente, expandiría las oportunidades para el desarrollo de un sector manufacturero de pequeña y mediana escala. Así, en una economía intensiva en eficiencias de economías de escala, uno podría esperar que la actividad industrial, basada en necesidad, bajara gradualmente y dejara lugar a un emergente sector manufacturero de pequeña escala.

Emprendimiento en economías basadas en innovación

A medida que una economía madura y la riqueza aumenta, uno podría esperar que el énfasis en la actividad industrial gradualmente pase hacia una expansión del sector de servicios que atiende las necesidades de una población pudiente y creciente, que suministre los servicios que normalmente son requeridos por una sociedad de alto nivel de ingresos. El sector industrial, por su parte, evoluciona y experimenta progresos en variedad y sofisticación. Un desarrollo así, estaría típicamente asociado con una creciente actividad en investigación y desarrollo y en la intensidad en el uso de los conocimientos. Este desarrollo económico abre el camino para una actividad emprendedora innovadora y basada en la búsqueda de oportunidades reales de negocio. Frecuentemente, las empresas pequeñas e innovadoras disfrutan de una ventaja productiva basada en la innovación sobre las grandes empresas establecidas, permitiéndoles actuar como "agentes de destrucción creativa". En la medida que las instituciones económicas y financieras son capaces de adaptarse y apoyar la actividad emprendedora basada en la búsqueda de oportunidades, nuevos emprendimientos innovadores pueden emerger, actuando como los impulsores principales del desarrollo económico y la creación de riqueza (Henrekson, 2005).

Áreas de interés para la política pública

Dado que las actividades emprendedoras varían con el desarrollo económico, los responsables de las políticas nacionales tienen que adaptar sus programas socio-económicos al contexto del desarrollo de su país. La Tabla 1 ofrece una guía sencilla de cuales pueden ser las prioridades para cada fase del desarrollo económico. Considerando que el emprendimiento también puede ser favorable en las economías impulsadas por factores básicos, no hay que olvidar que condiciones previas como la educación primaria y salud básica son necesarias y deberían tener prioridad, dado que el emprendimiento es poco probable que aporte mejoras sustanciales en la creación de riqueza, si los requisitos básicos se encuentran en mal estado. Por la misma razón, la búsqueda de eficiencia debe ser el foco de los gobiernos en los países en desarrollo, ya que esto llevaría a un entorno más sostenible para los empresarios. En otras palabras, los países no deberían desanimarse, sino mejorar las condiciones del marco emprendedor y no desviar grandes recursos financieros en esta fase de desarrollo económico, si esto es a expensas de las

necesidades básicas. El proyecto Doing Business del Banco Mundial ha demostrado que algunas intervenciones de relativamente bajo costo puede reducir drásticamente el costo de entrada a la economía formal. Éste es un buen ejemplo de lo que los países más pobres pueden hacer para mejorar su economía empresarial, sin hacer grandes sacrificios a costa de importantes programas que cubren necesidades básicas.

En el otro extremo del espectro, los responsables políticos en algunos de los países más avanzados deben sostener las condiciones del marco emprendedor, para que la economía sea más dinámica y seguir orientada a la innovación. Sin embargo, esto supone que estos países ya tienen los requisitos básicos de calidad y eficiencia para mejorar las condiciones actuales. Por ejemplo, en algunos países desarrollados, existe una creciente preocupación por el efecto del deterioro de la infraestructura de transporte, mientras que en otros, se prevé una escasez de energía que podría hacer más compleja la actividad empresarial. Por lo tanto, las políticas destinadas a promover la iniciativa emprendedora deben dar cuenta de todo el contexto para poder mejorarla.

Tabla 1: Importancia de los Diferentes Tipos de Condiciones Nacionales para el Desarrollo Económico

	Requerimientos básicos	Mejoradores de la eficiencia	Condiciones para el emprendimiento
Economías basadas en recursos	Foco principal	Desarrollar	Iniciar
Economías basadas en la eficiencia	Mantener	Foco principal	Desarrollar
Economías basadas en innovación	Mantener	Mantener	Foco principal

Emprendimiento: actitudes, actividad y aspiraciones

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

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

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

Las actividades emprendedoras son multifacéticas, sin embargo, un aspecto importante es el

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

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

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

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

El contexto para el emprendimiento

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

Las condiciones nacionales relevantes para la actividad económica basada en los recursos y en la eficiencia se han adoptado de las mismas que remarca el Global Competitiveness Report (GCR) 2009-2010 (Schwab 2009). Respecto a las economías basadas en la innovación, el modelo del GEM hace una contribución a la perspectiva que GCR hace en relación al desarrollo económico, al identificar las condiciones que son específicas, tanto a la innovación y al emprendimiento. Como Acs y otros (2003) proponen, es el mecanismo del emprendimiento el que transforma la innovación en resultado económico y una falta de emprendimiento puede entonces ser vista como un cuello de botella para que los países basados en la innovación puedan lograr sus ambiciones de crecimiento.

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

Para las economías basadas en recursos, el énfasis está puesto en los requisitos básicos: el desarrollo de las instituciones, la infraestructura, la estabilidad macroeconómica, la salud y la educación primaria. Los requisitos básicos ayudarán a sostener el emprendimiento por necesidad, pero

no contribuyen del todo a facilitar el emprendimiento por oportunidad. A medida que la economía progresa y las economías de escala se vuelven más y más relevantes, otras condiciones, que son denominados reforzadores de la eficiencia, aseguran que un funcionamiento adecuado del mercado se vuelva algo importante. Aún cuando estas condiciones no están directamente relacionadas con el emprendimiento, en el sentido que le dio Schumpeter (destrucción creativa), sí están indirectamente relacionadas, en relación, al desarrollo de los mercados y cómo éste atraerá más emprendimientos. Para países cuyo desarrollo está basado primariamente por la innovación, las EFCs se vuelven más importantes, en tanto apalancan el desarrollo económico más que los requisitos básicos o los reforzadores de la eficiencia.

1.2 CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO EN EL GEM

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

Otro principio rector de la investigación del GEM es que el emprendimiento es un proceso. Por lo tanto, el GEM compara más allá de actitudes y aspiraciones emprendedoras de aquellos que están o no comprometidos con emprender. También analiza actitudes, actividades y aspiraciones en diferentes fases del emprendimiento, desde las

intenciones generales hasta una fase inicial o “naciente” de los negocios que están en gestación, siguiendo con los nuevos negocios que pueden ser identificados como aquellos que han comenzado operaciones, hasta la fase del negocio establecido y posiblemente la discontinuación del negocio.

Un emprendedor que ha tenido éxito en crear y mantener un negocio ha pasado por todo el proceso. Los procesos emprendedores comienzan antes de que el negocio sea 100% operativo. Alguien que recién comienza un emprendimiento y trata de sobrevivir en un mercado muy competitivo es un emprendedor, a pesar de no tener aspiraciones de gran crecimiento. Por otra parte, una persona puede ser el dueño de una empresa establecida que ha estado en los negocios por un número significativo de años y todavía innova, es competitivo y tiene una mentalidad orientada al crecimiento. Esta persona sigue siendo un emprendedor. El

GEM suministra un paraguas bajo el cual una variedad de características emprendedoras, tales como motivación, innovación, competitividad, y aspiraciones de alto crecimiento, pueden ser estudiadas sistemática y rigurosamente.

Dentro de este contexto, la recolección de datos del GEM cubre el ciclo de vida del proceso emprendedor y mira a la persona a partir del momento en el que compromete recursos para iniciar un negocio del cual tiene la expectativa de ser dueño es decir 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 es considerado 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 o bien Emprendedores Establecidos. La **Figura 3** resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

Figura 3: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM



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

cientes y la de los dueños de nuevos negocios es lo que el GEM denomina Actividad Emprendedora de Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés; uno de los indicadores más reconocidos del proyecto. El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aún cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus acciones pueden tener un efecto beneficioso en la economía, en tanto la amenaza de nuevos ingresos y más competencia pueden poner presión a las firmas establecidas para que mejoren su desempeño.

Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como “dueños de negocios establecidos”. Sus negocios han sobrevivido el denominado “valle de la muerte” y han dejado de ser nuevos. Una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la sobrevivencia de la firma. De cualquier manera, esto no es necesariamente el caso. Si un país exhibe altos niveles de emprendimientos establecidos combinados con un bajo grado de actividad emprendedora de etapas iniciales, indica un bajo nivel de dinamismo en la actividad emprendedora. Para mayor información acerca de los diferentes conceptos que mide el GEM, ver el **Anexo 1**.

1.3 LA METODOLOGÍA DEL GEM

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

La Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey, APS) se hace a un mínimo de 2000 adulto mayores de 18 por cada país participante en el proyecto. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara o una combinación de ambos, principalmente durante los meses de

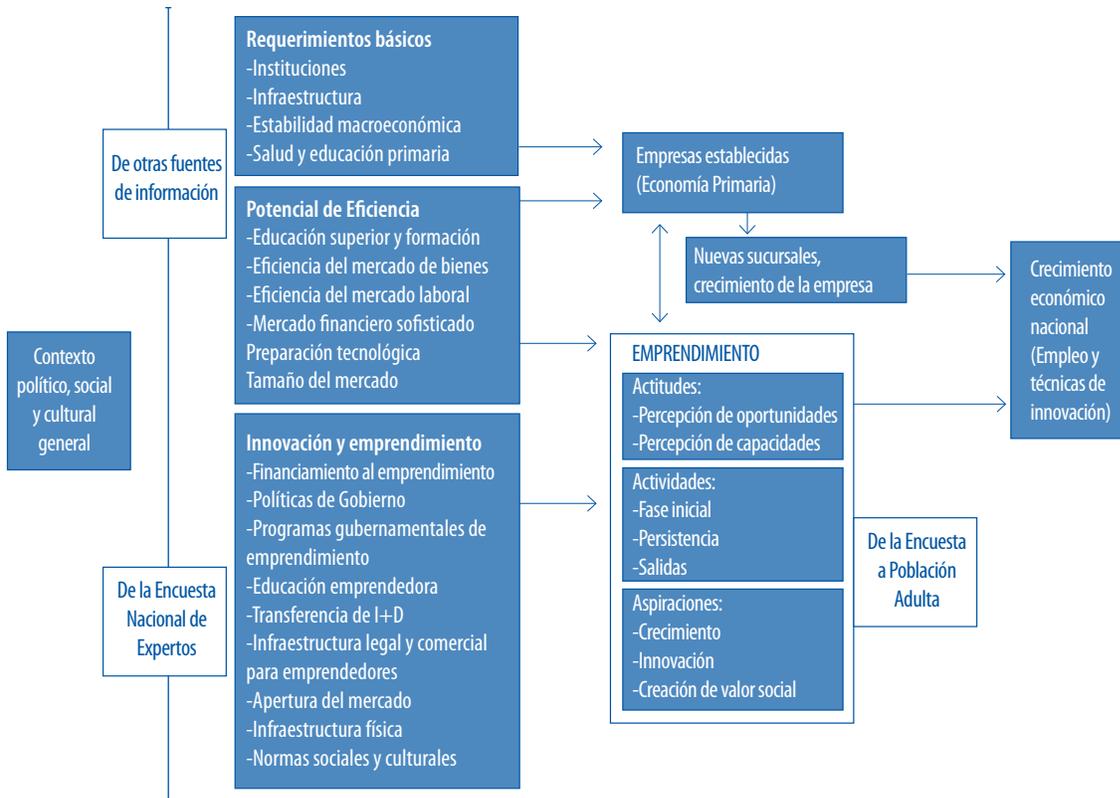
mayo a agosto de cada año. En esta encuesta hacen preguntas precisas acerca de la participación en –y la actitud hacia– el emprendimiento. La encuesta entrega los datos con los que se analiza en profundidad los elementos del modelo del GEM que tienen relación directa con las actitudes, actividades y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

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

Cabe destacar que Chile es uno de los países del GEM que ha puesto mayor énfasis en el enfoque regional, lo cual ha permitido tener una mayor cantidad y calidad de datos. Así, en el 2009, en el país se han realizado 5000 encuestas a la población adulta y una amplia consulta a expertos nacionales. Este año incluye la participación de 293 expertos de siete regiones del país, pertenecientes al consorcio GEM Chile.

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

Figura 4: El modelo y definiciones del GEM



1.4 LA DISPONIBILIDAD DE DATOS DEL GEM Y SU SITIO WEB

Como ya se ha explicado, el GEM es un consorcio de equipos nacionales que forman parte del Global Entrepreneurship Research Association, GERA. Este año el informe del GEM incluye a 54 países. Más de 180.000 adultos alrededor del mundo fueron entrevistados y contestaron preguntas sobre su actitud y el nivel en que están involucrados en la actividad emprendedora.

Gracias al esfuerzo y la dedicación de cientos de académicos y personas interesadas del fenó-

meno del emprendimiento, así como asesores en la formulación de políticas públicas a través del mundo, el consorcio del GEM consiste de una red articulada que construye una única base de datos. Los datos de contacto, los Resúmenes Nacionales del GEM 2009, y los micros-sitios de cada equipo nacional, pueden ser encontrados en www.gemconsortium.org. Toda la información sobre el proyecto en Chile está disponible en: www.gemchile.cl

Tanto el sitio Web del GEM Global como el GEM Chile suministran una lista actualizada del creciente número de artículos científicos que se basan en datos del GEM.

2. LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL GLOBAL Y NACIONAL

Este capítulo muestra el estado de las actitudes, las actividades, y las aspiraciones emprendedoras en Chile y establece una comparación con las observadas en los 54 países y regiones participantes en el consorcio GEM durante el 2009. Los países incluidos en este ciclo del GEM se encuentran en el Cuadro 2. Cada uno de ellos se ha clasificado según las tres fases de desarrollo económico establecidas en el Informe de Competitividad Global 2009-2010 (Schwab, 2009), cuyo sustento se encuentra en el nivel de Producto Interno Bruto (PIB) Per cápita y una combinación sobre el uso de los factores productivos. Las dos primeras secciones de este capítulo

lo analizan de forma general las actitudes y las actividades emprendedoras en Chile y las diferentes economías del GEM en 2009. La última sección estudia las aspiraciones emprendedoras comparando varios años de mediciones.

Cabe mencionar que la mayor parte de la información publicada en estas 3 secciones corresponde a los principales resultados arrojados en la encuesta a la población adulta (APS) que aplica en GEM en cada uno de los países. En el caso chileno, esta encuesta fue aplicada entre junio y agosto del 2009 y tiene una muestra total de 5.000 casos válidos¹.

CUADRO 2: Grupo de países participantes en el ciclo GEM 2009-2010 clasificados según tipo de economías

Economías basadas en los recursos:

Arabia Saudita, Argelia, Cisjordania y la Franja de Gaza, Guatemala*, Jamaica*, Líbano*, Marruecos*, Siria*, Tonga, Uganda, Venezuela* y Yemen.*

Economías basadas en la eficiencia:

Argentina, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Chile, China, Colombia, Croacia*, Ecuador, Hungría*, Irán, Jordania, Letonia, Malasia, Panamá, Perú, Republica Dominicana, Rumania*, Rusia*, Serbia, Sudáfrica, Túnez, Uruguay**

Economías basadas en la innovación:

Alemania, Bélgica, Corea, Dinamarca, Emiratos Árabes, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Hong Kong, Islandia, Israel, Italia, Japón, Noruega, Países Bajos, Reino Unido y Suiza.

** Países en transición hacia la siguiente fase.*

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

2.1 ACTITUDES EMPRENDEDORAS

Para que en un país la actividad emprendedora se desarrolle, es necesario que tanto las oportunidades, las actitudes y las capacidades emprendedoras estén presentes. Sin embargo, es igualmente importante que las personas perciban estas oportunidades y que, a su vez, se perciban capaces de materializar el emprendimiento. Asimismo, la cantidad y la calidad de las oportunidades y de las actitudes emprendedoras pueden ser potenciadas por las condiciones del contexto nacional como, por ejemplo, el crecimiento económico, la pirámide poblacional, la cultura del país y/o la política Pro-emprendimiento.

No obstante, hay más factores en juego. Por ejemplo, la cantidad de empresarios exitosos que las personas ven en su entorno más cercano o a través de los medios de comunicación. Esta situación genera que las personas mejoren o reafirmen las percepciones acerca de sus propias capacidades, aunque muchas veces no incrementen sus capacidades reales para emprender. Este efecto puede acentuarse aún más, cuando el clima económico es favorable. Además, entran en juego las diferencias demográficas que aparentemente pueden existir y que hacen que las actitudes sean diferentes, sobre todo las relacionadas con el desarrollo socio-histórico de los países o razones económicas o culturales. Frente a este contexto, los programas de política para el emprendimiento pueden orientar explícitamente su población objetivo hacia los grupos que presenten más bajo porcentaje de percepción o de capacidades reales para emprender. Así, diferentes condiciones nacionales pueden afectar las actitudes que se perciben ya sea directa o indirectamente.

Por otra parte, el hecho que una persona tenga una actitud positiva hacia el emprendimiento no significa que el o ella efectivamente vaya a iniciar un negocio. Cuando una persona decide emprender lleva a cabo una serie de evaluaciones que, en algunas ocasiones, pueden ser conscientes y en otras no. En primer lugar, lleva a cabo una evaluación de los costos de oportunidad, los cuales incluye la comparación de los retornos esperados de la actividad emprendedora frente a los esperados en

una ocupación diferente, por ejemplo ser empleado. Casi siempre, las personas prefieren “tener un empleo” antes de emprender, especialmente en los países en donde las oportunidades de empleo son escasas y las empresariales son, por lo general, no muy gratificantes.

Entonces, la persona desarrolla una evaluación de riesgo versus recompensa y aún cuando la recompensa esperada del emprendimiento es considerablemente más alta, los riesgos del acto de emprender pueden ser demasiados altos para quien está pensando iniciar un nuevo negocio. Esto porque los riesgos individuales son un factor importante en el paso de un negocio potencial a uno real (Khilstrom y Laffont, 1979). Asimismo, la persona puede, también, estar influenciada por sus características demográficas como la edad, el sexo, la etnia y también por las instituciones en las que ha socializado. Por ejemplo, miedo al fracaso en un emprendimiento puede afectar de forma significativa la actitud que una persona tenga al emprender. Por lo general, las personas que poseen un empleo con altas remuneraciones tienden a evaluar las posibilidades reales de aumentarlo antes de emprender, mientras que las mujeres tienden a evaluar, por ejemplo, las posibilidades de conciliar la vida familiar con el emprendimiento o las posibilidades de aumentar el ingreso familiar.

Evaluaciones como las que se han mencionado, pueden llevar a que una persona concrete la intención de emprender y que desarrolle la idea que tenía en la mente. Como ya se describió, esta situación se da en la mayor parte de los países más ricos, porque en los países más pobres, por ejemplo, para muchas personas estar involucrado en un emprendimiento es una necesidad porque no existen otras opciones para ganarse la vida. En este caso, la persona no desarrolla una evaluación comparativa.

No obstante, tampoco existe un patrón general que describa las secuencias de evaluación o decisiones, así como los pasos para iniciar un negocio. Por ejemplo, es también, posible que las personas decidan iniciar un negocio cuando una oportunidad muy específica aparece en forma inesperada. Pueden actuar en esas circunstancias a pesar que

antes que apareciera la oportunidad de negocio, no veían oportunidades para iniciarlo en esa área. Esas personas no han considerado constituir un negocio hasta que la oportunidad se les presentó. Así, para algunos emprendedores, la percepción de la existencia de oportunidades puede aparecer por adelantado y para otros apenas antes de iniciar el negocio o al mismo tiempo.

La **Tabla 2** muestra varios indicadores del GEM en temas de actitud emprendedora para cada uno

de los 54 países participantes en este ciclo. Se puede observar como algunos países tienen una percepción favorable hacia el emprendimiento pero también bajos índices de iniciativa emprendedora. Este es el caso de algunos países europeos (economías basadas en la innovación) en donde a pesar que las actitudes y percepciones hacia el emprendimiento son bastante altas, los niveles de atracción que permiten que las personas se involucren en este tipo de actividad son bastante bajas en comparación con otras fuentes de ingresos.

Tabla 2: Actitudes y percepciones emprendedoras en los 54 países pertenecientes al consorcio GEM durante el 2009 por fase de desarrollo económico

	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso *	Intenciones emprendedores **	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Alto estado de emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento
Economías basadas en los recursos							
Arabia Saudita	69	73	49	34	80	89	78
Argelia	48	52	31	22	57	58	39
Cisj. y Franja de Gaza	50	56	36	24	88	78	52
Guatemala	57	64	24	18	77	69	68
Jamaica	42	77	24	29	76	77	74
Libano	54	77	21	22	85	79	65
Marruecos	53	78	24	27	82	86	74
Siria	54	62	18	54	89	89	55
Tonga	56	53	65	6	91	52	80
Uganda	74	85	29	58	81	85	74
Venezuela	48	59	26	29	76	69	49
Yemen	14	64	65	9	95	97	96
<i>Promedio no ponderado</i>	52	67	34	28	81	77	67
Economías basadas en la eficiencia							
Argentina	44	65	37	14	68	76	80
Bosnia y Herz.	35	57	32	17	73	57	51
Brasil	47	53	31	21	81	80	77
Chile	52	66	23	35	87	70	47
China	25	35	32	23	66	77	79
Colombia	50	64	29	57	90	74	82
Croacia	37	59	35	8	68	49	53
Ecuador	44	73	35	31	78	73	55
Hungría	3	41	33	13	42	72	32
Irán	31	58	32	22	56	78	61
Jordania	44	57	39	25	81	84	70
Letonia	18	50	40	10	59	66	51
Malasia	45	34	65	5	59	71	80
Panamá	45	62	26	11	74	67	50
Perú	61	74	32	32	88	75	85
Rep. Dominicana	50	78	27	25	92	88	61
Rumania	14	27	53	6	58	67	47
Rusia	17	24	52	2	60	63	42
Serbia	29	72	28	22	69	56	56
Sudáfrica	35	35	31	11	64	64	64
Túnez	15	40	34	54	87	94	70
Uruguay	46	68	29	21	65	72	62
<i>Promedio no ponderado</i>	36	54	35	21	71	71	62

continúa

	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso *	Intenciones emprendedores **	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Alto estado de emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento
Economías basadas en la innovación							
Alemania	22	40	37	5	54	75	50
Bélgica	15	37	28	5	46	49	33
Corea	13	53	23	11	65	65	53
Dinamarca	34	35	37	3	47	75	25
Emiratos Árabes	45	68	26	36	70	75	69
Eslovenia	29	52	30	10	56	78	57
España	16	48	45	4	63	55	37
Estados Unidos	28	56	27	7	66	75	67
Finlandia	40	35	26	4	45	88	68
Francia	24	27	47	16	65	70	50
Grecia	26	58	45	15	66	68	32
Hong Kong	14	19	37	7	45	55	66
Islandia	44	50	36	15	51	62	72
Israel	29	38	37	14	61	73	50
Italia	25	41	39	4	72	69	44
Japón	8	14	50	3	28	50	61
Noruega	49	44	25	8	63	69	67
Países Bajos	36	47	29	5	84	67	64
Reino Unido	24	47	32	4	48	73	44
Suiza	35	49	29	7	66	84	57
Promedio no ponderado	28	43	34	9	58	69	53

* 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), 2009

Diferentes características nacionales podrían explicar este fenómeno. Podría ser que existiese una cantidad de trabas burocráticas asociadas a la constitución de una empresa, las cuales estarían reduciendo el atractivo de emprender. Podría ser, también, el caso que la protección del empleo sea alta, lo que podría desanimar a los empleados -con percepciones emprendedoras positivas- de emprender. Un efecto distinto a la protección severa del empleo, es que los potenciales emprendedores pueden pensar cuidadosamente antes de contratar empleados debido a las pérdidas sustanciales en las que incurrirían si sus empleados terminan siendo inadecuados para el trabajo o si tuviesen que reducir el número de trabajadores.

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

En el lado derecho de la tabla, se presentan los resultados de los tres indicadores que miden las actitudes nacionales hacia el emprendimiento. El primer indicador permite conocer el porcentaje de personas que considera que el ser emprendedor es una opción de carrera deseable. Este indicador varía ampliamente dentro de cada una de las tres fases de desarrollo económico, pero en promedio es más bajo en los países más desarrollados. Esto tiene un sentido, pues con el desarrollo económico se abren más oportunidades de empleo. El segundo indicador permite saber si las personas se sienten que en su entorno inmediato hay emprendedores exitosos. Esto se calcula con la pregunta: ¿En su país, las personas que alcanzan el éxito al abrir un nuevo negocio obtienen un alto prestigio? En este indicador, también, se observan diferencias según las fases de desarrollo económico, pero las diferencias entre los 3 grupos es mucho menor. En promedio, la mayoría de las personas (cerca de las tres cuartas partes de los adultos económicamente activos) considera que los empresarios tienen un alto grado de éxito y estatus. Aunque por lo general, existe una correlación ligeramente positiva entre

ambos indicadores, éstos no siempre coinciden. En algunos países la percepción acerca del ser empresario como opción de carrera deseable va acompañada de un bajo estatus social por parte de los empresarios.

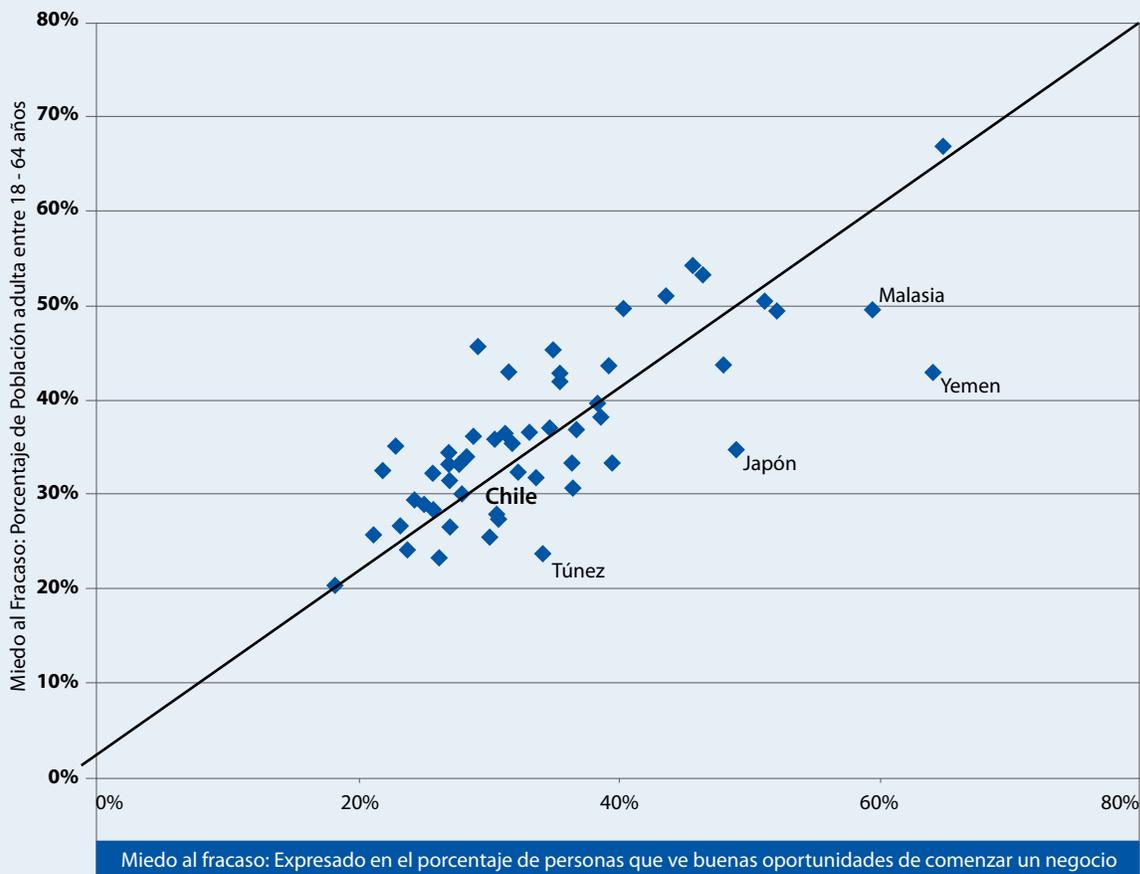
El tercer indicador apunta hacia la “popularidad” de los emprendedores y le pide a los encuestados su opinión respecto a la cobertura que los medios de comunicación le dan a las personas que crean nuevas empresas. En algunos países, los medios de comunicación están desarrollando campañas que buscan promover el espíritu empresarial, mientras que en otros parece que hay poca actividad en este sentido. En los países pertenecientes al grupo de economías basadas en los recursos, estas actitudes no deberían ser las principales preocupaciones de los gobiernos, sino que deberían ser ayudar a las personas que emprenden por necesidad, mientras que en las economías basadas en la eficiencia, la atención debería comenzar por las actitudes que puedan ayudar al emprendimiento por oportunidad. En las economías basadas en la innovación, por su parte, se observan algunas anomalías, situación que podría otorgarles a los gobiernos ciertas pistas acerca de las iniciativas que podrían generar para fomentar la actividad emprendedora. En Japón, por ejemplo, la mayoría de las personas están de acuerdo con la idea que los medios de comunicación le dan una amplia cobertura a los emprendedores, pero manifiestan que pese a eso aún el emprendimiento no está considerado como una opción de carrera deseable y las oportunidades percibidas son muy bajas. Este es un

buen ejemplo de cómo los factores socioculturales afectan las actitudes hacia el emprendimiento.

Los indicadores de las cuatro variables que aparecen a la izquierda de la tabla, están relacionadas de forma directa con la percepción sobre las oportunidades, capacidades, miedo al fracaso y finalmente, si las personas tienen intención de iniciar una empresa. Aquí se observa que las economías basadas en recursos y eficiencia tienen en promedio una mayor propensión a iniciar un negocio y también, perciben más oportunidades que los países basados en eficiencia.

Respecto a si el miedo al fracaso impide emprender, este año se analizó comparando este indicador con respecto a las oportunidades percibidas. Para comprender la importancia del miedo al fracaso, tiene sentido examinar qué tan importante es éste en quienes no están actualmente involucrados en un emprendimiento, pero perciben buenas oportunidades para la creación de una empresa. Si el miedo al fracaso prevalece en este grupo de personas, se justifica que existan intervenciones. Por otra parte, en la mayoría de los países, la tasa de miedo al fracaso es menor entre quienes ven buenas oportunidades para iniciar un nuevo negocio que entre la población en general. Esta situación se grafica en la Figura 5, donde se observa que la mayoría de los países se sitúan al lado izquierdo de la línea de 45 grados en diagonal. Excepciones a la regla son Túnez, Japón, Yemen y Malasia. En estos países, el miedo al fracaso podría estar retrasando el hecho que las personas emprendan.

Figura 5: ¿El miedo al fracaso le impediría iniciar un nuevo negocio?: Tasa de prevalencia de los diferentes grupos, GEM 2009



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2009

En el caso particular de Chile, la **Tabla 3** muestra los porcentajes de personas separados por las diferentes fases de actividad emprendedora, así como aquellos que no tiene relación alguna con la actividad emprendedora, que respondieron

afirmativamente a cada una de las preguntas relacionadas con los factores de percepción antes descritos, más una pregunta sobre si conocen a otros emprendedores.

Tabla 3: Factores de influencia en la percepción de los encuestados según etapa del emprendimiento (Porcentaje de respuestas afirmativas)

¿Conoce Usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Porcentaje	28,5	63,3	71	69,5	55,6
¿Cree Usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Porcentaje	48,1	58,1	65,9	54,7	55,8
¿Considera que Usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Porcentaje	44,6	80,2	90,3	88,1	89,7
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Porcentaje	36,9	23,8	19,4	18,8	21,9

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS) 2009

El análisis de estos factores de percepción nos muestra la clara existencia de diferencias entre las personas según su nivel de relación con el emprendimiento. Por esto, se analiza de forma diferenciada quienes no han tenido relación alguna con la actividad emprendedora, quienes tienen alguna relación (sólo incluye a quienes han financiado un emprendimiento o ha sido dueño de un negocio que no se encuentra activo en la actualidad), emprendedores(as) nacientes, emprendedores(as) iniciales y emprendedores(as) establecidos(as).

En primer lugar, con respecto al primer indicador "¿Conoce personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últi-

mos años?", se destaca que la distribución varía de acuerdo a la relación de cada encuestado(a) con la actividad emprendedora. Por ejemplo, como era de esperar, quienes no tienen alguna relación con el emprendimiento son quienes presentan menores porcentajes en este indicador y, por lo tanto, son quienes menos conocen a emprendedores. Posteriormente, el indicador va en aumento conforme aumenta la relación con el emprendimiento, no obstante, esta tendencia se revierte en los emprendedores establecidos.

En cuanto al indicador que mide las oportunidades percibidas, era de esperar que quienes no tienen alguna relación con el emprendimien-

to sean quienes perciban menos oportunidades, destacando a los emprendedores nacientes como los más optimistas con un 65,9% que considera que en los próximos seis meses habrá en el país buenas oportunidades para iniciar un negocio. Es importante no pasar por alto que este indicador presenta una mejoría notable respecto al ciclo anterior.

Un indicador que da buenas señales respecto al panorama emprendedor para este año, se relaciona con la percepción de los encuestados en cuanto a los conocimientos, habilidades y experiencias para iniciar un nuevo negocio. Llama la atención como un 44,6% de encuestados con ninguna relación con la actividad emprendedora considera que tiene las habilidades necesarias para ser emprendedor, porcentaje que aumenta considerablemente a medida que aumenta la relación con la actividad emprendedora.

En relación al miedo al fracaso, se sabe que este indicador es muy importante en el contexto nacional, pues “fracasar” o discontinuar un emprendimiento suele recibir en nuestro país una carga social muy importante, por lo que este indicador da indicios acerca de cómo los(as) encuestados(as) perciben esta carga social. Según las cifras, se observa que quienes no tienen

alguna relación con la actividad emprendedora resultan ser lo más sensibles respecto al miedo al fracaso con un 36,9%. Posteriormente, las cifras decaen a medida que se consolida la actividad emprendedora. Cabe mencionar, que este indicador presenta una notable mejoría respecto a los observados en el ciclo anterior, se destaca un descenso de alrededor de los 10% en los emprendedores nacientes, de 8,8% en los iniciales y de 3,8% en los emprendedores establecidos. Esta situación podría dar indicios de una valorización y conceptualización del fracaso como parte del proceso emprendedor.

Respecto a cuál es la actitud más general sobre la creación de negocios usando las mismas variables y cifras de la **Tabla 4** sobre si emprender es considerado una buena elección profesional, si los emprendedores son socialmente bien percibidos y si la exposición mediática que tiene el emprendimiento en Chile es considerable. La **Tabla 4** recoge los porcentajes de respuestas afirmativas de la muestra encuestada, para cada una de las tres preguntas planteadas.

Estas tres respuestas indican que pequeñas diferencias en relación a la tendencia observada el año anterior y se sigue demostrando que en Chile en general el emprendimiento es bien percibido.

Tabla 4: Factores de percepción general de la población sobre el emprendimiento (Porcentaje de respuestas afirmativas)

En mi país la mayoría de las personas considera que iniciar un negocio o empresa es una buena carrera o profesión.	76,4%
En mi país aquellas personas que han sido exitosas en iniciar un negocio o empresa tienen un alto nivel de reconocimiento y respeto.	66,9%
En mi país se puede ver con frecuencia en los medios de comunicación historias de nuevos negocios exitosos.	43,0%

Un 86,7% de los encuestados manifestó que en Chile ser emprendedor es una buena opción de carrera. Cabe mencionar que este indicador experimentó un alza en relación al porcentaje del año pasado (76,4%) e indica que en nuestro país el ser emprendedor es una opción válida y reconocida. Esta situación también se condice con el 69,6% de personas que manifestaron que los emprendedores gozan de alto prestigio y reconocimiento social y pese a que este indicador tuvo un leve descenso respecto al año pasado (66,9%) sigue siendo muy relevante este porcentaje. Finalmente, se observa un aumento considerable del porcentaje de personas que consideran que en nuestro país es común que los medios de comunicación muestren historias de emprendedores exitosos, este porcentaje pasó de un 43% del ciclo anterior a un 46,7% para este año y habla de cómo los medios de comunicación legitiman la opción de ser emprendedor.

2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

La **Tabla 5** resume los porcentajes de actividad emprendedora en cada fase del proceso emprendedor para cada uno de los 54 países participantes en el GEM 2009, agrupados por fase de desarrollo económico de acuerdo a la clasificación ya esbozada anteriormente. Además, los datos ofrecen un panorama general acerca de las características de la actividad emprendedora de cada país.

En esta tabla aparece uno de los principales indicadores de emprendimiento calculados históricamente por el GEM: Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (conocido como TEA por sus siglas en inglés). El TEA es la proporción de personas entre los 18 y 64 años que actualmente se encuentran involucrados en un emprendimiento en calidad de emprendedor(a) naciente o como propietario(a) o director(a) de un nuevo negocio. A nivel general, se observa que el patrón seguido por todos los países participantes es que el TEA tiende a disminuir conforme el país se desarrolla. Situación que se repite con las motivaciones para emprender, pues a me-

didada que un país se desarrolla tiende a disminuir el porcentaje de personas que emprenden motivadas por necesidad, por lo que los países basados en la innovación tienden a presentar tasas muy bajas de emprendimientos basados en la necesidad. Cabe mencionar que en relación a los motivadores que impulsan un emprendimiento, existen grandes variaciones en los porcentajes, según fase de desarrollo, ya que cada país tiene un conjunto único de condiciones económicas y sociales que repercuten en la actividad emprendedora.

Entre los países cuyas economías se basan en los recursos hay diversas situaciones que determinan los diferentes niveles de TEA. Por ejemplo, en Arabia Saudita- país rico que cuenta con una fuerte dependencia de los ingresos procedentes de la extracción del petróleo- su situación con el petróleo determina que el país presente niveles muy bajos del TEA (4,7%) y la proporción de emprendedores por necesidad del TEA sea también muy baja (12%). Frente a este escenario, pocos saudíes están obligados a emprender, porque no tienen otra forma de ganarse la vida. En contraste, Uganda es el país más pobre de la muestra y tiene una tasa de TEA de 34%, una alta proporción de emprendedores(as) por necesidad (45%) y una elevada tasa de discontinuación de los emprendimientos (20%).

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

Por otro lado, entre las economías basadas en la innovación, Emiratos Árabes e Islandia son los países con más altas tasas de TEA, Estados Unidos se representa en el cuartil superior junto con Grecia y Noruega. Japón, Bélgica, Dinamarca, Hong Kong e Italia se encuentran en el cuartil más bajo. Finalmente, Alemania, Japón y Corea son los países con las proporciones relativamente más altas de emprendimientos impulsados por necesidad con aproximadamente un 30% o más.

Tabla 5: Actividad emprendedora en los países participantes en el GEM 2009 según fase de desarrollo económico

PAÍS	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación
Economías basadas en los recursos					
Arabia Saudita	2,9	1,9	4,7	4,1	2,9
Argelia	11,3	5,6	16,7	4,7	7,9
Cisj. y Franja de Gaza	3,0	5,9	8,6	6,9	7,1
Guatemala	17,1	12,2	26,8	3,3	6,0
Jamaica	13,0	10,6	22,7	16,3	10,7
Libano	6,7	8,8	15,0	16,0	4,6
Marruecos	6,9	9,4	15,8	15,2	3,7
Siria	3,4	5,1	8,5	6,7	7,4
Tonga	6,5	11,1	17,4	2,3	3,6
Uganda	12,4	22,7	33,6	21,9	24,2
Venezuela	13,3	5,4	18,7	6,5	3,0
Yemen	22,8	1,2	24,0	2,9	2,0
Promedio (no ponderado)	9,9	8,3	17,7	8,9	6,9
Economías basadas en la eficiencia					
Argentina	6,1	9,3	14,7	13,5	6,2
Bosnia y Herzegovina	3,1	1,3	4,4	3,9	3,1
Brasil	5,8	9,8	15,3	11,8	4,0
Chile	9,6	5,6	14,9	6,7	6,4
China	7,4	11,8	18,8	17,2	6,6
Colombia	15,0	8,0	22,4	12,6	7,1
Croacia	3,5	2,2	5,6	4,8	3,9
Ecuador	6,3	9,7	15,8	16,1	6,0
Hungría	5,4	3,7	9,1	6,7	3,2
Irán	8,2	4,1	12,0	6,5	6,0
Jordania	5,9	4,9	10,2	5,3	6,8
Letonia	5,3	5,4	10,5	9,0	3,3
Malasia	1,7	2,7	4,4	4,3	2,7
Panamá	6,2	3,5	9,6	4,2	1,4
Perú	16,1	5,1	20,9	7,5	7,1
República Dominicana	8,8	9,2	17,5	11,4	12,9
Rumania	2,8	2,3	5,0	3,4	3,6
Rusia	1,8	2,3	3,9	2,3	2,2
Serbia	2,2	2,8	4,9	10,1	1,9
Sudáfrica	3,6	2,5	5,9	1,4	4,2
Túnez	2,2	7,2	9,4	10,2	4,8
Uruguay	8,1	4,2	12,2	5,9	4,9
Promedio (no ponderado)	6,1	5,3	11,2	7,9	4,9
Economías basadas en la innovación					
Alemania	2,2	2,1	4,1	5,1	1,8
Bélgica	2,0	1,6	3,5	2,5	1,3
Corea	2,7	4,4	7,0	11,8	3,9
Dinamarca	1,6	2,0	3,6	4,7	1,1
Emiratos Árabes	6,5	7,4	13,3	5,7	6,5
Eslovenia	3,2	2,1	5,4	5,6	1,3
España	2,3	2,8	5,1	6,4	2,0
Estados Unidos	4,9	3,2	8,0	5,9	3,4
Finlandia	2,9	2,3	5,2	8,5	2,1
Francia	3,1	1,4	4,3	3,2	1,9
Grecia	4,5	4,7	8,8	15,1	2,6
Hong Kong	1,6	2,2	3,6	2,9	1,5
Islandia	7,6	4,2	11,4	8,9	4,0
Israel	3,4	2,7	6,1	4,3	4,0
Italia	1,8	1,9	3,7	5,8	1,1
Japón	1,9	1,3	3,3	7,8	1,4
Noruega	5,0	3,9	8,5	8,3	3,7
Países Bajos	3,1	4,1	7,2	8,1	2,5
Reino Unido	2,7	3,2	5,7	6,1	2,1
Suiza	4,3	3,5	7,7	8,4	2,1
Promedio (no ponderado)	3,4	3,1	6,3	6,8	2,5

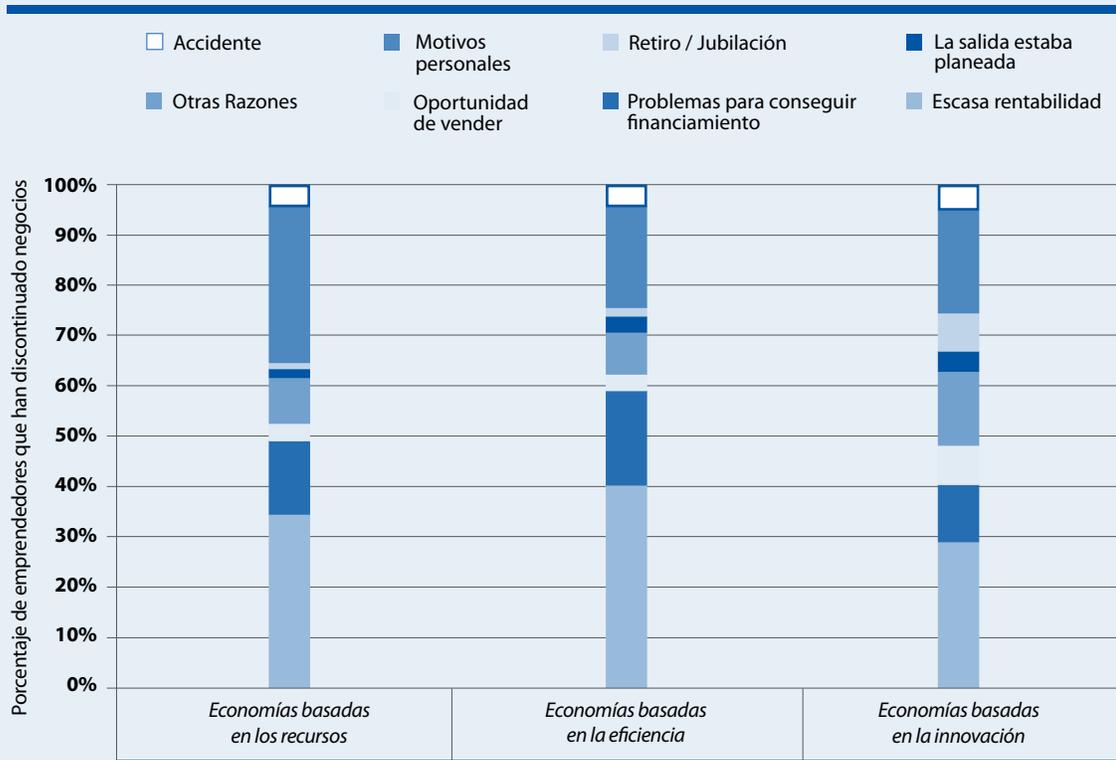
Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Los porcentajes de personas que pasan de ser emprendedores en etapas iniciales a emprendedores establecidos también disminuyen a medida que el país se va desarrollando. Esto refleja una rotación de quienes son nuevos emprendedores a quienes discontinúan. Lo cual es particularmente notable en las economías basadas en la innovación. Para analizar esta dinámica también se les pregunta a los encuestados que han discontinuado algún emprendimiento sobre la principal razón que los motivó a hacerlo. Los resultados globales obtenidos de esta pregunta se resumen en la **Figura 6**.

Cabe mencionar, que los resultados generales para este ciclo del GEM son muy similares a los observados en el ciclo anterior pese a las diferencias en la muestra. Los problemas económicos (incluye que el negocio no era rentable y problemas de financiamiento) son citados como la principal razón

para discontinuar por cerca del 55% de los encuestados a nivel mundial y, paralelamente, fue el motivo más citado en las economías basadas en los recursos y en la eficiencia (50% y 60% respectivamente), mientras que en las economías basadas en la innovación fue el principal motivo citado por cerca del 40% de los encuestados. Que el negocio no era rentable fue el problema financiero más frecuente y los problemas de financiamiento fue el problema económico menos reportado en las economías basadas en la innovación, esto porque en estos países, por lo general, el marco de finanzas para emprendedores está más desarrollado. La oportunidad de vender y, en particular, la jubilación son las motivaciones más comunes en las economías basadas en la innovación y los motivos personales fueron reportados por el 20- 30% de los encuestados en todos los tipos de economía.

Figura 6: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento según tipo de economía



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Estos resultados- junto con los del ciclo anterior- generan una imagen coherente de la discontinuación de los negocios y se ajusta al modelo GEM. En las economías basadas en recursos, la tasa de discontinuación es muy alta y los motivos personales fueron reportados como la principal razón. En las economías basadas en la eficiencia hay menos emprendedores que discontinúan, lo cual es un reflejo del aumento de la importancia del emprendimiento en cada país. Finalmente, en las economías basadas en la innovación, la tasa de discontinuidad es aún menos, tanto en términos absolutos como en proporción del total de la tasa, lo cual es representativo de la alta calidad del capital humano y de un entorno más favorable.

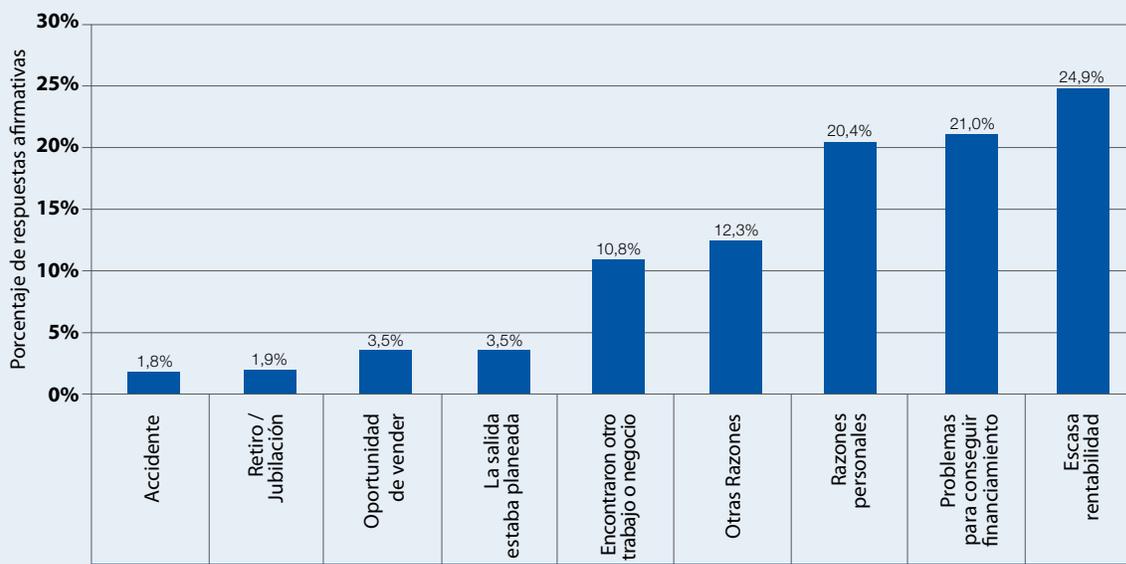
Cabe mencionar, que el cierre o culminación de una actividad emprendedora debe verse como parte del "proceso natural" en la dinámica de los negocios. En algunos países esta dinámica equivale a una "rápida regeneración" de la actividad emprendedora. Es importante enfatizar que no todos los negocios que no sobreviven deben ser considerados como fracasos. Un estudio de Headd (2003), dio cuenta que los propietarios de aproximadamente un tercio de los negocios que

cerraron, dijeron que sus empresas eran exitosas al momento de cerrar.

En este sentido, para muchos emprendedores que salen de un negocio, éste no es el fin de sus carreras emprendedoras, sino un nuevo comienzo. "El reciclamiento de emprendedores" (Mason y Harrison, 2006) se manifiesta de dos maneras principales. En primer lugar, los emprendedores que se salieron pueden volver a entrar y en segundo lugar, los emprendedores que se han salido es más probable que inviertan en los negocios de otras personas que el resto de la población.

Para el caso de Chile, la **Figura 7** muestra que efectivamente los problemas relacionados con la rentabilidad del negocio y acceso a financiamiento (problemas financieros) son la principal causa por la que algunos emprendedores descontinuaron sus negocios. No obstante, un porcentaje importante (20,4%) manifestó que las causas se relacionaban con motivos personales. Estas razones pueden incluir maternidad, matrimonio, viudez, sólo por nombrar algunos y el porcentaje es importante pues indica que no siempre hay razones financieras ligadas a la discontinuación.

Figura 7: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en Chile

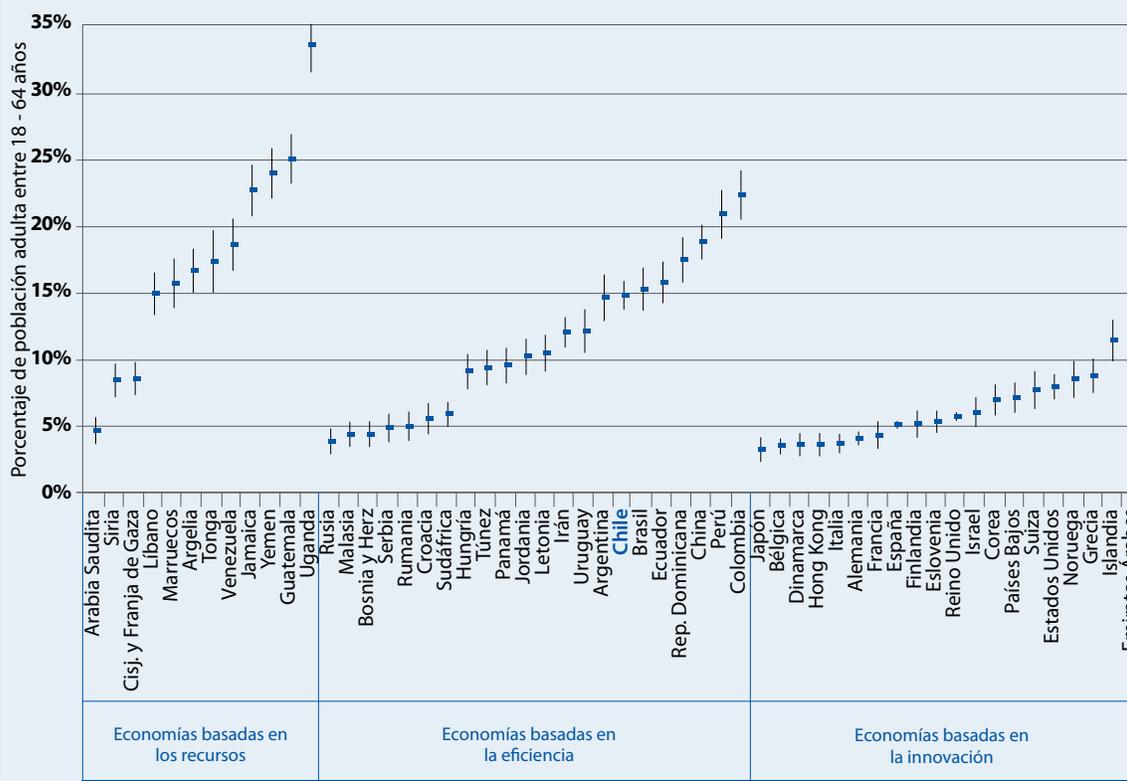


Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

En relación a la actividad emprendedora y el TEA, la **Figura 8** representa los ratios de la tasa de emprendimiento en etapas iniciales para cada país participante en el GEM durante el 2009. Los países se encuentran agrupados por fase de desarrollo económico y al interior de cada grupo los países fueron agrupados en orden de ascendencia en el

TEA. Hay que considerar que si las barras verticales a cada lado de la estimación del TEA no coinciden, significa que tienen estadísticamente diferentes valores de TEA. Esta estimación sirve como referencia para que los países puedan observar su nivel de TEA y, a la vez, compararse con otros países dentro de su fase de desarrollo.

Figura 8: Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) en los 54 países participantes en el GEM 2009 según fase de desarrollo económico y con un intervalo de confianza de 95%



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2009

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

La **Figura 9** muestra la relación entre el TEA y el PIB per cápita de cada país en el 2009. El

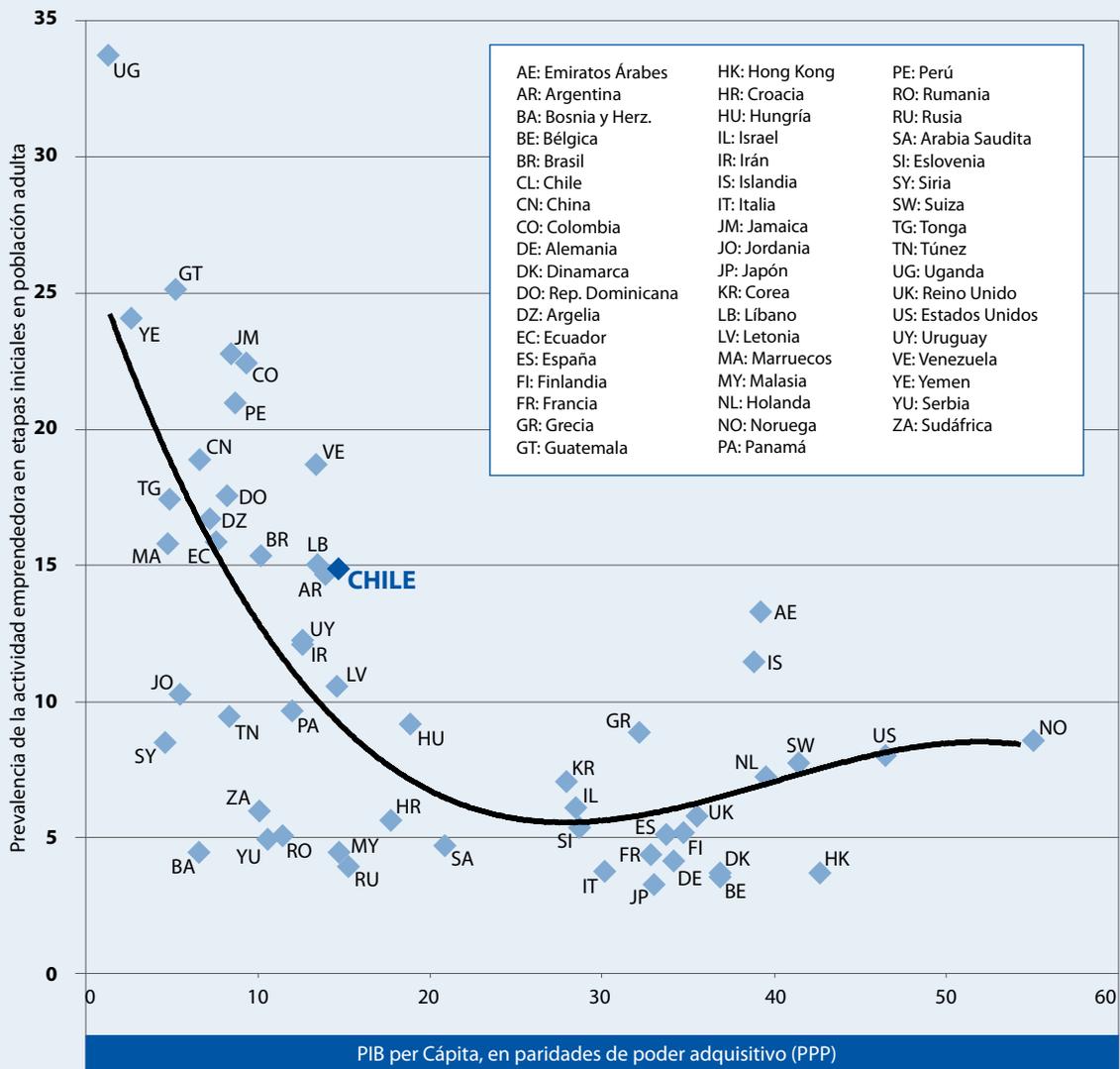
patrón de la figura se puede explicar de la siguiente manera: en los países con bajos niveles de ingreso per cápita la economía nacional se caracteriza por la prevalencia de muchas empresas pequeñas. Como aumenta el ingreso per cápita conforme el país se desarrolla, la industrialización y las economías a escala permiten que las empresas establecidas aumenten su participación en la economía. Un factor importante para lograr el crecimiento se relaciona con la estabilidad macro económica y política de los

países, pues estas se reflejan en el desarrollo de instituciones fuertes. Asimismo, el aumento de protagonismo de las grandes empresas puede estar acompañado de la reducción del número de empresas nuevas, debido al aumento de personas que encuentran trabajo estable en las grandes empresas.

De este modo, en los países de bajos niveles de ingresos per cápita, una disminución del TEA puede ser vista como una buena señal de la sos-

tenibilidad de la economía, especialmente, si va acompañado de crecimiento económico y estabilidad política. Por ejemplo, en los países del norte de África, Argelia y Túnez se observa este patrón. Hacia la derecha de la distribución del PIB per cápita, el papel desempeñado por el sector empresarial podría aumentar a medida que más personas puedan acceder a los recursos necesarios para iniciar un negocio propio, perciban que hay conocimiento sobre el entorno y además, vean buenas oportunidades.

Figura 9: Actividad emprendedora en etapas iniciales y PIB per cápita, 2009



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2009 y Banco Monetario Internacional: Work Economic Outlook.

La dispersión de las estimaciones del TEA alrededor de la curva “u” muestra que los índices de iniciativa emprendedora no sólo se ajustan en función de las diferencias en el desarrollo económico (o bienestar) sino que también en función de otros factores. Ejemplo de estos factores podría ser el crecimiento demográfico – que puede estimular la demanda- y la existencia de un número importante de personas que se declaran ser propietarios de negocios en la actualidad, ya que estos últimos actúan como modelos para las demás personas y esto aumenta la percepción de capacidades. En países de Europa oriental se observa un descenso de la población y un bajo número de personas propietarias de negocios, lo que podría ser visto como una herencia del comunismo. Estos países se agrupan bajo la línea de tendencia, mientras que los países de América Latina presentan altas tasas de crecimiento de la población y un número mayor de personas que son dueñas de emprendimiento, por lo que se ubican sobre la línea de tendencia.

En conclusión, los resultados del ciclo GEM 2009, confirman una vez más que las características institucionales, los aspectos demográficos, la cultura

empresarial y el grado de bienestar económico forman parte del “ecosistema” emprendedor de cada país. Estos factores, a su vez, se involucran en redes complejas. Por ejemplo, las instituciones nacionales reflejan la cultura nacional ya que están diseñadas para formalizar normas y valores del país. Así los países con instituciones bien desarrolladas, en general, presentan mayores grados de bienestar.

En el ámbito de la región de Latinoamérica y del Caribe, la evolución de la actividad emprendedora ha tenido diversas variaciones y presenta perfiles muy diferentes (Tabla 6). La tendencia indica que la mayor parte de los países han disminuido sus niveles de TEA, a excepción de Brasil, Chile, Jamaica y Uruguay. Destacando Guatemala como el país de la región con más alto nivel de TEA y Panamá con el más bajo. No obstante, los países latinoamericanos no han presentado una participación constante en el GEM, por lo que comparaciones resultan difíciles. Sin embargo, resulta interesante destacar la gran disminución del TEA de Perú que pasó de ser 25,6% en el ciclo anterior y 20,93% en este ciclo, convirtiéndose en el país con la caída más significativa para este periodo.

Tabla 6: Evolución de la actividad emprendedora en etapas iniciales en países de América Latina y el Caribe

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

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2009

CUADRO 3: Actividad Emprendedora en Chile: Una aproximación Regional

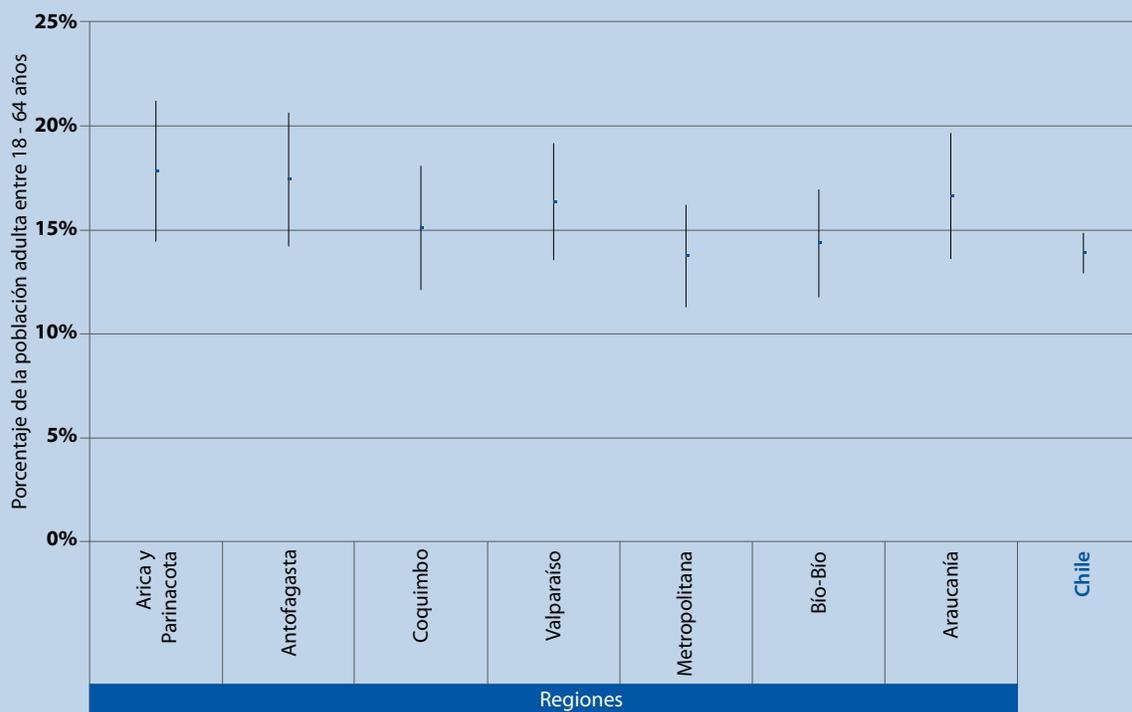
Por tercer año consecutivo, el proyecto GEM Chile incluye la perspectiva regional al estudio del emprendimiento. Para ello se han generado alianzas de investigación con prestigiosas instituciones quienes son las representantes regionales del GEM, de este modo, además de las 2000 encuestas que se realizan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

La finalidad de esta aproximación regional es obtener datos significativos de cada una de las regiones participantes, lo que al mismo tiempo permite aumentar la muestra nacional. Esto da la posibilidad de estudiar con mayor detalle la dinámica regional. Con esta tercera medición regional se avanza en la comprensión del fenómeno emprendedor nacional,

ya que evidentemente las condiciones para el emprendimiento difieren entre una región y otra.

Como se observa en la **Figura 10**, la mayor proporción de personas involucradas en emprendimiento en etapas iniciales se encuentran en la región de Arica y Parinacota, seguido por la región de Antofagasta. Cabe mencionar que la región de Arica y Parinacota es la primera vez que participa en el proyecto GEM Chile. Por el contrario, la región con la menor proporción de emprendedores en etapas iniciales es la región Metropolitana. En este sentido, se mantiene la tendencia observada en el ciclo pasado en donde la región Metropolitana también presentó los menores niveles de emprendimiento en etapas iniciales.

Figura 10: Actividad emprendedora en etapas iniciales por región en Chile



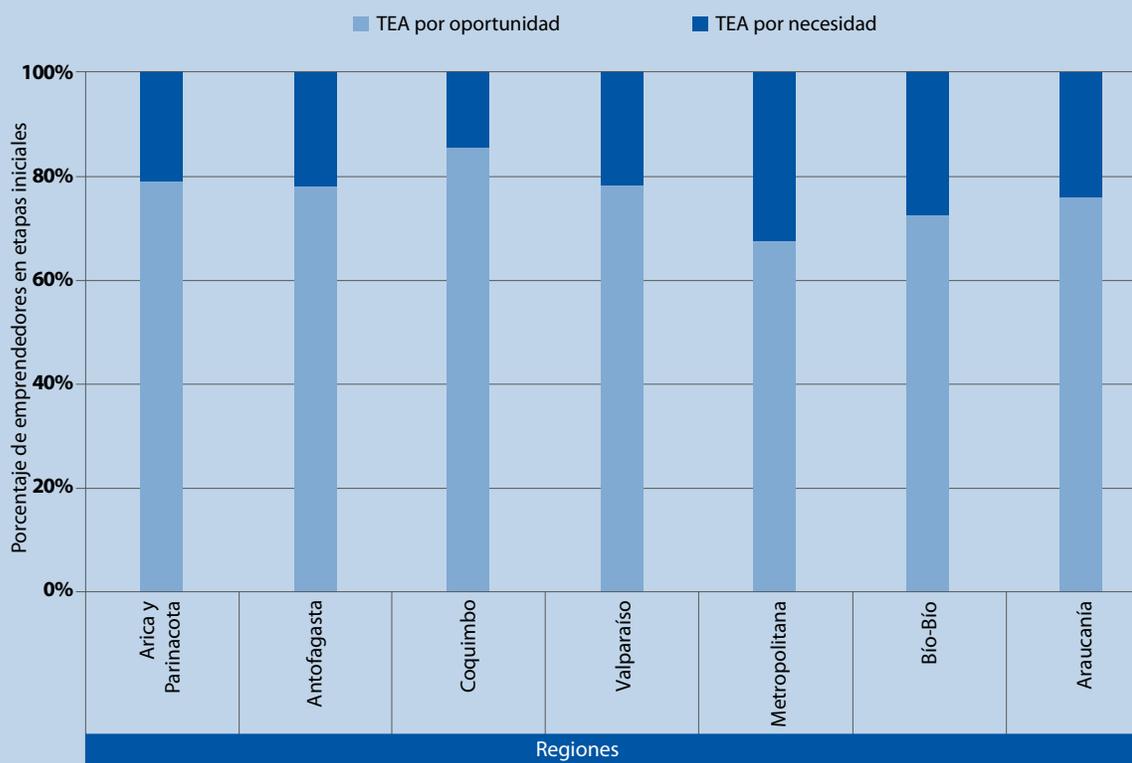
Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2009

Otra dimensión del emprendimiento regional en etapas iniciales es la motivación para emprender. Para ello, se les pregunta a cada encuestado considerado parte del TEA que señale el principal motivo por el cual emprendió, si fue por necesidad, es decir, no tenía otra forma de ganarse la vida o si lo hizo porque vio una oportunidad de negocios.

La **Figura 11** grafica el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales de cada región participante en el GEM por motivación para emprender. Llama la atención que la región de Coquimbo sea la región del país con porcentajes más altos de emprendedores motivados por oportunidad y que la región Metropolitana sea la región con mayor porcentaje de emprendedores motivados por necesidad.

Cabe mencionar que es interesante el caso de la región Metropolitana pues permite inferir que en ella se encarna un fenómeno relacionado con la crisis económica que durante el 2009 afectó a nuestro país. Esto porque la región Metropolitana es una de las regiones de nuestro país con mayor población y, por ende, mayor número de empleados. No obstante, debido a que la crisis económica afectó fuertemente al empleo, es altamente probable que muchas personas de la región hayan perdidos sus trabajos y vean el hecho de emprender y poner en marcha su propio negocio como una forma válida y eficiente de generar ingresos.

Figura 11: Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales por motivación para emprender en las regiones participantes de GEM Chile



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS). 2009

Con este esfuerzo regional Chile se destaca en el estudio GEM como uno de los países que ha desarrollado importantes estudios regionales, al igual que España que tiene equipos en todas las Comunidades Autónomas del país, las cuales desarrollan informes

particulares para cada una de ellas. Siguiendo este ejemplo y tal como se hizo el año pasado, cada una de las instituciones regionales participantes desarrollará su propio informe.

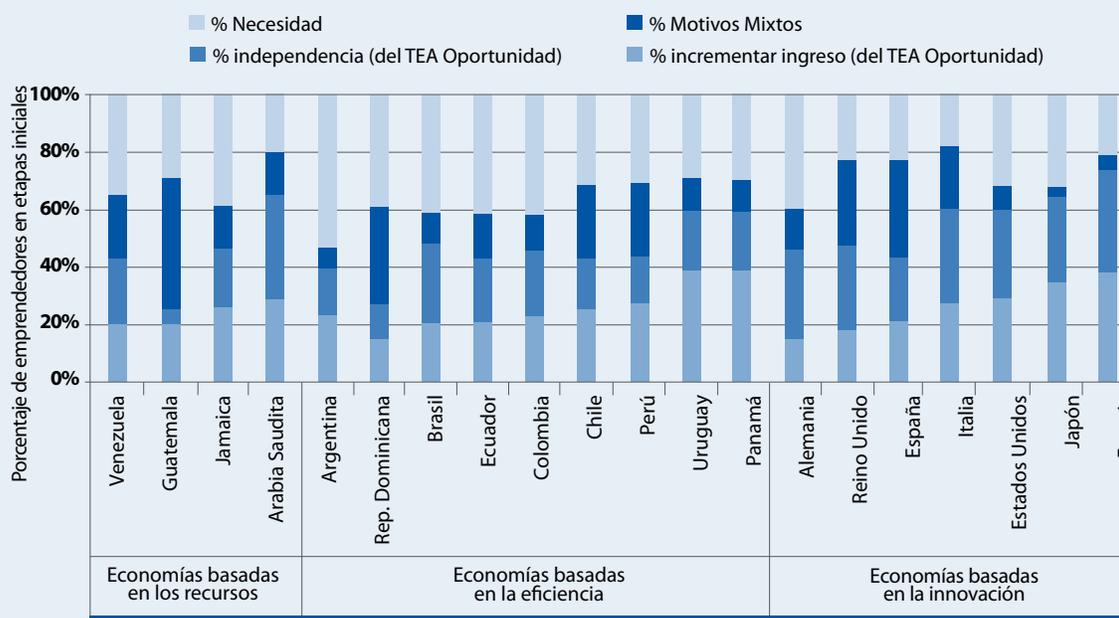
Motivaciones emprendedoras

Un aspecto muy importante de la actividad emprendedora se relaciona con las motivaciones que tienen las personas para ingresar al mundo de los negocios. Si bien muchas personas son atraídas por la actividad emprendedora porque identificaron una oportunidad, otros son “empujados” a emprender porque no tienen otra forma de ganarse la vida o porque tienen miedo de quedar desempleados en un futuro cercano. Para aquellos que son atraídos a emprender por oportunidad, existen dos motivadores principales que los impulsan: emprender porque quieren incrementar sus ingresos en comparación a los que obtendrían, por ejemplo, siendo empleados, y aquellos individuos que manifiestan querer una mayor independencia. En contraparte los emprendedores por necesidad incluyen a las personas que sostienen que no tienen otra manera de ganarse la vida y personas que se involucran en actividades emprendedoras fundamentalmente para mantener sus ingresos.

Con esta medición, hay que tener en consideración que es posible que el GEM esté subestimando el emprendimiento por necesidad y sobreestimando el emprendimiento por oportunidad. Esto porque la pregunta relevante del cuestionario del GEM fuerza a los entrevistados a elegir entre “no existen mejores opciones de trabajo” y “explotar una oportunidad de negocio”. Frente a esto, las personas tienen poco espacio para elegir una opción entre esos extremos, y aquellos que se encuentran en un punto intermedio pueden

optar por la última opción más frecuentemente –aún cuando están en los hechos más cerca de la anterior-.

En el ciclo correspondiente al 2007, el método de cálculo de la actividad emprendedora en etapas iniciales orientada por la oportunidad fue refinado. Este indicador sólo incluye aquellos que son atraídos al emprendimiento por una oportunidad y porque desean independencia o incrementar sus ingresos, no aquellos que son empujados a emprender por necesidad o aquellos que sólo pretenden mantener su nivel de ingresos. Se considera que el hecho de “mantener el ingreso” no es una legítima manifestación de emprendimiento por oportunidad, por esto es que este tipo de actividades aunque el individuo haya manifestado “seguir una oportunidad de negocio” no son consideradas dentro del indicador oportunidad. La **Figura 12** utiliza una submuestra de los países participantes en este año para ejemplificar las diferencias entre oportunidad y necesidad. Como se observa, países de más altos ingresos tienen una mayor proporción de motivación por oportunidad. Estos indicadores pueden estar relacionados con el hecho de que en estos países se presentan oportunidades adicionales para generar ingresos debido a que muchos de ellos, sobre todo en Europa, la población goza de una relativa seguridad social (Van Stel y otros, 2005). Como contraparte en las economías basadas en recursos y en los países de menores ingresos de las economías basadas en eficiencia hay porcentajes mayores de emprendedores por necesidad.

Figura 12: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales²

Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS). 2009

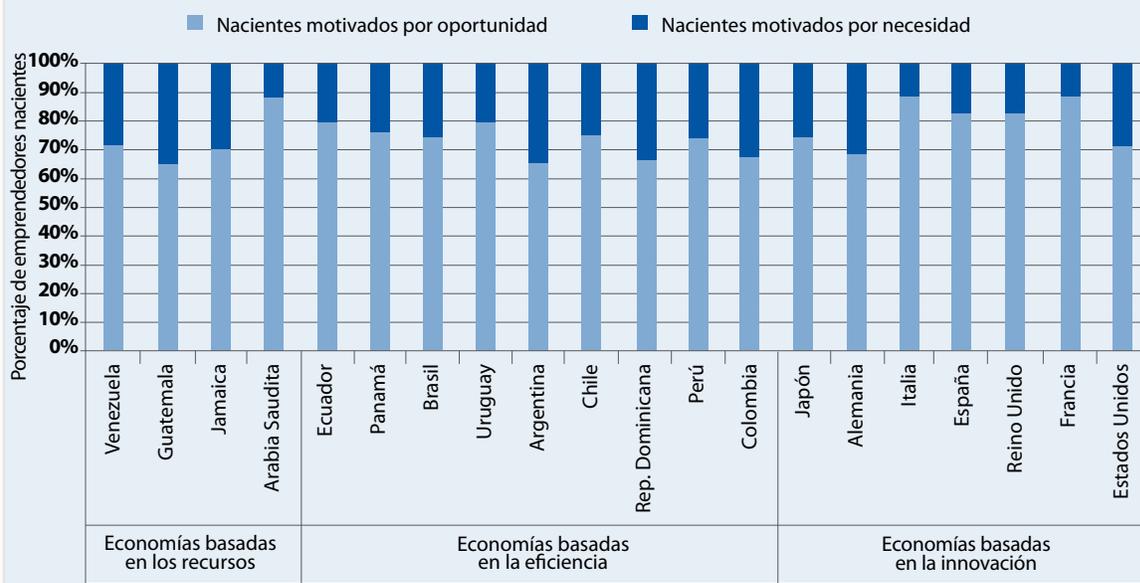
Las cifras de nuestro país, indican que el 42,69% de los emprendedores en etapas iniciales se encuentra motivado por oportunidad (25,29% buscaba incrementar los ingresos y 17,40% independencia económica), el 25,60% tiene motivos mixtos y el 31,71% está motivado por necesidad y no tienen otra forma de ganarse la vida.

Un análisis más específico de los últimos años en Chile muestra que en los periodos del 2007 al 2008, el emprendimiento por oportunidad experimentó un ligero descenso de 9,79% a 9,58%, mientras que el de necesidad decreció de 3,20% a 2,99%. Esta situación develó que prácticamente estos indicadores se mantuvieron con poca variación y se planteó que sería muy interesante evaluar estos mismos indicadores para el ciclo 2009, pues los resultados podrían haber sido influenciados por los efectos de la crisis. Según los resultados extraídos durante el 2009, en nuestro país el emprendimiento por oportunidad es de 10,85% y el de necesidad es de 3,77%. Esta situación demuestra un aumento efectivo de los emprendimientos moti-

vados por oportunidad, pero también de aquellos que se motivan por necesidad. Estos resultados se pueden explicar primero por un real efecto de la crisis que “empujó” a un porcentaje de la población a emprender ante la pérdida de su empleo, o bien las restricciones para encontrar uno. Pero más interesante es el hecho del ligero, pero al fin y al cabo, aumento de los emprendedores por oportunidad. Las crisis también abren “ventanas de oportunidad” que pueden ser aprovechadas por algunos emprendedores lo cual también explica este crecimiento.

Otra forma de analizar las motivaciones para emprender consiste en analizar a los emprendedores nacientes. Esto significa, analizar si ellos están motivados por necesidad o por la búsqueda real de una oportunidad. Históricamente, los resultados del GEM indican que las personas emprenden mayoritariamente por oportunidad. La **Figura 13** muestra los porcentajes de cada categoría del total de los emprendedores nacientes en una submuestra de países y por nivel de desarrollo

² Por temas de edición y diseño, esta gráfica no presenta los datos correspondientes a todos los países participantes en el GEM 2009. Si desea obtener más información puede encontrarla en Bosma, N., & J. Levie (2010) “Global Entrepreneurship Monitor; 2009 Global Report”. Babson College, Universidad del Desarrollo and Reykjavik University.

Figura 13: Emprendedores nacientes por motivación para emprender³

Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2009

En relación a este indicador, en Chile aumentó aunque no en gran medida respecto al 2008 con indicadores de 6,23% a 7,06% de la población adulta como emprendedor naciente por oportunidad y también aumentó el porcentaje de emprendedores motivados por necesidad de un 1,86% en el 2008 a un 2,4% en el presente ciclo. Esto va aunado a lo que se explicó anteriormente: ante situaciones de crisis económicas los emprendedores chilenos han sabido aprovechar oportunidades aunque también algunos tuvieron que emprender por necesidad.

Finalmente, la información expuesta nos permite constatar que en Chile la mayor parte de los emprendedores comienza un negocio motivados por oportunidad y pese a que este indicador es una buena señal del desarrollo de nuestro país, aún hay muchas cosas por hacer. El reto propuesto en el ciclo anterior del GEM continúa y se sigue orientando a tener indicadores más cercanos a los de las economías más desarrolladas, esto porque mayores oportunidades para hacer negocios y menores grados de emprendimiento por necesidad

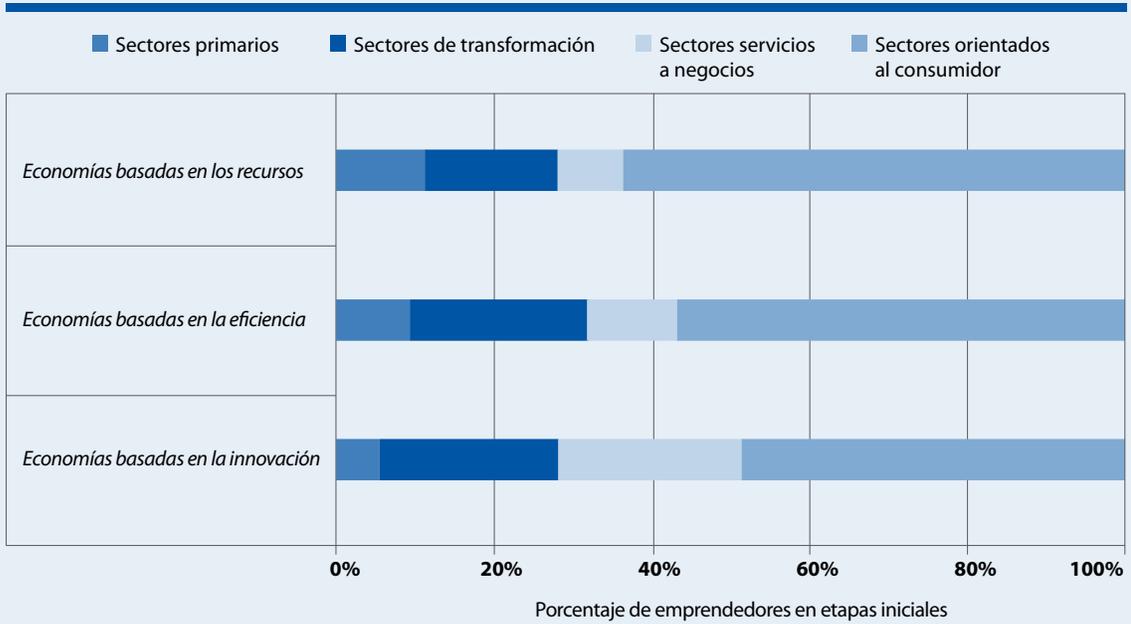
dependerán de que se cumplan mejores condiciones en todo el "ecosistema emprendedor".

Distribución por sectores

Las Figuras 14 y 15 muestran la distribución de los emprendimientos, ya sean iniciales o establecidos, por sectores industriales y según fase de desarrollo económico y agrupando todos los países participantes en el GEM de este ciclo. La distribución por sectores varía conforme cambia la fase de desarrollo, sin embargo, se mantiene la tendencia observada en el reporte del ciclo anterior. El sector de extracción prevalece más en las economías basadas en los recursos, y los servicios empresariales son más frecuentes en las economías basadas en la innovación. La reducción del porcentaje de emprendimientos orientados a servicios a consumidores en las tres fases de desarrollo es particularmente notable. Este sector suele tener necesidades de recursos relativamente bajas y con frecuencia son de naturaleza local, en particular en los países de escaso nivel de desarrollo en transporte y en infraestructura comercial.

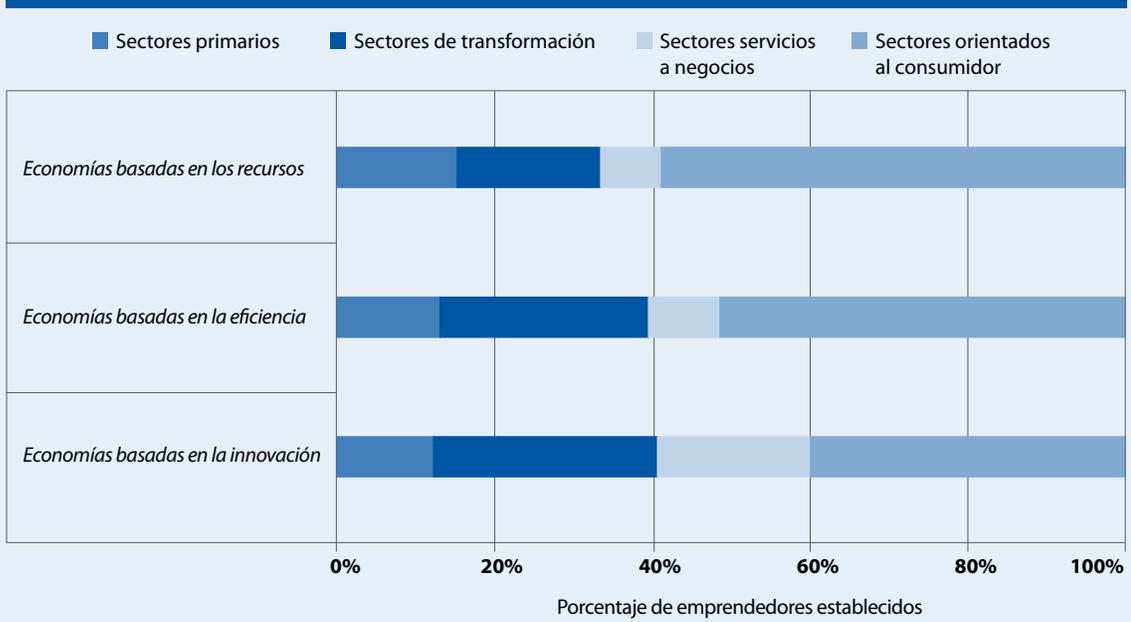
³ Por temas de edición y diseño, este gráfico no presenta los datos correspondientes a todos los países participantes en el GEM 2009. Si desea obtener más información puede encontrarla en Bosma, N., & J. Levie (2010) "Global Entrepreneurship Monitor; 2009 Global Report". Babson College, Universidad del Desarrollo and Reykjavik University.

Figura 14: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2009

Figura 15: Distribución por sectores en emprendimientos establecidos

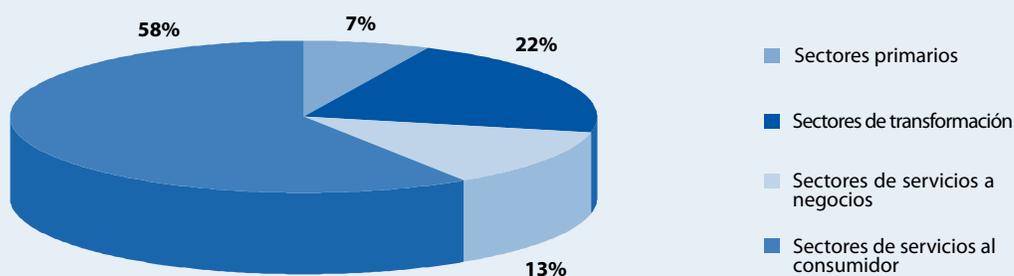


Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2009

En Chile, los resultados extraídos se reflejan en la **Figuras 16 y 17**. Tanto en negocios en etapas iniciales como establecidos resalta el sector servicios al consumidor, con un 58% en iniciales y un 51% en establecidos. El segundo sector más común es el sector servicio de transforma-

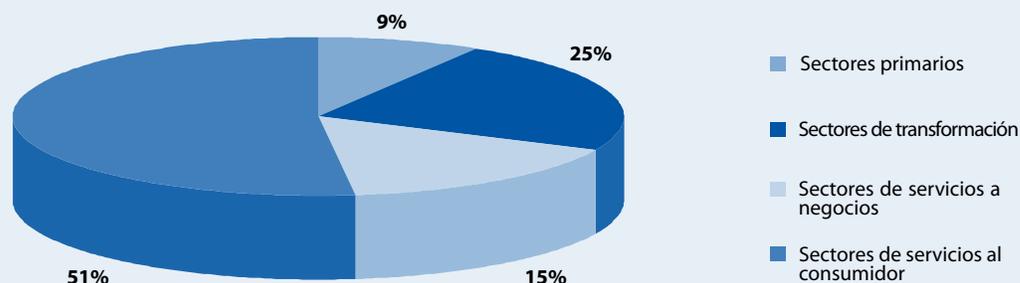
ción con un 22% en etapas iniciales y un 25% en establecidos. Hay que destacar que el sector servicios al consumidor es más común en los emprendimientos iniciales, porque en los establecidos aumentan el porcentaje en el resto de los sectores.

Figura 16: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales en Chile



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Figura 17: Distribución por sectores en emprendimientos establecidos en Chile



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

Finalmente y en relación a la medida del año anterior, se observan algunas diferencias. Por ejemplo, en los emprendimientos en etapas iniciales se verifica una disminución considerable del sector transformación. Según las cifras del año pasado, un 41% de emprendedores iniciales clasificaba sus emprendimientos en el sector transformación y este año la cifra es un 22%. Por otro lado, aumentó el sector primario que pasó de un 3% el año pasado a un 7% en

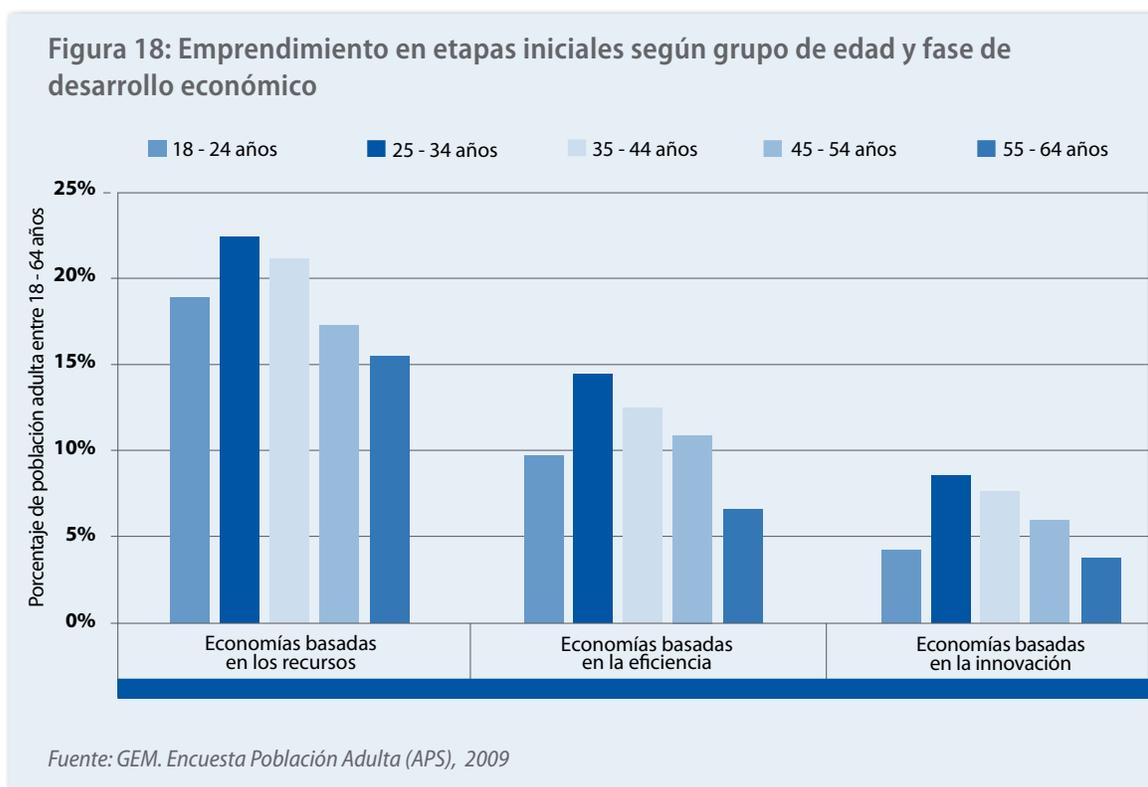
este ciclo y el sector servicios a negocios de un 10% a un 13%. Asimismo aumentó considerablemente el sector servicios al consumidor de un 46% a un 58%.

En el caso de los emprendimientos establecidos se produce un efecto similar, aumentan los emprendimientos en los sectores primarios, servicios a negocios y servicios al consumidor y disminuye considerablemente el sector transformación.

Edad y Sexo

Las variables de edad y género resultan ser muy relevantes a la hora de graficar la actividad emprendedora. Históricamente se ha observado que en nuestro país hay menos mujeres emprendiendo que hombres y ellas, por lo general, lo hacen a edades más tardías. A continuación, se graficarán estas variables, con el fin de determinar si esta tendencia se mantiene para este ciclo del GEM.

La **Figura 18** muestra la distribución por grupos de edad a nivel global en cada una de las fases de desarrollo económico diferenciado por estado del emprendimiento: etapa inicial o establecida. La distribución por edades es muy similar para cada una de las fases de desarrollo. El grupo de edad de 25 a 34 años tiene la mayor tasa de prevalencia para cada fase. Además, se observa una disminución de las tasa de emprendimiento conforme aumenta la edad. Este patrón de U invertida refleja como el deseo de iniciar un negocio desminuye a medida que aumenta la edad y, asimismo, la percepción de las habilidades tiende a aumentar con la edad.



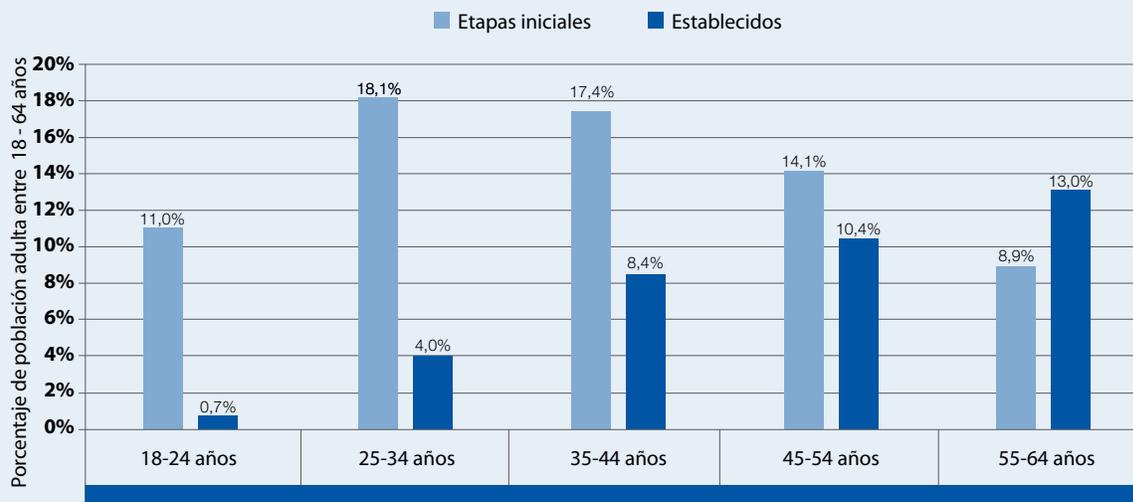
La distribución por edad para nuestro país, se grafica en la **Figura 19**. En ella podemos observar, los rangos de edad de las personas involucradas en actividad emprendedora en Chile, tanto en etapas iniciales como establecidas. Se observa cómo los emprendedores se tienden a agrupar en edades más tardías conforme su emprendimiento se establece. De este modo, los emprendedores en etapas iniciales tienden a agruparse en los gru-

pos de menor edad (un 11,03% de los emprendedores iniciales tiene entre 18 y 24 años, mientras que en los establecidos el porcentaje para este grupo de edad es de 0,67%). Por otro lado, cabe mencionar que los emprendedores establecidos aumentan conforme aumentamos la edad (en los emprendedores establecidos el 13,02% tiene entre 55 y 64 años versus un 8,87% de iniciales en el mismo rango).

La explicación a la distribución por edades se debe al ajuste del ciclo emprendedor al ciclo de vida. Por lo que es de esperar que la persona conforme aumenta su edad, tenga emprendimientos establecidos y que sean los jóvenes quienes

presenten mayores niveles de emprendimientos iniciales. Cabe mencionar que esta distribución se mantuvo relativamente estable respecto a los datos recogidos en el 2008.

Figura 19: Actividad emprendedora total por edades

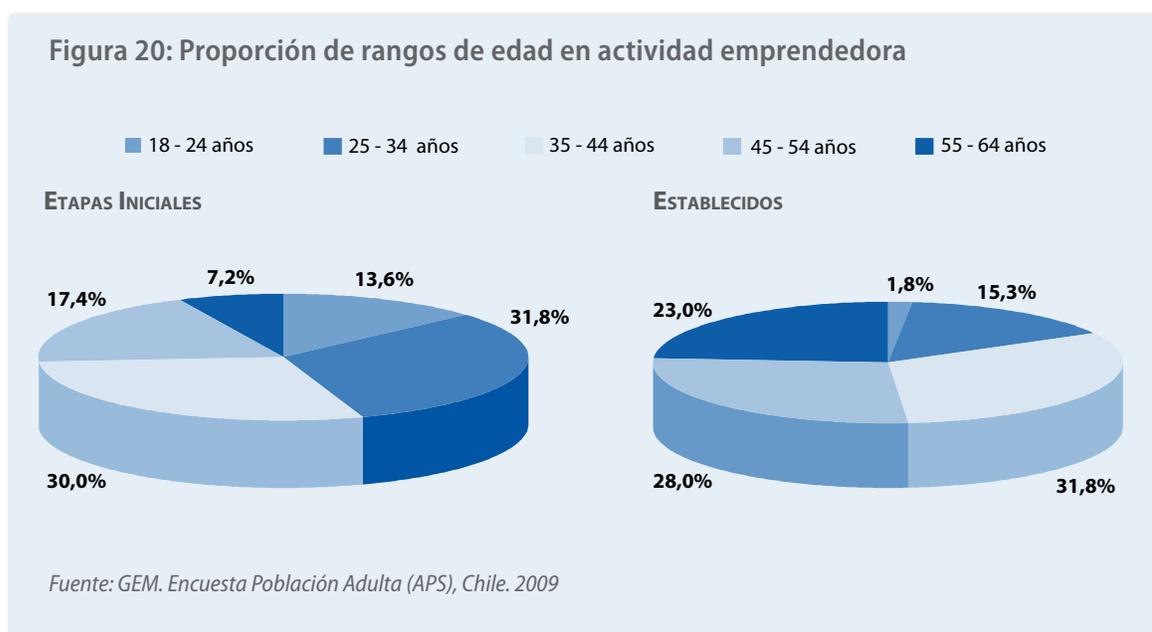


Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile, 2009

En Chile el promedio de edad para emprendedores en etapas iniciales en este ciclo, es de 37,5 años, mientras que en establecidos es de 47,6 años. Esta edad promedio es mayor a la observada a nivel global en los países del GEM. De hecho, a nivel global, el promedio de las personas que manifiesta estar iniciando una empresa (emprendedores nacientes) es de 36,4 años y el promedio de edad de los nuevos empresarios es de 39,1. Como se puede observar en la Figura 20 los porcentajes de edad de personas involucrados en alguna actividad emprendedora varía conforme a la edad y al estado

del emprendimiento. Suele ser más común que los emprendedores iniciales tengan entre 25 y 34 años, mientras que es más común que los emprendedores establecidos tengan entre 35 y 44 años.

LA EDAD PROMEDIO DE LOS EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES ES DE 37,5 AÑOS Y LA DE LOS ESTABLECIDOS ES 47,6 AÑOS.

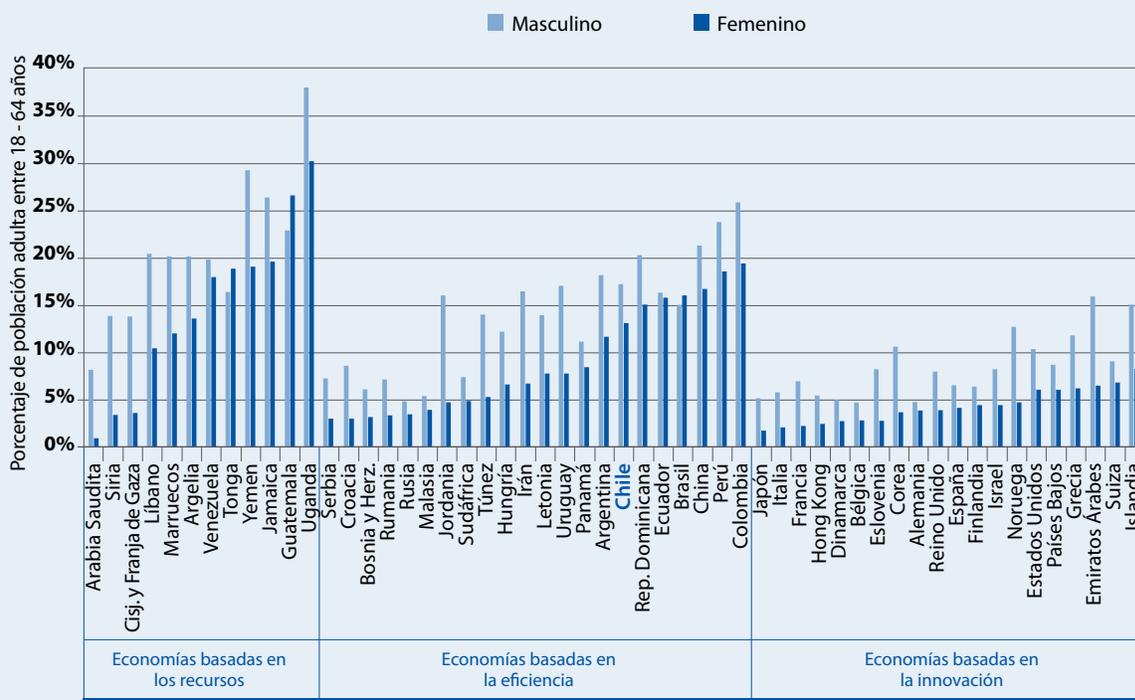


En relación a la distribución por sexos, la **Figura 21** muestra las diferencias de TEA entre hombres y mujeres para cada país participante en el GEM 2009, ordenados por fase de desarrollo económico y tasa de participación femenina.

Los niveles de TEA por sexo varían considerablemente dentro de cada fase, lo cual refleja la cultura y costumbres nacionales en torno a la participación femenina y actividad económica. En las economías basadas en los recursos, por ejemplo, países como Venezuela y Uganda presentan tasas de TEA femenino similares a la observada en los hombres. En Tonga y Guatemala, por su parte, las mujeres son más susceptibles de participar en actividades emprendedoras en etapas iniciales en comparación a los hombres.

Por otro lado, la situación es muy diferente para la mayoría de los países de Oriente Medio, lo cual no es más que el reflejo de diferentes culturas y costumbres. Finalmente, en las economías basadas en la eficiencia, la brecha entre sexos es bastante menor en los países de América Latina y en muchos, aunque no en todos, los países de Europa, las tasas de TEA masculino son sustancialmente más altas que en las mujeres. En las economías basadas en la innovación, la regla general es que los hombres tienen el doble de probabilidades de estar involucrados en emprendimientos en etapas iniciales que las mujeres. Sin embargo, esta brecha es menor en Alemania, Suiza y Finlandia.

Figura 21: Tasa de emprendimiento en etapas iniciales (TEA) según fase de desarrollo económico y sexo

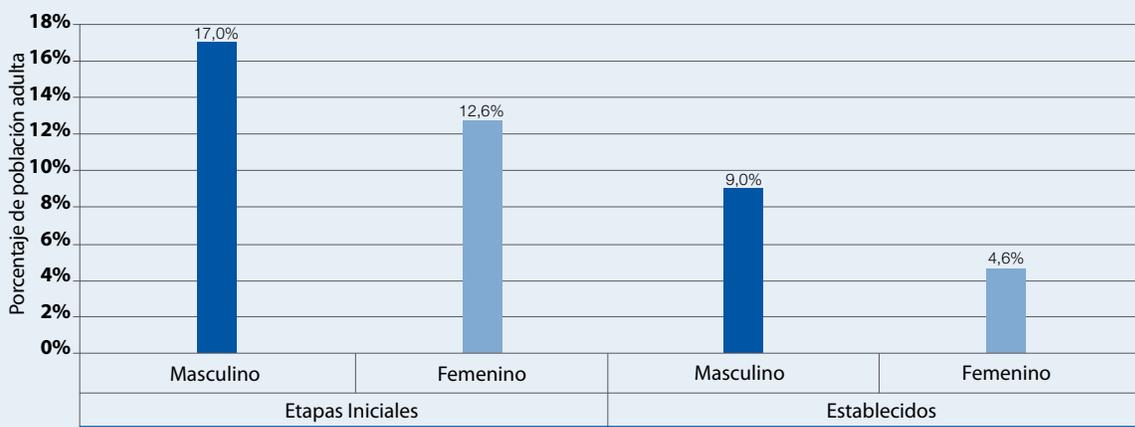


Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2009

En el caso de Chile, la incidencia por sexos en las actividades emprendedoras suele ser mayor en los hombres. Así lo muestra la Figura 22, en donde el 17% son hombres que manifiestan

ser emprendedores en etapas iniciales, versus el 12,9% de mujeres que manifestaron lo mismo. En el caso de los establecidos, el 9% son hombres y el 4,6% mujeres⁴.

Figura 22: Emprendimiento en etapas iniciales y establecidos por sexo, 2009



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile, 2009

⁴ Más información en Ortega, Amorós, Sinn y Pizarro (2009) "GEM Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile 2008-2009". Disponible en www.gemchile.cl

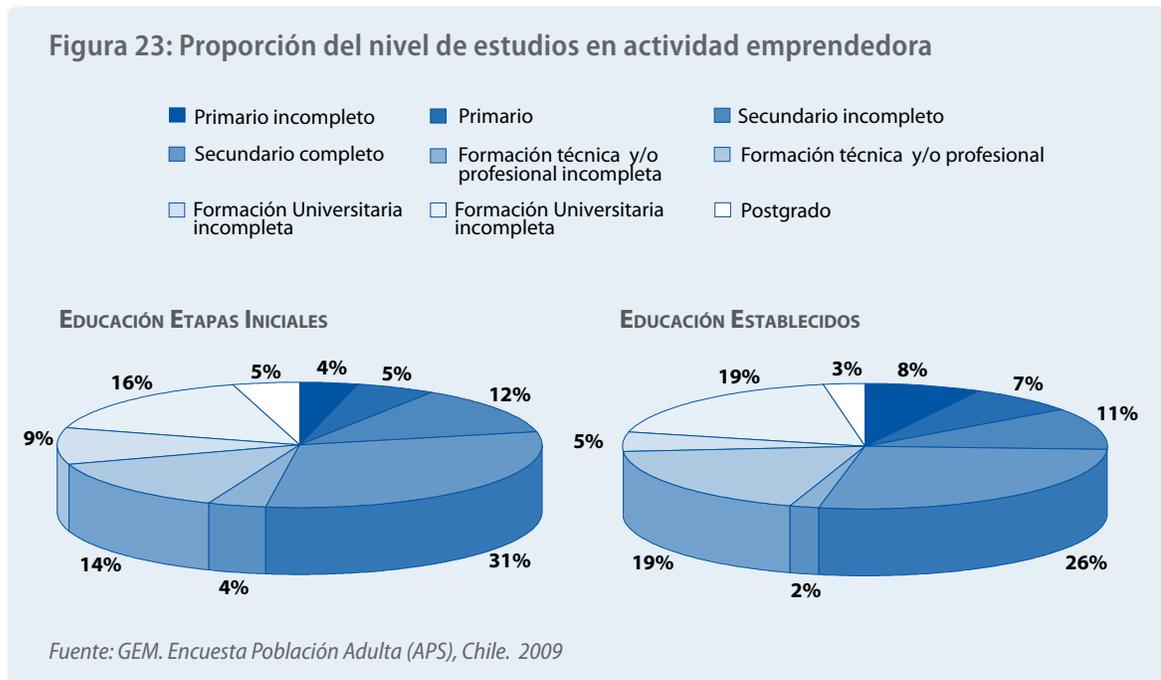
Cabe mencionar que al igual que en otros años, se realizará un reporte específico sobre mujeres y actividad emprendedora en Chile, lo cual

nos reportará más información acerca de las diferencias de género en las actividades emprendedoras nacionales.

Nivel educativo

Usando los datos de los encuestados involucrados en actividades emprendedoras ya sea en estado inicial o establecido, las **Figura 23** muestra la proporción de cada uno de los niveles de

educación formal utilizando las denominaciones que comúnmente se usan en el país. Se observa que los emprendedores en etapas iniciales, en su mayoría, poseen estudios secundarios y superiores (incluye todos los estudios post-secundaria). Situación que se mantiene en los establecidos.



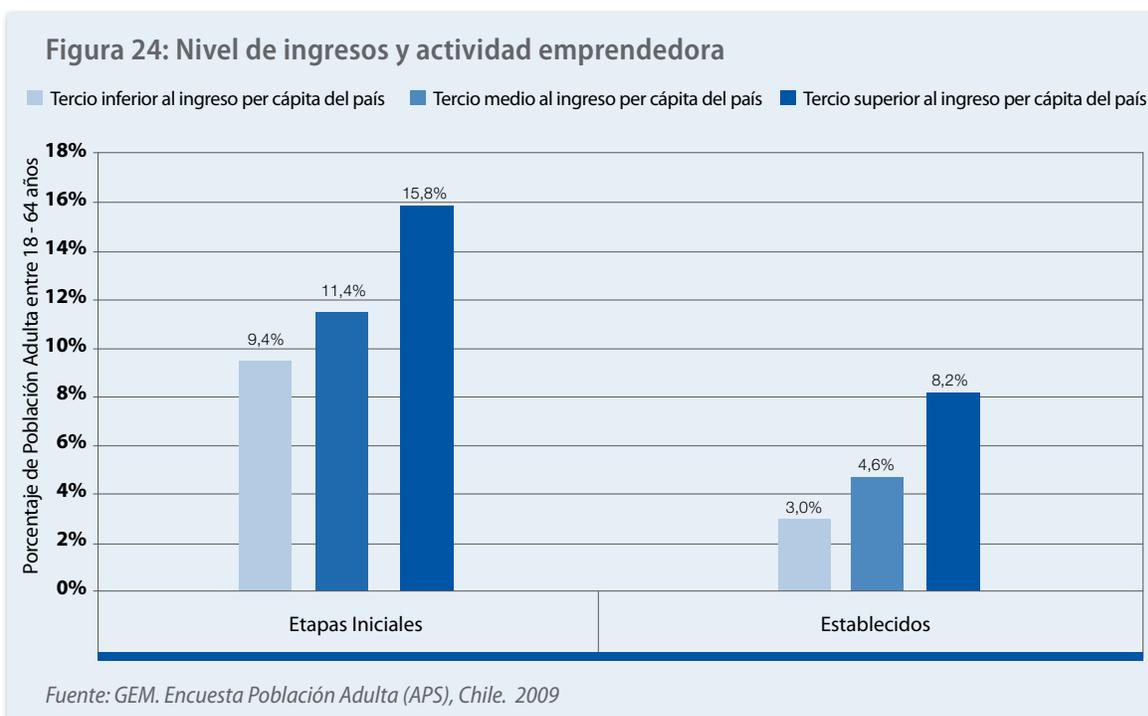
Para este ciclo del GEM, se observa que se mantiene la tendencia observada en los ciclos anteriores y en términos generales prácticamente la mitad de los emprendedores en Chile tiene niveles educativos más allá de la educación obligatoria. No

obstante, la distribución de los niveles educacionales varía conforme se analiza según motivación para emprender, por ejemplo, el emprendimiento por necesidad, en general, se asocia con menores niveles educativos.

Nivel de ingresos

Un indicador relevante para determinar el nivel de vida de los emprendedores y los ingresos que reciben de sus emprendimientos, es situarlos en diferentes niveles de renta familiar o nivel de ingresos.

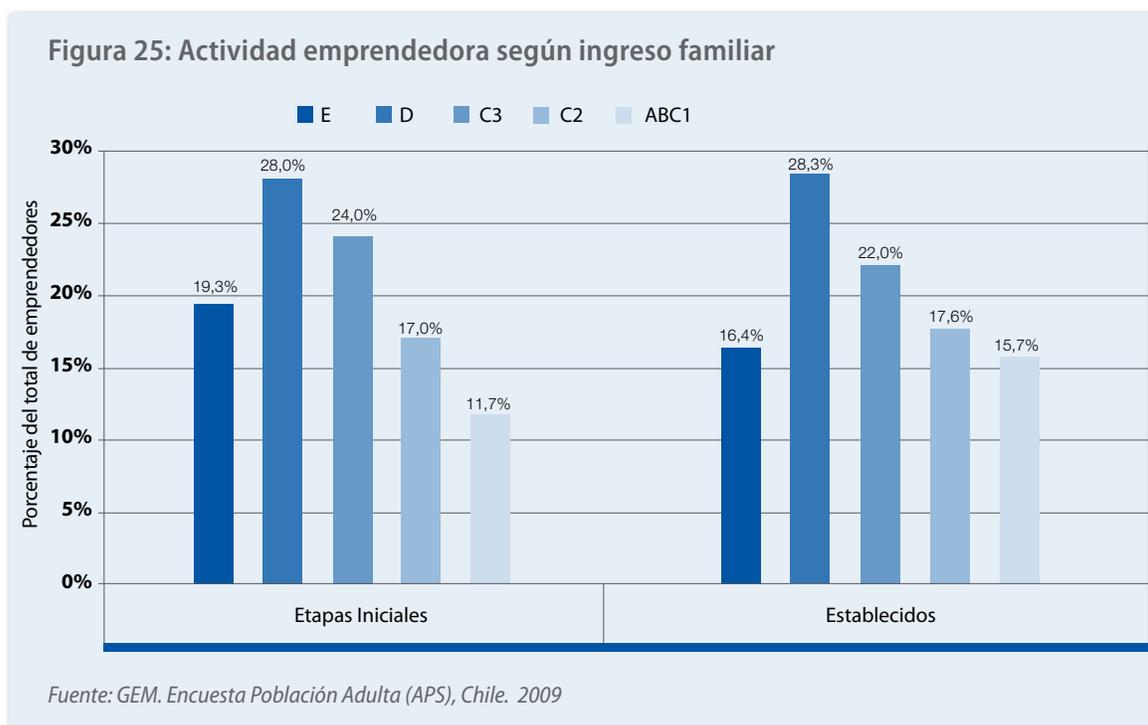
Al igual que lo observado en los niveles educativos, con el fin de estandarizar la información de los ingresos y hacerla comparativa a nivel internacional, el GEM divide el ingreso de las personas en tercios, de acuerdo al ingreso per cápita del país. Esto permite situar a los emprendedores por arriba o por debajo de la media del ingreso nacional. Esta distribución se grafica para Chile en la **Figura 24**.



Por otro lado, usando criterios nacionales más convencionales y conocidos para los chilenos, es que se ha determinado otra forma de graficar la distribución por ingresos. La **Figura 25** muestra los porcentajes de emprendedores en cada una de las cinco categorías más comunes usadas en Chile⁵. De este análisis podemos inferir que se mantiene la tendencia que a medida que se consolida la actividad emprendedora, tienden a subir los ingresos.

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

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



Situación laboral de los emprendedores

Un aspecto importante es analizar cual es el estatus laboral de los emprendedores, dado que históricamente la gran mayoría, sobre todo los emprendedores establecidos, se declaran autoempleados o autónomos, es decir, no tienen empleos formales. En este sentido, es necesario aclarar que el porcentaje de personas que se declaran autoempleadas, muchas veces incluye a emprendedores que trabajan con otras personas, generalmente familiares, que si bien no son considerados empleados formales, porque no reciben remuneración ni cotizan en los sistemas de salud o AFP, sí son una fuerza laboral importante para el negocio, pues desarrollan labores dentro de la empresa.

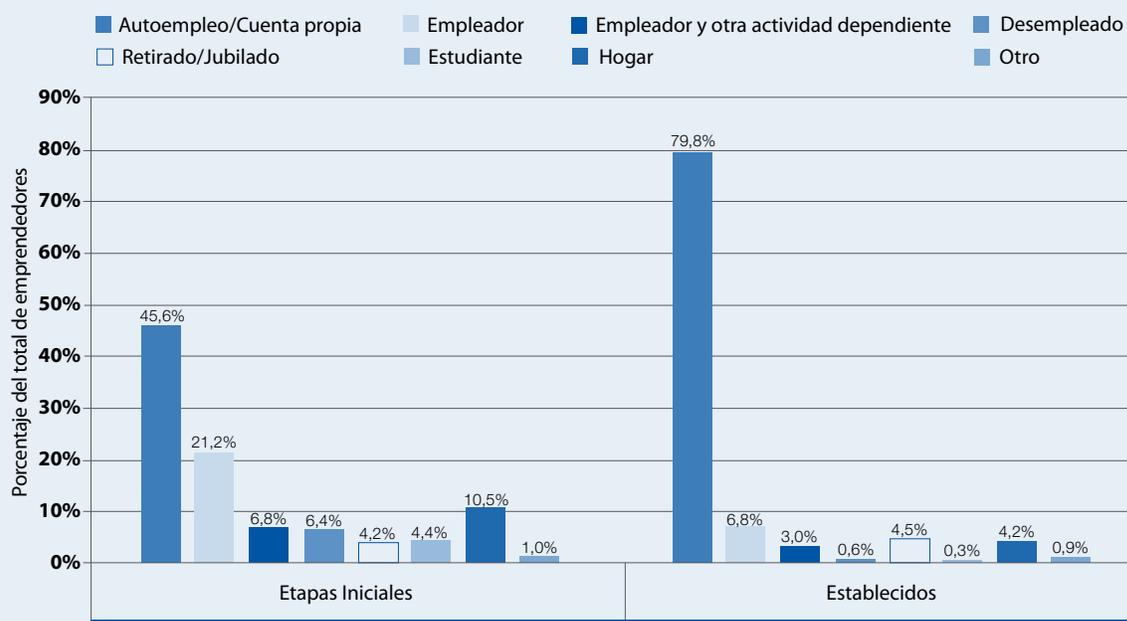
Para ciclo actual se destaca que el 45,6% de los emprendedores iniciales se declaró como au-

toempleado, lo cual empieza a revertir un poco la tendencia en esta etapa del emprendimiento comparado con años anteriores. Sin embargo, los emprendedores establecidos siguen presentando un 79,8% de autoempleados, lo que indica que lamentablemente la tendencia sigue siendo que la mayoría de los emprendedores establecidos no tenga empleados. La intención a generar empleos se analizará en la siguiente sección.

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

La **figura 26** muestra la distribución porcentual del tipo de empleo tanto en emprendedores en etapas iniciales como establecidos.

Figura 26: Actividad emprendedora según tipo de empleo



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

2.3 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

En esta sección, se presentarán los principales resultados correspondientes a las aspiraciones emprendedoras. El GEM ha venido estudiando por un periodo de 5 años (2004-2009) esta temática a modo de brindar una mirada más cualitativa al emprendimiento. Los principales resultados se enfocan hacia indicadores de empleo, expectativas de crecimiento, innovación y orientación hacia mercados internacionales. Estos resultados son una actualización de la combinación de los resultados del 2002-2008 y aunque hay poca diferencia global entre los resultados, hay diferencias en el tamaño de los negocios. Esto sugiere que los patrones generales son sólidos.

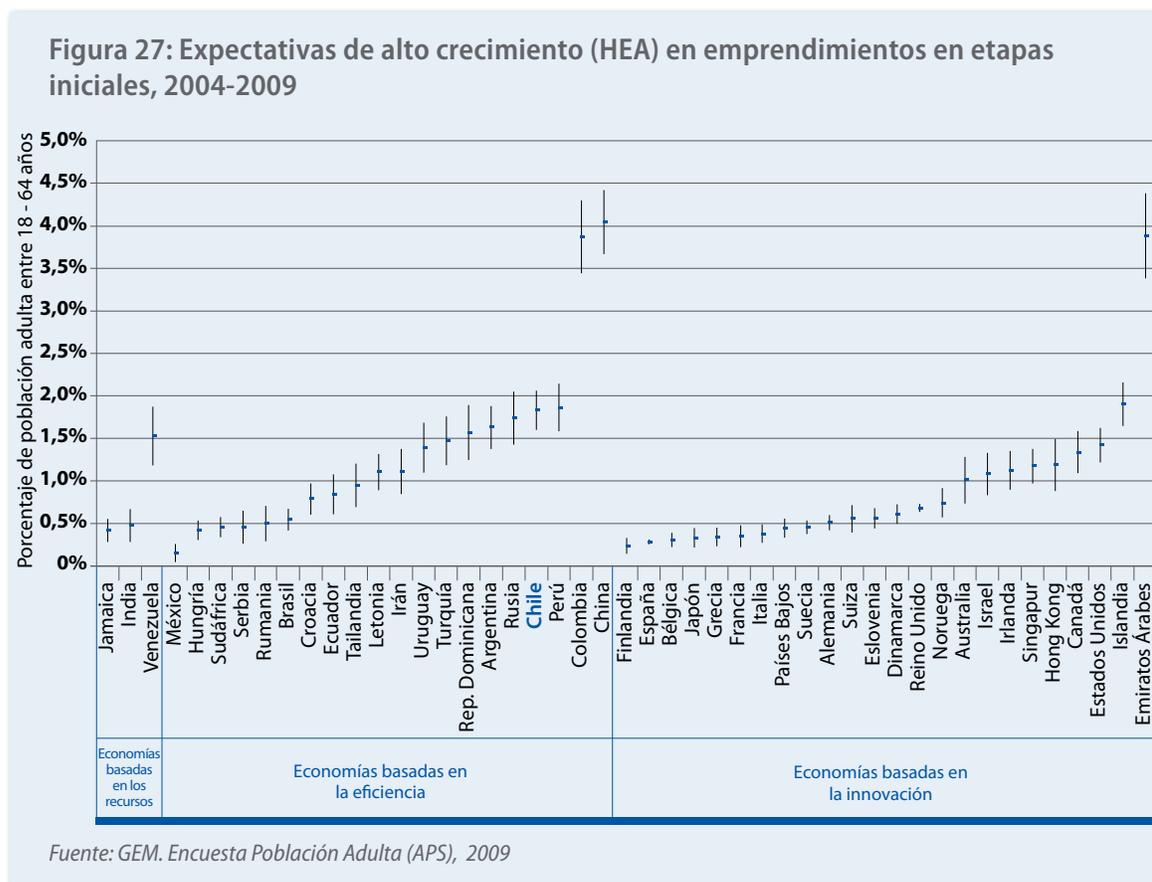
Expectativas de alto crecimiento

La metodología empleada por el GEM permite categorizar desde las primeras etapas de

un emprendimiento hasta las expectativas de alto crecimiento del mismo. Para esto, el GEM le pide a todos los encuestados que manifestaron ser emprendedores en etapas iniciales, que indiquen cuántos trabajadores esperan contratar dentro de un plazo de 5 años (sin contar los propietarios). Las cifras a nivel global indican que siete de cada diez emprendedores iniciales, se siente capaz de crear empleos. Sin embargo, a nivel mundial, las expectativas de alto crecimiento (expectativas de crear más de 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años) son poco frecuentes en nuevos emprendedores. Sólo el 14% de ellos, se puede categorizar como emprendedor en etapas iniciales con expectativas de alto crecimiento, mientras que el 44% de los mismos, espera crear cinco o más puestos de trabajo. Los emprendedores con gran crecimiento son, también, conocidos como "gacelas", ya que reciben mucha atención de los políticos debido a que sus empresas generan un alto número de empleos (Autio, 2007; Acs, 2008).

La **Figura 27** muestra las tasas de prevalencia de expectativas de alto crecimiento en etapas iniciales (HEA por sus siglas en inglés) en la población

económicamente activa. El patrón, en general, es compatible con la idea que las tasas nacionales del HEA varían de acuerdo al contexto económico.

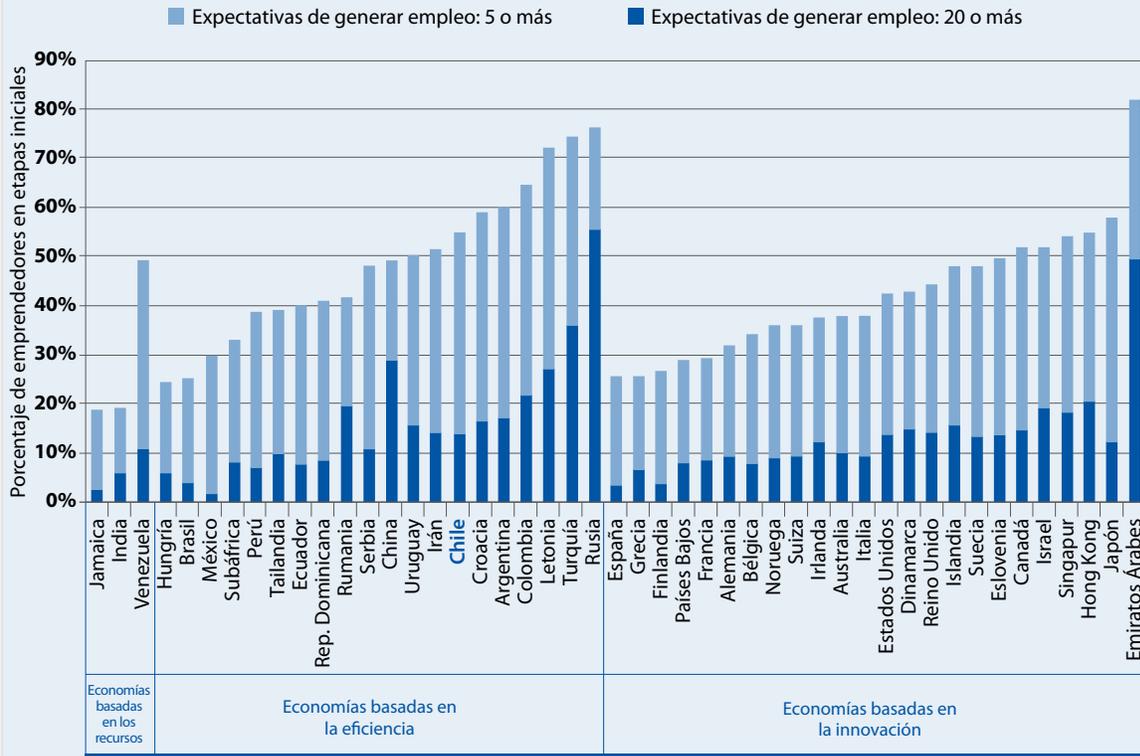


Dentro de los países pertenecientes a las economías basadas en la innovación, Emiratos Árabes, Islandia, Canadá y Estados Unidos son los países con niveles más altos de HEA para este ciclo del GEM. La tasa de HEA en estos países es superior al 1%, mientras que los niveles más bajos del HEA se encuentran por debajo del 0,5% y se presentan en España, Finlandia, Bélgica y Japón. Por otro lado, es necesario mencionar que las tasas del HEA pueden ser bastante similares o variar entre los países de altos ingresos. Por ejemplo, entre las grandes economías de la Unión Europea, el Reino Unido y Alemania muestran claramente los niveles más altos de HEA en comparación con Francia y España.

En las economías basadas en la eficiencia y en los recursos, por su parte, países como Colombia, China, Perú, Venezuela y Chile presentan las mayores tasas de HEA. En general, los países de América Latina muestran altos niveles de HEA y las tasas más bajas del mismo durante el periodo 2004-2009 se observaron en México, Hungría, Sudáfrica, Jamaica e India.

En la **Figura 28**, se observa la distribución entre los emprendimientos iniciales con altas expectativas de crecimiento (creación de más de 20 puestos de trabajo en 5 años) y aquellos que son moderados (creación de 5 puestos de trabajo en 5 años) a nivel global.

Figura 28: Prevalencia relativa de altas y moderadas expectativas de crecimiento en etapas iniciales: porcentajes del TEA 2004-2009

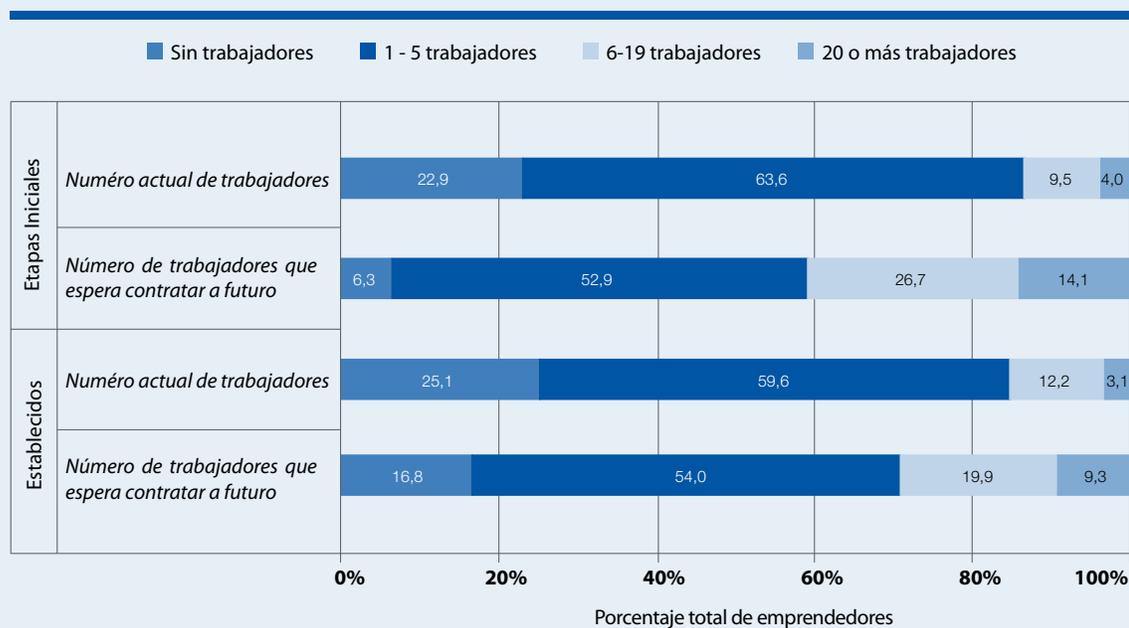


Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2009

A nivel nacional, podemos analizar de forma separada el número actual de trabajadores y potencial número de trabajadores que pretende con-

tratar un emprendedor según etapa del emprendimiento (Ver **Figura 29**).

Figura 29: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile, 2009

Como se observa en la **Figura 29**, la mayor parte de los emprendedores -tanto en etapas iniciales como establecidas- actualmente tienen entre 1 a 5 trabajadores en sus negocios, seguido por quienes no tienen trabajadores, luego por quienes tienen de 6 a 19 trabajadores, y con porcentajes mucho más bajos, quienes tienen de 20 a más trabajadores. Tal distribución demuestra que en nuestro país los emprendimientos son preferentemente medianos. No obstante, si se analiza el número de trabajadores que los emprendedores esperan contratar a futuro, se observa que pese a que los emprendimientos son medianos, aspiran a seguir creciendo.

Según las cifras, estimamos que el 52,9% de los emprendedores iniciales y el 54% de los establecidos aspiran a contratar de 1 a 5 trabajadores en el futuro, seguido por un 26,7% de iniciales y un 19,9% de establecidos, que aspira contratar de

6 a 19, situación que indica una intensión clara de crecimiento. Sin embargo, llama la atención un porcentaje -no menor- de emprendedores mayoritariamente establecidos que no tiene aspiraciones de contratar más trabajadores (16,8% de establecidos y 6,3% de iniciales).

Competitividad

La innovación y el emprendimiento están íntimamente relacionadas, Schumpeter (1934) argumentó que los emprendedores que influyen sobre el equilibrio del mercado lo hacen mediante la introducción de nuevos productos o las combinaciones innovadoras que impulsan a las empresas menos productivas y el avance de la frontera de producción. De este modo, tanto los empresarios exitosos o las copias de sus innova-

ciones por operadores tradicionales, producen el mismo efecto: Una mayor productividad y crecimiento económico.

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

La **Figura 30** evalúa a los países del GEM en función de dos índices que combinan ambas medidas de innovación (la novedad del producto y el grado de competencia). El indicador hace una diferenciación entre la novedad del producto y la novedad del mercado, es decir, no muchas otras empresas ofrecen el mismo producto. En esencia, este índice mide el porcentaje de los empresarios que usan combinaciones de productos en el mercado.

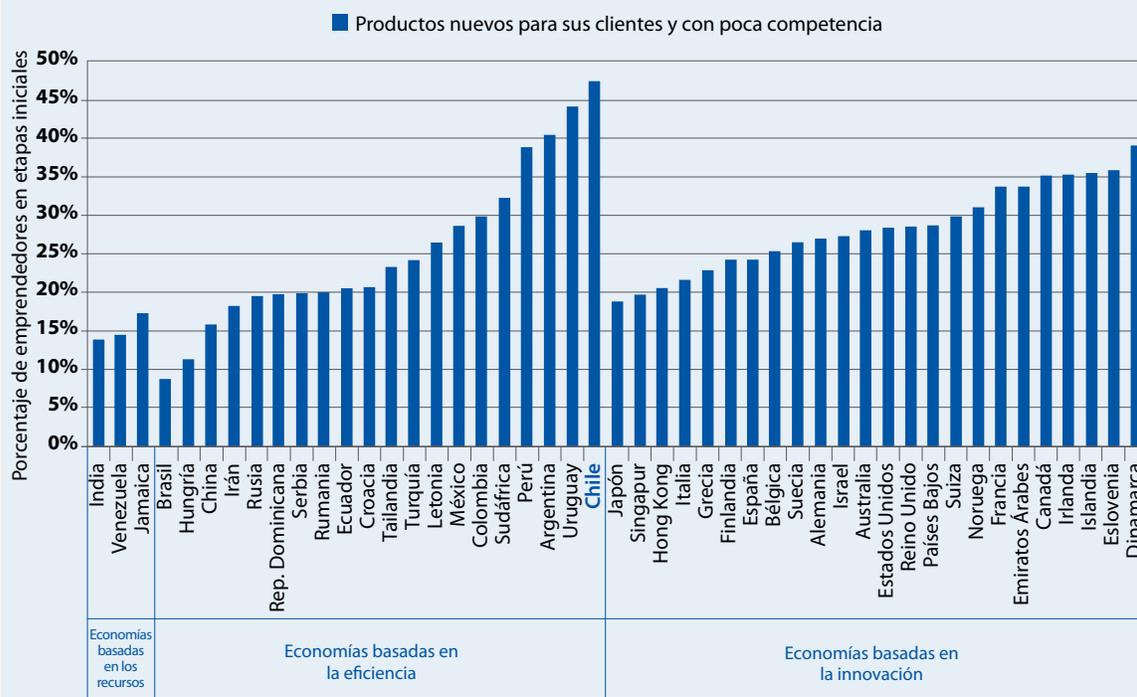
Cabe mencionar que estos indicadores funcionan si tanto la disponibilidad de nuevos productos y servicios como la fuerza de la competencia se distribuyen uniformemente. Esto es una gran presunción. Al comparar dentro de los grupos de

países podemos controlar en cierta medida las diferencias entre la disponibilidad del producto y la fuerza de la competencia, aunque puede ser que algunos países obtengan una alta puntuación en estos índices, pero los nuevos productos son relativamente pocos y la competencia es débil.

En cuanto a los países agrupados por fase de desarrollo económico, es evidente que en cada grupo hay países con una alta prevalencia de innovación en emprendimientos iniciales. Curiosamente, en el grupo de economías basadas en la innovación, los países de la Unión Europea emergen como los países con más altas tasas de combinaciones de mercados y nuevos productos. Sin embargo, como se observa, en la Figura 30, existen variaciones respecto a este indicador incluso dentro de la Unión Europea. Por ejemplo, Grecia, España e Italia tienen relativamente pocos nuevos productos mientras que Dinamarca, Eslovenia, Francia e Irlanda tienen tasas más elevadas. Finalmente, sorprende que los países asiáticos tengan una prevalencia relativamente baja.

Por otro lado, en las economías basadas en la eficiencia y los recursos, presentan niveles relativamente más bajos de innovación en emprendimientos en fases iniciales, aunque algunos países de América Latina presentan tasas altas (Chile, Uruguay, Argentina y Perú).

Figura 30: Porcentaje de actividad emprendedora en etapas iniciales y nuevos productos y mercados, 2004-2009



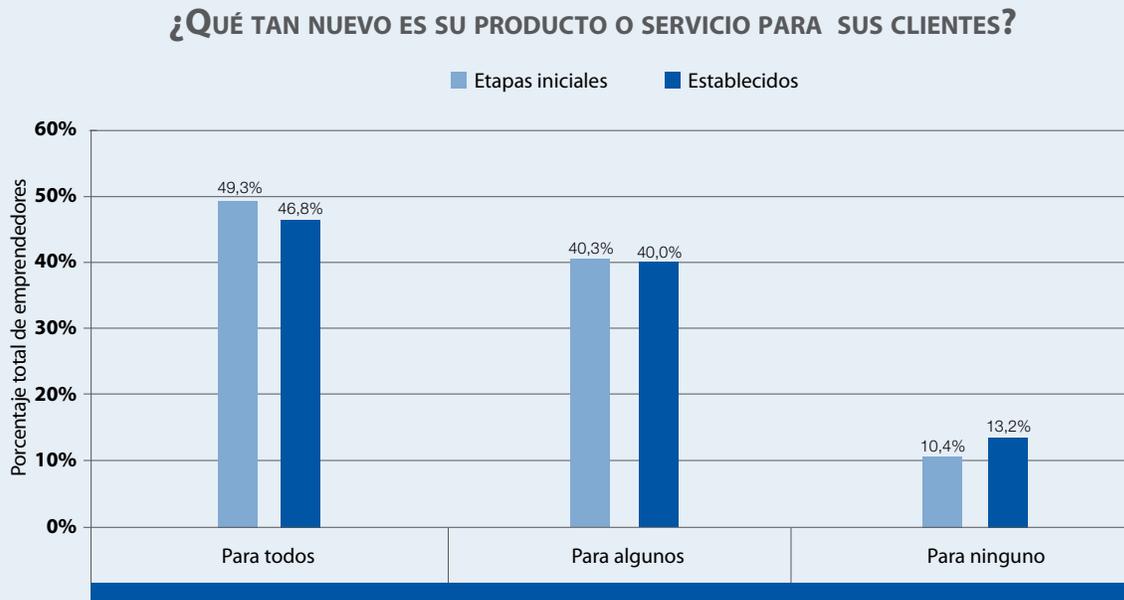
Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2009

En el caso específico de Chile, se observa un incremento de los emprendedores que considera que sus productos son nuevos para todos sus clientes, en relación a los datos obtenidos en el ciclo anterior (ver **Figura 31**). En este ciclo del GEM, el 49,3% de los emprendedores iniciales y el 46,8% de los establecidos manifestaron que los productos o servicios eran nuevos para todos sus clientes contra un 10,4% de iniciales y un 13,2%

de establecidos que considera que sus productos o servicios no son nuevos para sus clientes.

Estas cifras resultan ser muy positivas para el contexto emprendedor nacional, pues nos habla de emprendedores que están incorporando la innovación en sus negocios y que sus clientes están accediendo a nuevos productos y servicios.

Figura 31: Novedad de los productos ofrecidos

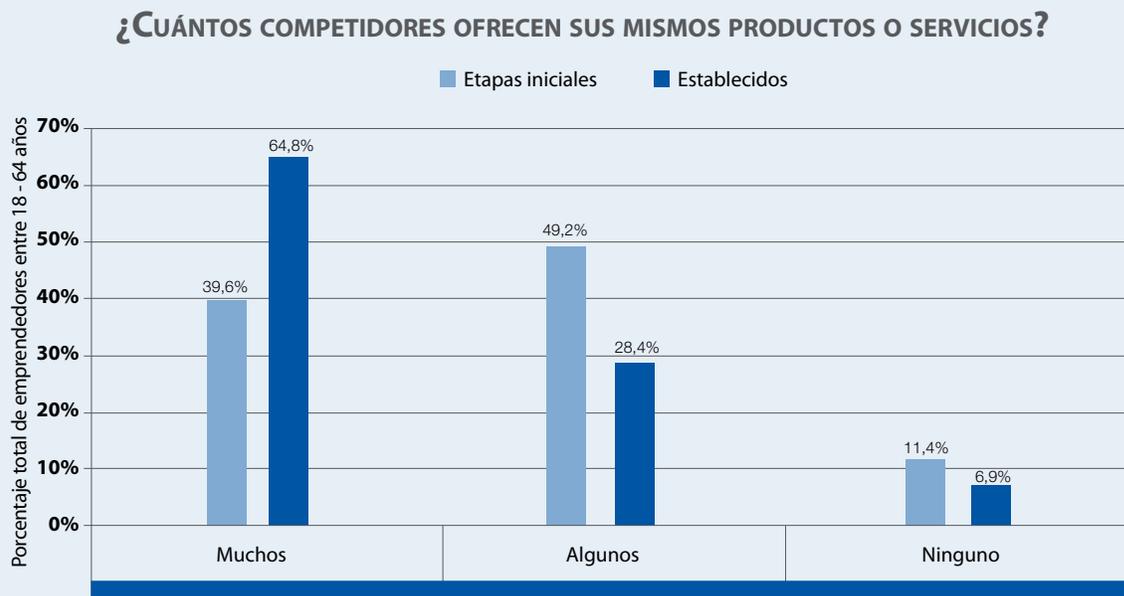


Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

No obstante, pese a que sus productos o servicios se consideran nuevos para todos sus clientes, los emprendedores perciben altos grados de com-

petencia esperada- en el caso de los emprendedores establecidos- y algún grado de competencia en el caso de los iniciales. Ver Figura 32.

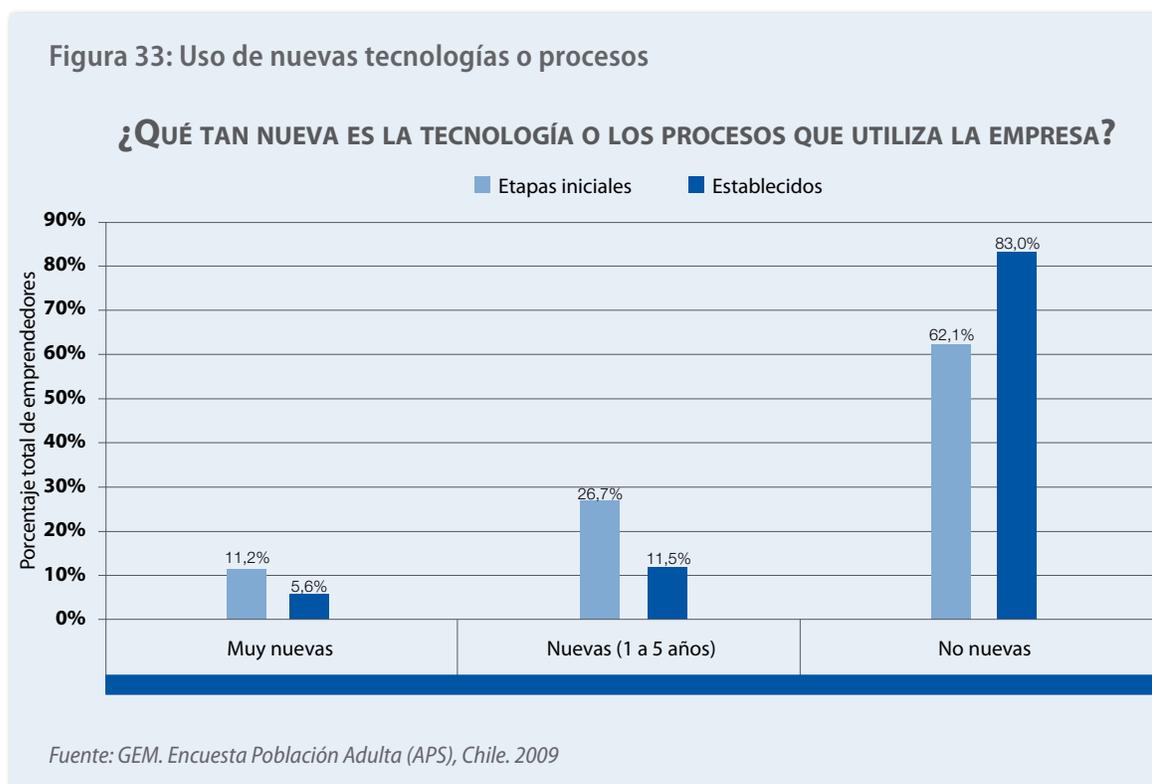
Figura 32: Intensidad de la competencia esperada



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

La **Figura 33** muestra los niveles de incorporación de tecnologías y nuevos procesos a los emprendimientos. Se destaca el alto porcentaje de emprendedores de etapas iniciales como establecidos (acentuándose en este último grupo) que declara no usar nuevas tecnologías ni procesos.

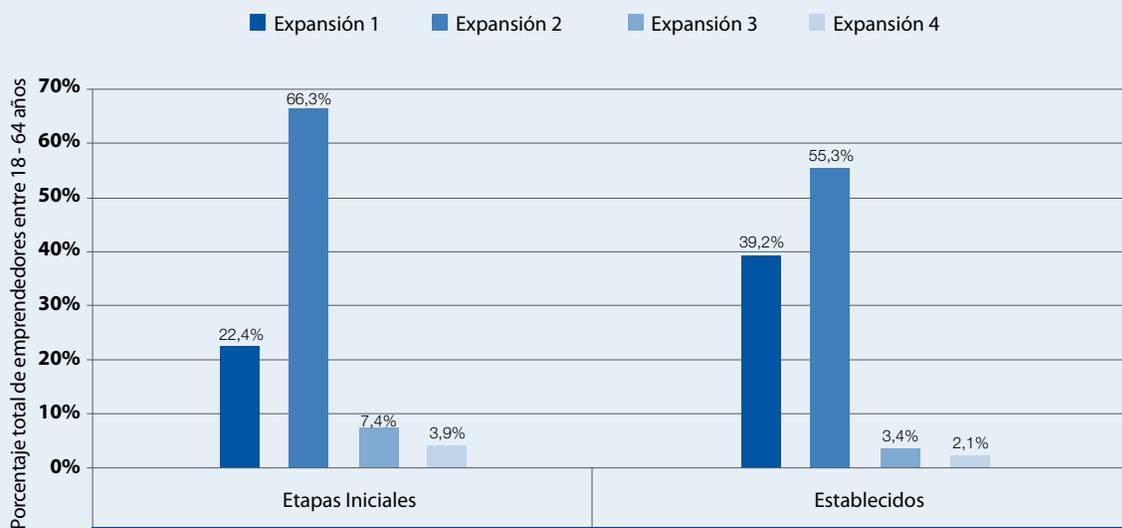
Respecto a esto, se observa un retroceso respecto al ciclo del año pasado, donde el 30% de los emprendedores iniciales y el 19% de los establecidos manifestaron usar nuevas tecnologías y procesos. Este año, las cifras no superan el 11,5%.



Por otro lado, podemos acercarnos al estudio de las aspiraciones emprendedoras a través del por-

centaje de emprendedores que manifiesta expectativas de expansión de mercado. (Ver **Figura 34**)

Figura 34: Expectativa de expansión de mercado



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

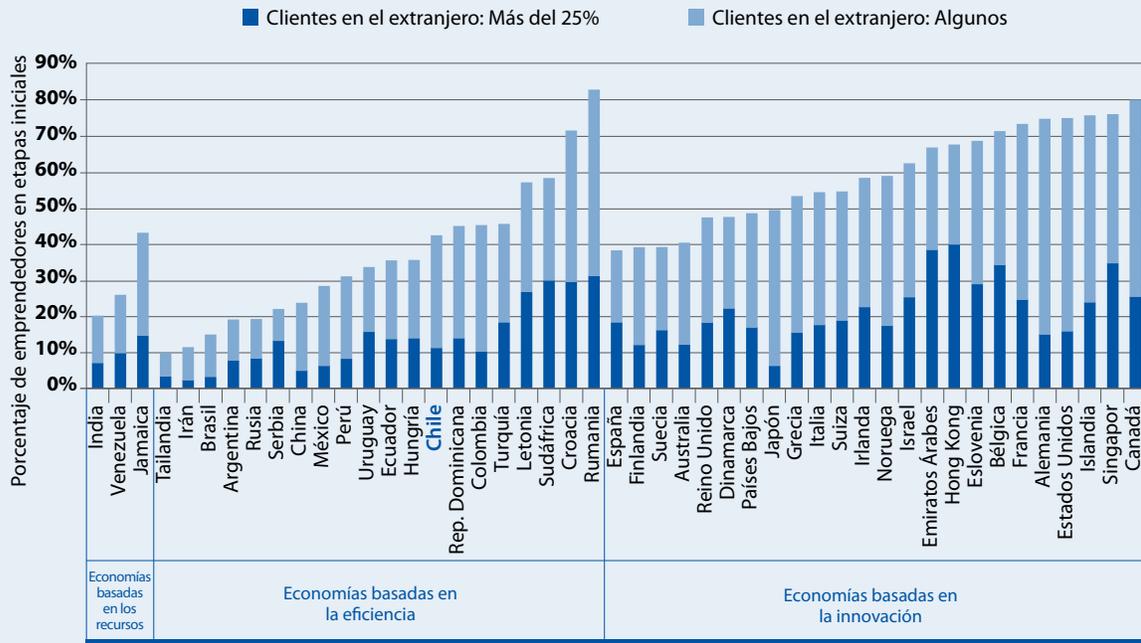
Como lo muestra la **Figura 34**, la mayor parte de los emprendedores declara tener una expansión 1 o 2, lo que quiere decir que no tiene expansión o que tiene algún grado pero sin usar nuevas tecnologías. La distribución de los grados de expansión conserva la tendencia observada el año pasado, con la diferencia que en el caso de los emprendedores establecidos aumentó el porcentaje de quienes tienen algún grado de expansión, pero sin el uso de tecnologías y disminuyó quienes no tienen expansión de mercado. Esta situación es favorable pues habla de una evolución en el caso de este tipo de emprendimientos.

Otra forma de medir las aspiraciones empresariales se relaciona con la orientación de los emprendedores en etapas iniciales a mercados internacionales y, por lo tanto, hace referencia a las exportaciones, así como los clientes internacionales que compran productos en línea, cuando vienen al país como turistas o por motivos de trabajo. La **Figura 35** muestra la orientación

hacia mercados internacionales; las barras más oscuras reflejan una orientación internacional significativa, mientras que las barras más claras reflejan el porcentaje de emprendedores que declararon tener al menos un cliente en el exterior. Se puede ver que para cada fase de desarrollo económico, los países más grandes (especialmente en términos de superficie) tienen una mayor orientación internacional. Este es el caso, por ejemplo, de India, Irán, Brasil, Rusia, China y Australia. Estados Unidos, por su parte, presenta una baja participación de emprendedores en etapas iniciales en mercados internacionales, aunque prácticamente todos los países tienen alguna orientación internacional.

Un resultado interesante de esta figura es la orientación internacional de los países de Europa Oriental. Se trata de países relativamente pequeños, con fronteras en muchos países y que históricamente fueron parte de estados más grandes, tales como la URSS y Yugoslavia.

Figura 35: Porcentaje emprendedores en etapas iniciales según orientación a mercados internacionales, 2004-2009

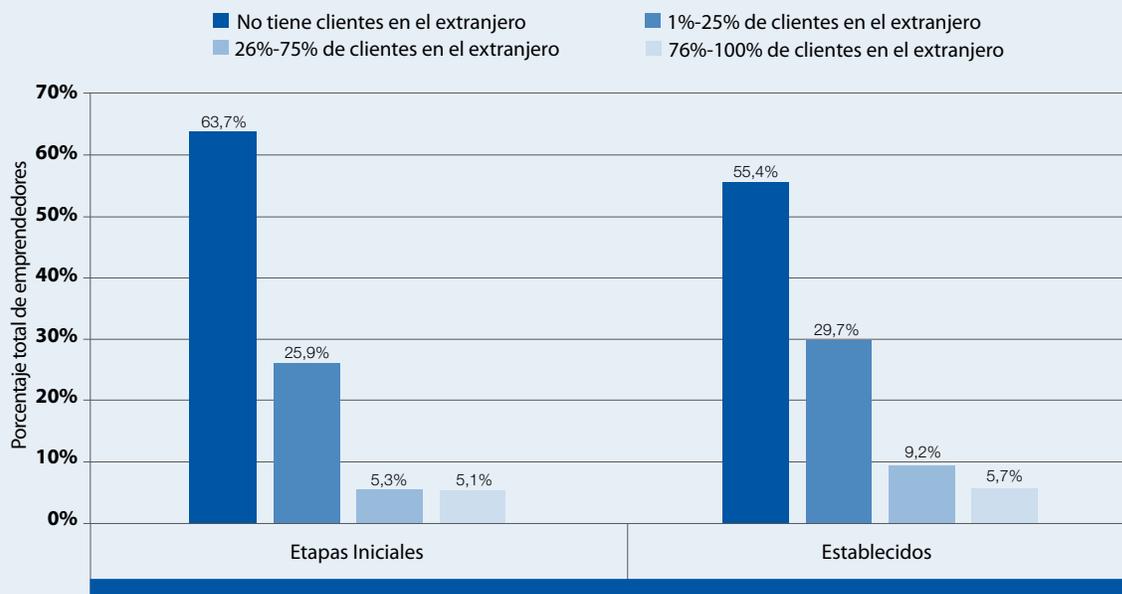


Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), 2009

Finalmente, para el caso de Chile se mantiene la distribución de emprendimientos según el porcentaje de clientes que tienen en el extranjero. Destaca que la mayor parte de ellos no tiene clientes en el extranjero como se muestra en la

Figura 36. No obstante, también es necesario destacar el significativo porcentaje de emprendedores que se orienta a mercados internacionales, sobre todo en el caso de los emprendimientos establecidos.

Figura 36: Actividad emprendedora y exportación



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

3. ACTITUDES, ACTIVIDADES Y ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS EN EL MARCO DE LA CRISIS ECONÓMICA DEL 2009

Durante el 2009, muchos de los países del mundo sufrieron los efectos de la crisis económica catalogada como una de las más severas desde la “Gran Depresión” de los años 30. Esta crisis dio paso a una recesión económica que si bien afectó a muchos los países, sobre todo a los más desarrollados, los efectos fueron de diferentes dimensiones al interior de cada uno.

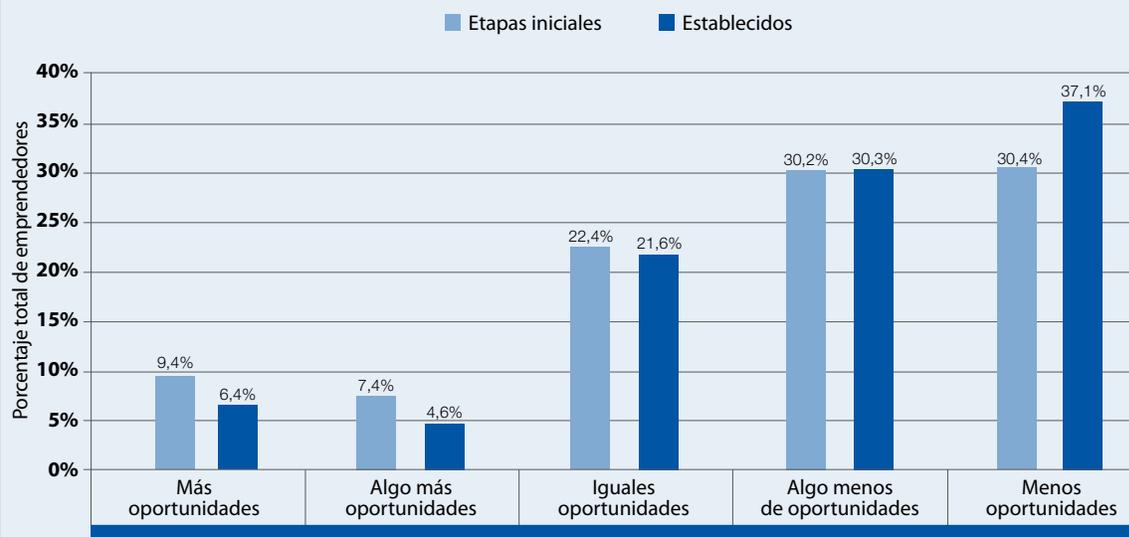
A nivel general, en Chile esta crisis contagió a nuestra economía, principalmente, a través de los mercados financieros, reduciendo el acceso a financiamiento e impactando la bolsa de comercio y en la cotización del peso nacional (Libertad y Desarrollo, 2008). Los impactos de estas situaciones en los emprendedores fue una de las interrogantes planteadas cuando se comenzó el ciclo 2009 del GEM y cuando los efectos de la situación económica aún eran inciertos. Si bien al parecer tales efectos no fueron muy profundos en términos generales, existe cierta evidencia de que algunos emprendedores actúan adelantándose a los ciclos (Koellinger and

Thurik, 2009). De hecho en el Reporte GEM Chile 2008 ya se daba cuenta de que justamente antes de la crisis había una percepción de menores oportunidades e incluso algunos emprendedores nacientes habían decidido descontinuar sus negocios. Por otro lado, también es sabido que las crisis son oportunidades de cambio y esto también atrae a nuevos emprendedores que “llenen los huecos” de las empresas que se han visto con problemas a raíz de los ciclos económicos.

Para poder responder estas interrogantes, se decidió incorporar en la encuesta del GEM para este ciclo, 3 preguntas acerca de las percepciones que tienen los emprendedores sobre la crisis y los efectos de ésta en sus negocios.

La **Figura 37**, muestra las actitudes de los emprendedores sobre las oportunidades que percibían en el 2009 (en pleno periodo de crisis) comparado con el año anterior, diferenciado por etapa del emprendimiento.

Figura 37: Percepción de los efectos de la crisis en las oportunidades de negocios



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

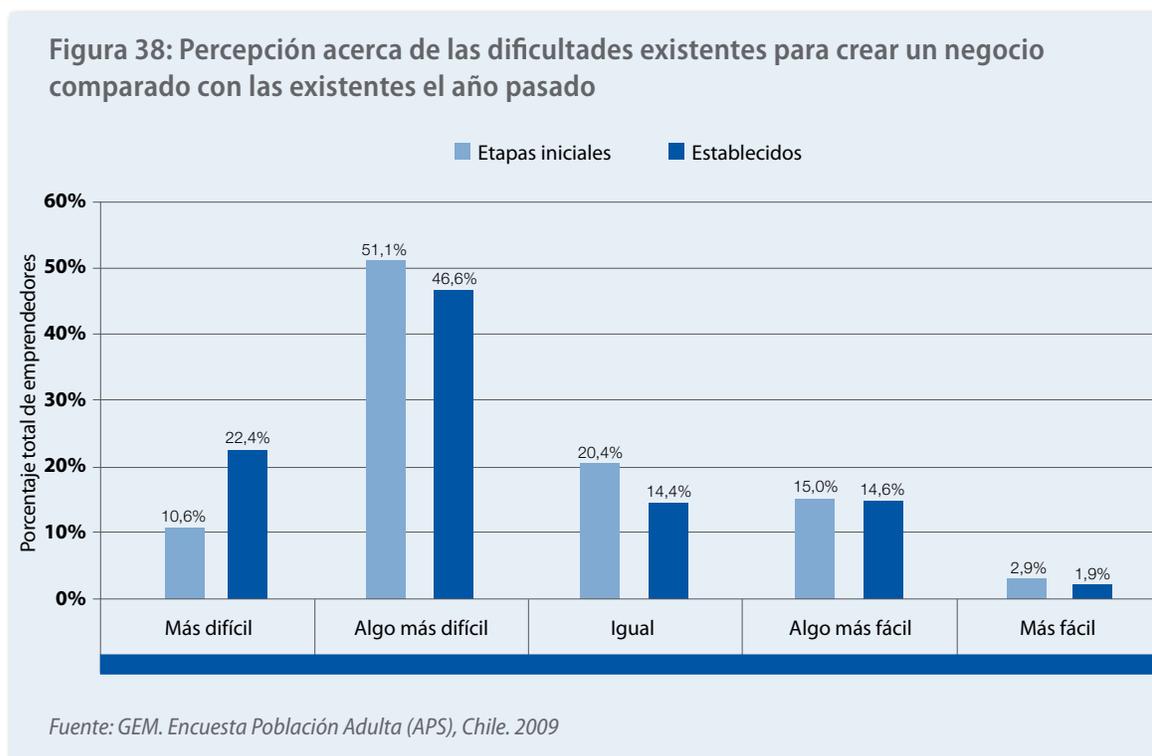
Frente a estas cifras, no es sorprendente que cerca del 60% de los emprendedores, tanto establecidos como iniciales, perciban menos oportunidades de negocios en medio de la crisis económica. No obstante, parece interesante la existencia de un 22,4% de emprendedores en etapas iniciales y un 21,6% de establecidos que consideró que pese a la crisis existían en ese momento las mismas oportunidades que las observadas hace un año atrás. Lo que da cuenta de un importante porcentaje de emprendedores que no se sentía afectado en términos de oportunidades por la crisis económica.

A nivel mundial, por ejemplo, en las economías basadas en los recursos y en la eficiencia los emprendedores se manifestaron menos positivos y la gran parte de ellos declaró que existían menos oportunidades en relación a las existentes el año

pasado, mientras que en las economías basadas en la innovación, los emprendedores tendieron a ser algo más positivos.

Cabe mencionar, que tanto a nivel nacional como global, se observa que son los emprendedores establecidos los más negativos en relación a este indicador. Esto no es una sorpresa, pues mientras más establecido esté su emprendimiento, la persona tiene más probabilidades de tener una visión más crítica del medio ambiente de los negocios y, también asume otras responsabilidades, por ejemplo, mantener a sus empleados.

En cuanto al crecimiento de los emprendimientos, se les consultó a los emprendedores acerca de la dificultad percibida para hacer crear nuevos negocios y se les diferenció por etapa de emprendimiento (Ver Figura 38).



Tal como se observa en la **Figura 38**, en términos generales, los emprendedores (independiente de la etapa del emprendimiento) consideraron que en el año 2009 habían mayores dificultades para emprender. Por ejemplo, el 22,4% de los emprendedores establecidos considera que el 2009 fue un año en donde era más difícil crear un negocio en relación con el 2008 y sólo un 10,6% de los emprendedores en etapas iniciales manifestó lo mismo. En cambio, la mayor parte de los emprendedores en etapas iniciales consideraron que emprender en el 2009 era algo más difícil en relación al año pasado. Más del 50% de los emprendedores en etapas iniciales así lo consideró, mientras que en los emprendedores establecidos la cifra fue de 46,6%.

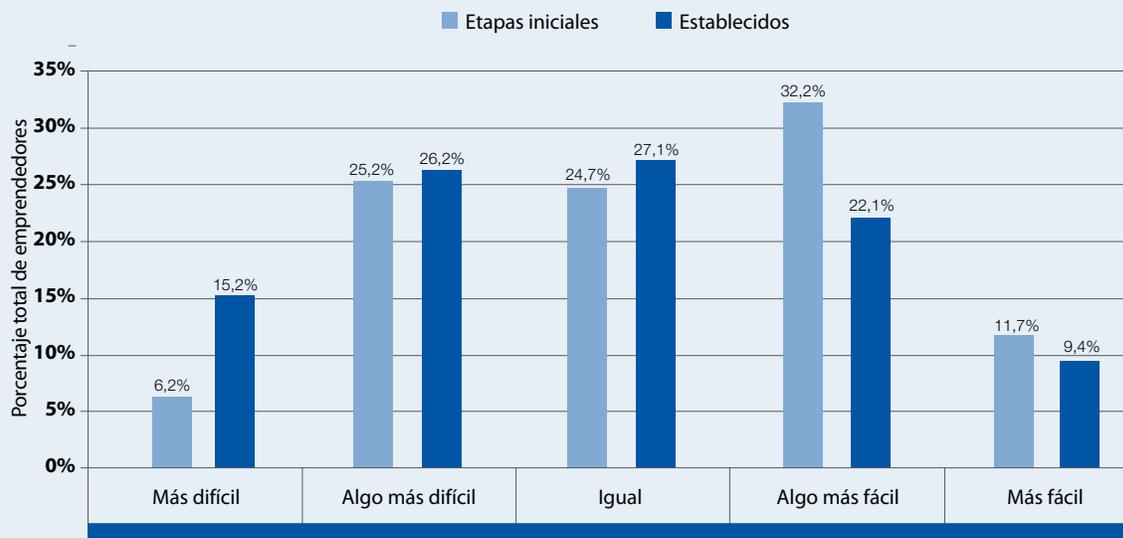
Si analizamos este indicador a nivel mundial, el Reporte Global 2009 del GEM⁶, indica que los emprendedores de las economías basadas en

los recursos manifestaron que era más fácil comenzar un negocio actualmente, si se comparaba con la proporción de los emprendedores en economías más desarrolladas. Esto se puede explicar porque muchos emprendedores de estos países están motivados a emprender por necesidad y tienen poco contacto con los mercados financieros mundiales. De hecho, el PIB de muchos de estos países continuó creciendo, aunque desde una base muy baja. Los países basados en la eficiencia tienden a estar más vinculados a los mercados mundiales y, por ende, las opiniones de los emprendedores de estos países fueron más negativas.

La última pregunta especial era acerca de la percepción de las oportunidades existentes para hacer crecer su negocio comparando el año pasado con este ciclo. La **Figura 39** refleja los principales resultados.

⁶ Más información en Bosma, N., & J. Levie (2010) *Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Global Report*. Babson College, Universidad del Desarrollo y Reykjavik University.

Figura 39: Percepción de las oportunidades existentes para hacer crecer su negocio en relación a las existentes el año pasado



Fuente: GEM. Encuesta Población Adulta (APS), Chile. 2009

En cuanto a este indicador, los emprendedores en etapas iniciales se manifestaron más positivos en relación a las dificultades existentes para hacer crecer sus negocios, en relación a las observadas hace un año atrás. No obstante, es necesario mencionar que cerca del 50% de los emprendedores (49,9% de emprendedores en etapas iniciales y 53,3% de los establecidos, para ser exactos) declaró que hacer crecer un negocio era igual o algo más difícil que en comparación al año anterior.

Estas cifras demuestran que los emprendedores perciben el hacer crecer un negocio es un proceso que resultó ser relativamente independiente a la crisis económica, destacando que cerca de un cuarto de los emprendedores considera que hacer

crecer un negocio es igual de difícil que lo que resultaba hacerlo crecer hace un año atrás. Situación que permite inferir que la percepción de las dificultades se asocia de forma más negativa al proceso de poner en marcha un negocio y, por ende, afectaría de forma más clara a los potenciales emprendedores o emprendedores nacientes que a los emprendedores iniciales o establecidos quienes están en posición de hacer crecer sus negocios.

A modo de resumen, la **Figura 40**, muestra la distribución de las alternativas más negativas en relación a los 3 indicadores mencionados. De este modo, muestra el porcentaje de emprendedores iniciales y establecidos por cada indicador agrupando las categorías de respuestas; más difícil y menos oportunidades.



Los resultados de esta gráfica demuestran que el indicador que tendió a agrupar respuestas más negativas, es el de iniciar un negocio, en donde el 69% de los emprendedores establecidos y el 61,7% de los iniciales consideraron que era más difícil. Hay que tener en consideración que este indicador agrupó las alternativas: algo más difí-

cil y difícil, seguido por el indicador "efectos de la crisis económica", donde el mayor porcentaje de emprendedores consideró que habían menos o algo menos de oportunidades. En el otro extremo, se ubica el indicador "hacer crecer un negocio" el cual tendió a agrupar respuestas mucho más positivas.

4. CONTEXTO EMPRENDEDOR EN CHILE

4.1 MODELO GEM Y ENCUESTA A EXPERTOS

Como se mencionó en la primera sección del Reporte, el modelo revisado GEM (ver Figura 2) considera que el impulso emprendedor depende de las actitudes, actividades y aspiraciones de los emprendedores, pero que éste es, también, potenciado o limitado por el contexto específico en que se desarrolla la actividad emprendedora. Las condiciones que miden el impulso emprendedor fueron discutidas en los capítulos anteriores. En este capítulo evaluaremos las condiciones de contexto para el emprendimiento en Chile que potencian o limitan este impulso emprendedor.

El emprendimiento y la innovación dependen de condiciones generales de contexto, en ámbitos político, social, cultural, y económico, y de condiciones

específicas para el desarrollo del emprendimiento y la innovación. Ambos tipos de condiciones para Chile se miden en este reporte a través de una encuesta estandarizada a expertos que es complementada con entrevistas en profundidad a algunos de ellos. En este periodo participaron 293 expertos de las regiones estudiadas. La encuesta estandarizada contiene 102 preguntas en escala de Likert de cinco puntos⁷, agrupadas en 17 variables. Las variables reflejan las 9 condiciones específicas a los temas de emprendimiento e innovación (ver **Figura 4**) más la protección de la propiedad intelectual.

El modelo GEM propone que las condiciones generales de contexto político, social y cultural afectan el entorno de negocios y, a partir de ello, al desarrollo tanto de las empresas establecidas como de los emprendimientos. El **cuadro 3** presenta la descripción de estas condiciones de marco para la actividad emprendedora.

⁷ Completo desacuerdo, desacuerdo parcial, ni acuerdo ni desacuerdo, acuerdo parcial y completo acuerdo.

CUADRO 3: Condiciones de la Actividad Emprendedora que analiza la encuesta a expertos del 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. Apoyo Financiero: Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo subvenciones y subsidios. Esto incluye toda la cadena de financiamiento, desde capital semilla (nuevos emprendimientos) hasta mercados de capitales sofisticados (grandes empresas).

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

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

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

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

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

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

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

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

Adicionalmente por su importancia en el país, en los ciclos pasados se ha analizado lo referente a la protección de la propiedad intelectual:

Protección a los Derechos de Propiedad Intelectual: se refiere al modo en cómo se protegen los derechos de propiedad intelectual de las empresas nacientes y en crecimiento y el marco legal que ayuda a dicha protección.

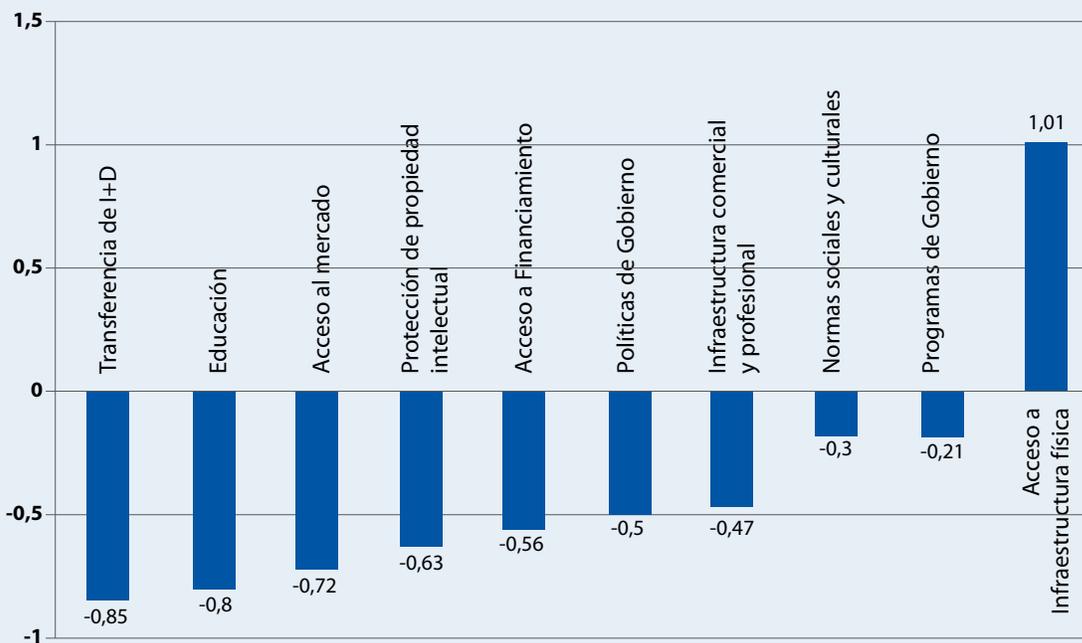
Para describir el comportamiento de cada variable relacionada con estas condiciones, se convierte la escala de Likert de cinco puntos a un índice que fluctúa entre -2,0 (en completo desacuerdo) y +2,0 (completo acuerdo)⁸. Esta forma de presentar el índice permite distinguir más fácilmente qué variables afectan positivamente y cuáles negativamente al desarrollo del emprendimiento y la innovación en el país. Así, clasificaremos las variables por su aporte al emprendimiento en función del rango donde se encuentren:

-2,0 A -1,0 MUY BAJO
 -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, analizamos las respuestas a cada pregunta específica. Para ello se mantiene la escala de Likert de -2 a +2, y se analiza el rango de las respuestas. Aquí se busca identificar hacia dónde se desplaza la mayoría de las respuestas. Para ello, se descartan las respuestas que no muestran preferencia (es decir, las respuestas “ni acuerdo ni desacuerdo”), y sobre la población que sí indicó preferencias se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican acuerdo (completo + parcial). Esta metodología tiene el mérito de destacar la varianza de las respuestas⁹.

Los resultados de la encuesta expertos para las variables de contexto tradicionalmente evaluadas en el reporte GEM se presentan en la **Figura 41**.

Figura 41: Evaluación del contexto emprendedor en Chile 2009
 Resultado de encuestas a expertos



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

⁸ Se ponderan los porcentajes de cada respuesta por -2, -1, 0, +1, y +2.

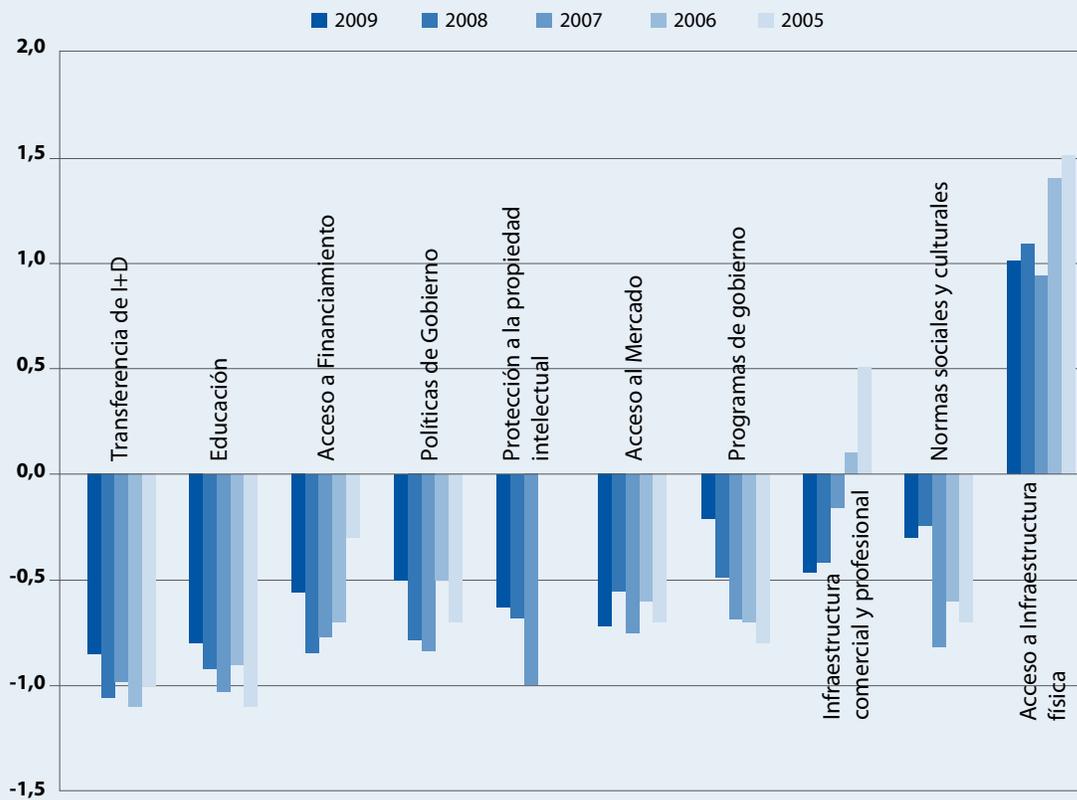
⁹ Con la finalidad de mostrar gráficamente estas opiniones se decidió representar en barras horizontales dichos porcentajes del lado izquierdo las respuestas negativas y del lado derecho las respuestas positivas. La suma aritmética de ambos lados suma el 100% de las respuestas. Sin embargo, como ejercicio gráfico a los porcentajes de la izquierda se les ha añadido el signo negativo para hacer notar precisamente que son este tipo de opiniones, aunque en la lógica matemática no es correcto hablar de “porcentajes negativos”.

En base a las respuestas de los expertos se aprecia que sólo infraestructura física tiene una evaluación positiva. Aunque este resultado pareciera ser muy positivo, al comparar este resultado con el de otras naciones pertenecientes a las “efficiency driven economies” se observa que un 95% de los países clasificados en esta categoría poseen una evaluación similar de su nivel de desarrollo de infraestructura. Esto quiere decir que si bien la infraestructura física no es un obstáculo para el desarrollo del emprendimiento en Chile, tampoco podría considerarse una fortaleza, dada nuestra posición relativa respecto de los demás países. Sin embargo la falta de una adecuada infraestructura puede ser clave para algunas regiones, sobre todo aquellas más alejadas de las zonas centrales o principales ciudades del país. Una segunda variable que amerita ser mencionada son los “programas de gobierno”, los que han presentado una mejoría sorprendente, relativa a las otras variables, durante el último año. Esto sugiere que los expertos observan una mayor efectividad de los programas de gobierno para el emprendimiento. De las entrevistas en profundidad se desprende la observación que el tema del emprendimiento se está posicionado en la agenda pública. Actualmente, se discute más y se plantean mayores acciones para facilitar el emprendimiento, pues se considera un componente clave para el crecimiento económico del país.

En cuanto a las variables peor evaluadas por los expertos, podemos observar que las posiciones extremas recaen sobre las mismas variables observadas en el año anterior, es decir, “transferencia de I+D”, “educación” y “acceso a financiamiento” (ver **Figura 42**). En consecuencia, dichas variables son consideradas las principales barreras para el desarrollo del emprendimiento en Chile. Se aprecia un escaso flujo de nuevas tecnologías desde el mercado a las empresas, y los espacios de interacción entre empresas y universidades son aún más pobres. En cuanto a educación, se continúa percibiendo un vacío importante en los niveles primario y secundario en relación a la enseñanza y desarrollo de habilidades para emprendimiento, no así en los programas de educación superior. El acceso al financiamiento es otra variable que, con ciertas fluctuaciones, sigue considerándose como una de las principales barreras al emprendimiento en Chile.

Otra evolución que amerita resaltarse es que la “infraestructura comercial y profesional” no logra revertir el resultado negativo presentado desde el año 2007, ubicándose para esta ocasión en un nivel aún más negativo. Cabe señalar que en los últimos cinco años esta variable es la única que pasa desde rangos positivos a negativos, aunque su aporte, en términos de nivel, sigue siendo moderado. Esta evaluación negativa puede estar dada por la inclusión de expertos de regiones donde claramente existe una carencia si se compara con la región Metropolitana de Santiago.

Figura 42: Contexto emprendedor en Chile. Comparativo de encuestas a expertos 2005-2009



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

A continuación se hace una presentación más detallada de la evolución de cada una de estas variables, incluyendo evidencia adicional de las entrevistas en profundidad y fuentes externas para explicar mejor las condiciones de entorno en cada una de estas dimensiones.

4.2 CONDICIONES DEL CONTEXTO POLÍTICO Y NORMAS SOCIALES Y CULTURALES PARA EL EMPRENDIMIENTO

Se han considerado estas dos condiciones como el vínculo entre el contexto general y los factores específicos que incentivan la innovación y el emprendimiento.

Normas Sociales y Culturales

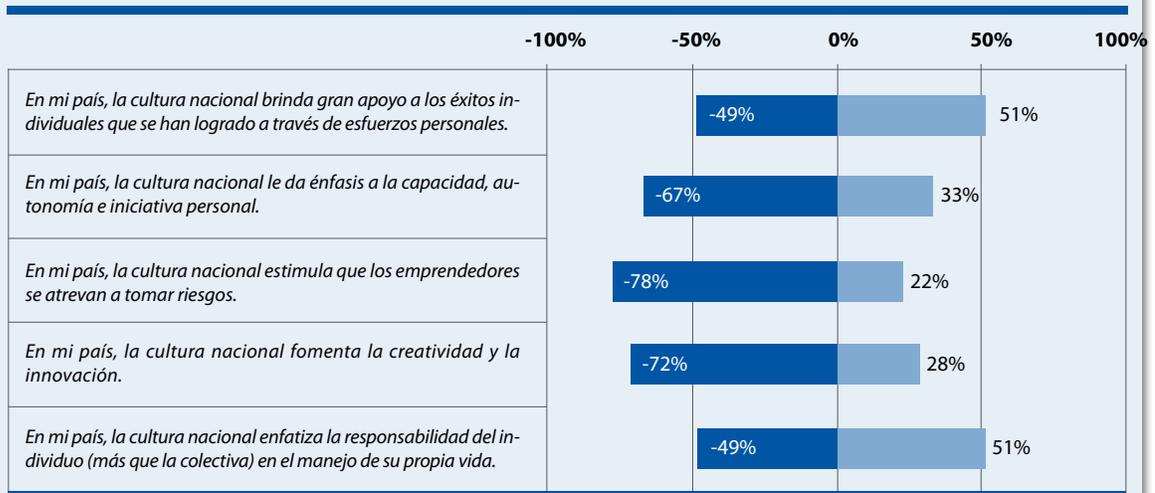
Nivel: -0,30

Estas preguntas se enfocan en el efecto de la cultura del país sobre el emprendimiento. En el pasado, la opinión de los expertos ha sido muy negativa al respecto. Sin embargo, esta percepción ha disminuido en años recientes. En el período 2005-2007 la evaluación promedio de los expertos fue de -0,7, mientras que en los años 2008 y 2009 ésta ha promediado -0,3. Observamos entonces una mejor valoración de los expertos, sobre cómo las normas sociales y culturales apoyan al emprendimiento. Las variables que más contribuyen a explicar esta mejor valoración son el mayor estímulo social a la toma de riesgos y el fomento de la creatividad y la innovación (ver Figura 43). Estas variables han pasado de tener

valoraciones negativas cercanas al 90% en el periodo 2005-2007 a tener valoraciones negativas cercanas al 75% en los últimos dos años. Podemos decir que todavía se percibe que el contexto no apoya adecuadamente la toma de riesgos y la innovación,

pero que se ven avances en esta materia. Esta evolución puede relacionarse a una mayor presencia en medios de los temas de emprendimiento e innovación, así como a una mayor presencia en el debate público sobre la importancia de estos temas.

Figura 43: Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

Se destaca que los principales diarios del país ya cuentan con una sección permanente especialmente dedicada a temas de emprendimiento y la misma Presidenta de la República, Michelle Bachelet, en sus mensajes a la nación ha tomado este tema como uno de los pilares de su política de desarrollo económico. También existen instituciones que apoyan la innovación y fomentan el emprendimiento, como la forma de transformar la innovación en valor para la sociedad. El Estado ha creado el Consejo de Innovación, una institución especialmente dedicada a promover la innovación en general, pero en particular, el emprendimiento innovador.

El Consejo de Innovación es nombrado por la Presidenta de la República y tiene como responsabilidad definir prioridades en el diseño de las políticas de innovación que son ejecutadas por los respectivos entes del Estado responsables de esas áreas. En el ámbito del emprendimiento innovador, el

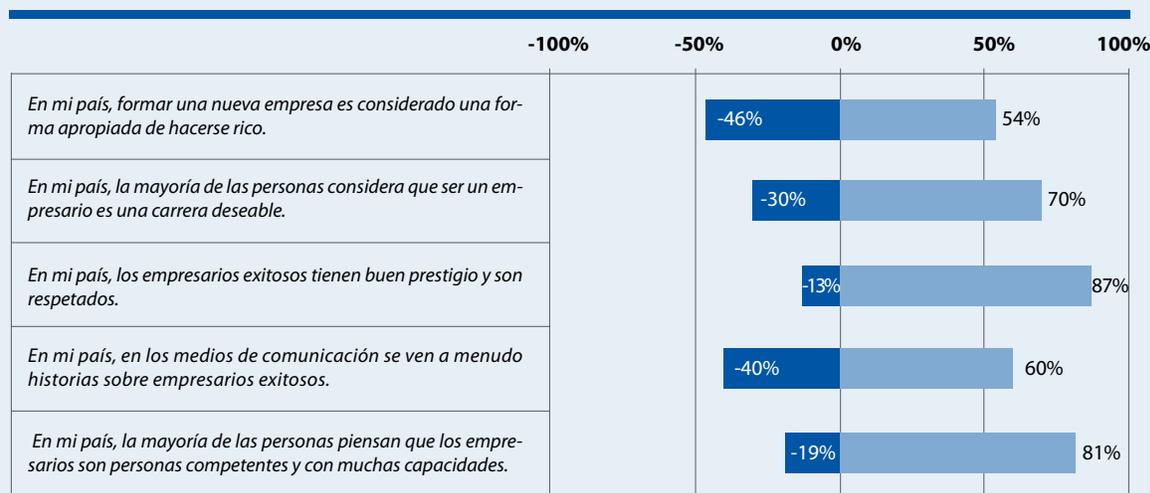
Gobierno ha creado InnovaChile de CORFO, como institución diseñadora y ejecutora de las políticas de promoción al emprendimiento innovador. Desde el sector privado ha surgido la iniciativa del Foro Pro-Innovación. En los últimos dos años, esta institución sin fines de lucro ha promovido premios a la innovación en distintos ámbitos, en el sector privado, vinculado a los negocios, en la administración pública y en la acción privada en el ámbito social. Este trabajo sostenido del Estado, instituciones privadas y medios de comunicación, está empezando a rendir frutos en términos de un contexto social, político y cultural más adecuado para promover el emprendimiento y la innovación.

Los elementos mejor evaluados respecto al contexto social y cultural para el emprendimiento en Chile, son el apoyo a los éxitos empresariales (51%) y la valoración de la responsabilidad del individuo en el manejo de su propia vida (51%).

Ambas variables hacen referencia a la importancia que se asigna a las personas que toman la iniciativa para generar cambios. El tema de la figura del empresario es profundizado en otro grupo de preguntas hechas a los expertos. Las respuestas a estas preguntas muestran que los empresarios son considerados personas con muchas capacidades (81%) y que su figura es muy valorada en términos de respeto y prestigio (87%) (Ver **Figura 44**).

Esta percepción positiva de la figura del empresario justifica que también se considere que ser empresario es una carrera deseable, sin embargo, hay menor aprobación a considerar el emprendimiento como una forma de hacerse rico. Aparentemente se considera positivo el aporte del empresario en términos de generación de empleo y riqueza social, pero es menos valorado el interés por crear riqueza personal.

Figura 44: Valoración social del ser empresario



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

Estos resultados parecen dar cuenta de una sociedad que cada vez se valora más al individuo, más al emprendedor, como el foco relevante para las políticas públicas y para esperar los cambios que ella necesita. Esta evolución en Chile coincide con la propuesta de la revista *The Economist* en su edición de Marzo de 2009¹⁰, donde argumenta que estamos entrando a una sociedad del emprendimiento, donde cada vez más los países dependerán de individuos actuando por su propia iniciativa para superar problemas, no sólo de desarrollo económico, sino inclusive de otros problemas sociales que tradicionalmente han sido de responsabilidad del Estado. Se profundizará en este tema en el capítulo especial de este año sobre emprendimiento social.

Políticas de Gobierno

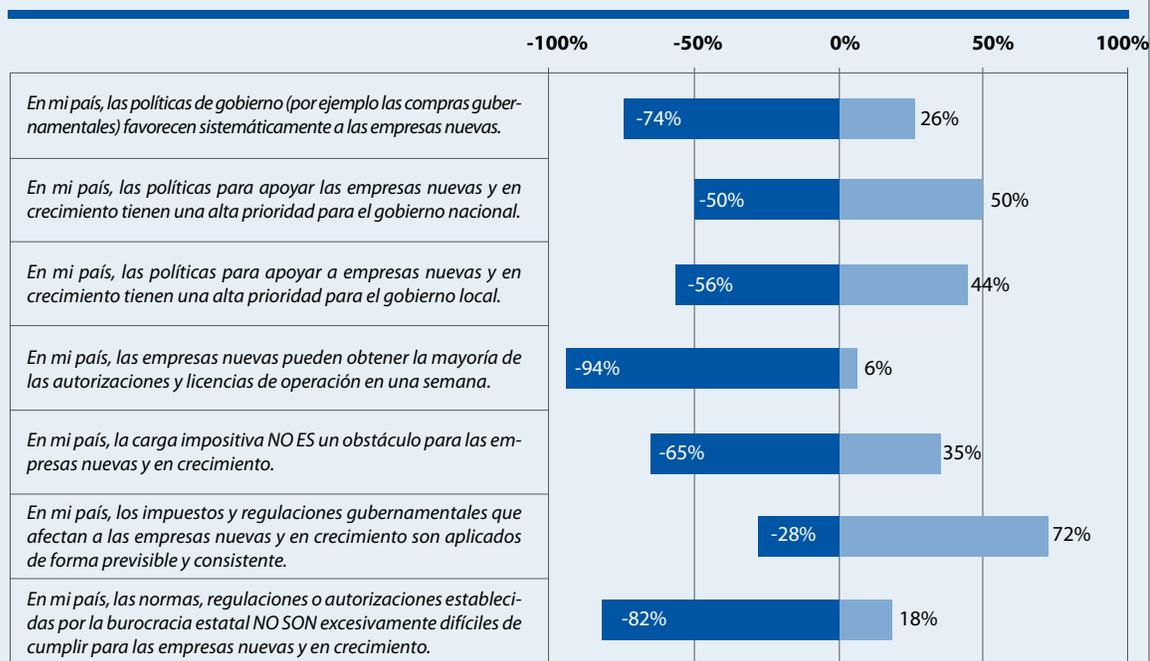
Nivel: -0,50

El Gobierno influye en el dinamismo de la actividad empresarial a través de la calidad de su política macroeconómica y de las restricciones y apoyos que proporciona a nivel microeconómico. Las leyes, regulaciones y disposiciones institucionales dan forma y estimulan o restringen la actividad económica. Así, el espíritu emprendedor se desarrolla más en aquellos países en donde la política del Gobierno lo estimula (Wompner, 2006). Afortunadamente, Chile cuenta con una calidad de conducción macroeconómica que es de las mejores del mundo¹¹. Sin embargo, en el ámbito de las regulaciones microeconómicas la situación no es positiva (ver **Figura 45**).

¹⁰ *Global Heroes, Reporte Especial, The Economist, Mayo 2009.*

¹¹ Según el *Global Competitiveness Report 2009-2010*, Chile se ubica en el puesto 19 a nivel mundial en términos de la calidad de sus políticas macroeconómicas.

Figura 45: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

Las variables que más contribuyen a esta percepción negativa sobre las políticas del Gobierno, son la dificultad para iniciar y conducir una empresa. La rapidez para cumplir con los trámites de iniciación de operaciones recibe un 94% de evaluaciones negativas, mientras que la facilidad para cumplir con la normativa estatal recibe un 82% de evaluaciones negativas. Estas evaluaciones sobre la dificultad de hacer negocios en Chile, son corroboradas por estudios comparativos a nivel internacional sobre el tema, como el informe Doing Business 2010 del Banco Mundial (ver más abajo).

Cabe destacar que esta visión negativa del contexto, se refiere al peso de la carga burocrática e impositiva pero no a la incertidumbre respecto a su aplicación. Los expertos evalúan muy positivamente el hecho que en Chile los impuestos y otras regulaciones son aplicados en forma previsible y consistente. Este año, la evaluación negativa sobre la carga burocrática es acompañada de

una visión menos negativa, inclusive casi neutra, sobre el interés del gobierno, nacional y local, en apoyar a las nuevas empresas. En los últimos años, ha ido mejorando la percepción de los expertos sobre el apoyo del gobierno al emprendimiento, lo que se discutirá en mayor profundidad en la siguiente sección.

Otra área evaluada muy negativamente es la falta de sesgo de las políticas del gobierno para apoyar a nuevas empresas. Existen costos de transacción entre Estado y privados que al ser fijos sesgan las oportunidades de negocios del Estado hacia las empresas más grandes. En Chile, el Gobierno no premia a las pequeñas empresas cuando éstas compiten con grandes por los servicios o compras del Estado. Pero en años anteriores, sí ha hecho esfuerzos para reducir los costos de transacción entre privados y el Estado, favoreciendo la competitividad de las empresas pequeñas para hacer negocios con el Estado.

El portal Chilecompras es un ejemplo de cómo el gobierno apoya la integración de empresas pequeñas o nuevas al sistema de compras del Estado. El Servicio de Impuestos Internos, también ha sido bastante eficiente en reducir los costos relacionados al pago de impuestos. Pero estas iniciativas no se han profundizado significativamente ni se han expandido a otras áreas durante los últimos años.

Donde sí hay un sesgo positivo del Estado hacia las nuevas empresas es en los programas de promoción del emprendimiento, lo que se tratará en mayor detalle en la siguiente sección. Otro costo para las nuevas empresas es el aumento en la cantidad y complejidad de las normas ambientales y de seguridad. Si bien esta mayor sofisticación de la normativa es necesaria en cualquier país que busca desarrollarse, por otro lado, el Estado puede hacer más accesible a las pequeñas y nuevas empresas el acceso al cumplimiento de la norma.

El Banco Mundial ha reconocido la importancia de cómo los gobiernos afectan el entorno de negocios y con ello las posibilidades de crecimiento del país. En particular, una buena normativa relacionada con definición y protección de derechos de propiedad, reducción de costos de resolución de disputas y protección a las partes contratantes de medidas de protección contra los abusos, da mayor predictibilidad a las interacciones económicas, reduce los costos de transacción y hace que los mercados operen más eficientemente. Por esto, el Banco Mundial genera todos los años un índice que mide la facilidad para hacer negocios en cada país participante¹². El informe Doing Business 2010 indica que en materia de cantidad de procedimientos para hacer negocios (apertura de una empresa, gestión de permisos de construcción, empleo de trabajadores, registro de propiedad, obtención de crédito, protección de inversores, pago de impuestos, comercio internacional, cumplimiento de contratos y cierre de una empresa) Chile se encuentra todavía lejos de las economías más modernas y lo que es menos auspiciador, durante 2009 no realizó reformas que condujeran a mejorar la facilidad para hacer negocios. Como consecuencia, Chile cayó en el ranking 2010 del puesto 40 al 49 en el concierto de 183 economías que se estudiaron. Dentro del contexto La-

tinoamericano, Chile está debajo de Puerto Rico y Colombia, país que en el último año pasó del puesto 49 al 37 en el mismo ranking. Lo que es más preocupante para el emprendimiento es que Chile sale peor evaluado en aquellos aspectos de mayor relevancia para el emprendimiento, como facilidad para empezar un negocio (puesto 66), facilidad para cerrar un negocio (puesto 114), facilidad para obtener un crédito (puesto 71) y facilidad para emplear trabajadores (puesto 72). Este informe muestra que Chile se ha quedado dormido en las regulaciones que mejoran las condiciones para crear emprendimiento.

4.3 CONDICIONES ESPECÍFICAS PARA LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO

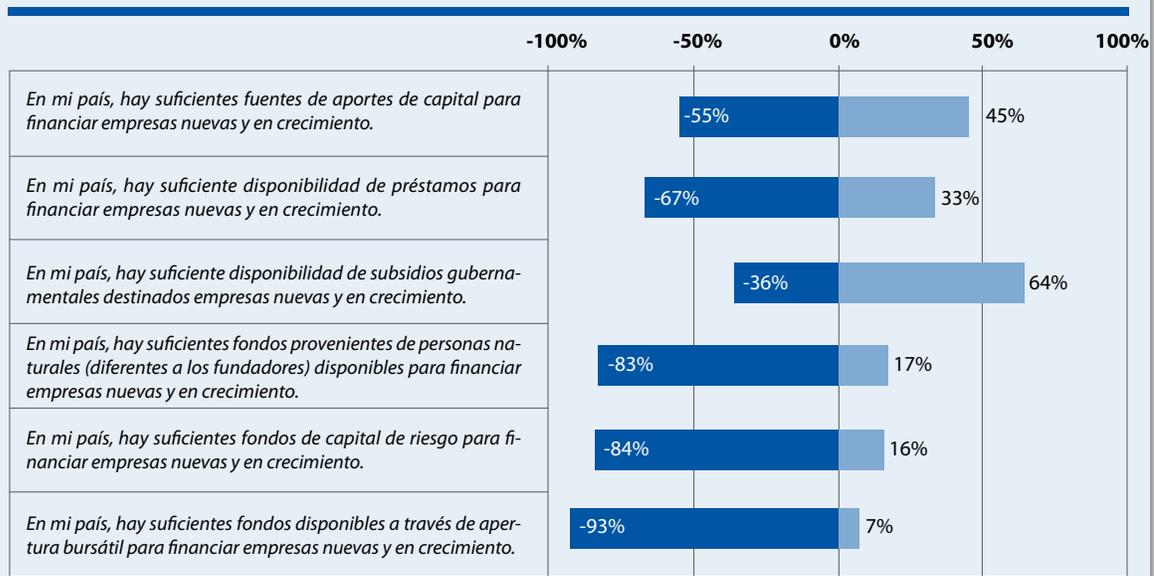
Apoyo Financiero

Nivel: -0,56

La percepción de los expertos respecto del apoyo financiero para el emprendimiento en Chile es bastante negativa. Como se aprecia en la Figura 46, los expertos perciben poca disponibilidad de fondos para la creación de nuevas empresas, y esta percepción es transversal a las distintas fuentes de financiamiento. Los temas peor evaluados son los recursos provenientes de personas naturales diferentes de los fundadores (inversionistas ángeles), los fondos de capital de riesgo y los fondos disponibles a través de apertura bursátil. La evidencia presentada en otros estudios en Chile, como el GEM Capital de Riesgo 2008, corroboran con cifras de inversiones realizadas que esta percepción negativa es justificada para la inversión ángel y para la apertura bursátil. Sin embargo, también hay evidencia de que ha habido un aumento significativo de la disponibilidad de fondos de capital de riesgo para crecimiento y consolidación, lo cual no se condice con esta evaluación negativa. Este punto es discutido más abajo. Por otro lado, la única variable evaluada positivamente es la posibilidad de acceder a subsidios gubernamentales para la creación de nuevas empresas.

¹² El índice no describe la totalidad del panorama. Este indicador es limitado al cubrir únicamente la normativa empresarial. No tiene en cuenta la proximidad del país a los grandes mercados, la calidad de su infraestructura (aquella que no se refiere al comercio internacional), el grado de seguridad de la propiedad frente al robo y el saqueo, la transparencia en las transacciones del gobierno, las condiciones macroeconómicas o la solidez subyacente de las instituciones.

Figura 46: Apoyo financiero para el emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

Para interpretar mejor estos resultados es necesario analizar las opciones de financiamiento disponible en Chile para los emprendedores durante el desarrollo de su empresa. Los emprendedores que se encuentran recién conformando una firma buscan el capital necesario para terminar de armar el producto y echar a andar la empresa. Este "capital semilla" lo pueden obtener de tres formas. La primera es recurrir a los ahorros personales o de gentes cercanas (amigos, familia y otros), quienes probablemente no exigirán rentabilidad al emprendedor, al menos en el corto plazo. Sin embargo, los montos disponibles por las personas relacionadas son generalmente limitados. Según la información obtenida por la encuesta a adultos de este informe.

Una segunda forma es recurrir a Agencias de Gobierno, como CORFO. A través de sus líneas de financiamiento L1 y L2, CORFO apoya proyectos de alto potencial de crecimiento. Para acceder a esta opción el emprendedor debe pasar antes por un filtro, acudiendo a un patrocinador que evalúe el proyecto y que lo presente a CORFO en su repre-

sentación, este rol lo suelen cumplir las incubadoras de negocios. El financiamiento semilla de CORFO fluctúa entre los seis y los cuarenta millones de pesos por proyecto. Según la opinión de los expertos, durante los últimos años ha habido un aumento de las posibilidades de acceder a estas líneas, además de la aparición de nuevas líneas de financiamiento complementarias. Esto es corroborado por el informe GEM Capital de Riesgo 2008, que muestra que desde 2005 se ha experimentado un aumento sustancial en la cantidad de fondos destinados a capital semilla. Esta evolución explica la percepción positiva sobre el apoyo de estos fondos al desarrollo emprendedor. Sin embargo, algunos expertos han criticado un cierto sesgo del proceso por proyectos de menor riesgo y envergadura, que serían también menos rentables en el largo plazo. Embarcarse en proyectos innovadores de industrias, como la biotecnología por ejemplo, implica un riesgo mayor y requiere de capacidades de evaluación de viabilidad técnica y económica en áreas en las que no existe mucha experticia en Chile. Esta situación puede limitar el interés de invertir en proyectos que pueden ser económica-

mente muy atractivos en el largo plazo, además de ayudar a desarrollar capacidades de innovación y emprendimiento tecnológico, que es hacia adonde apuntan las políticas públicas.

Una tercera opción para los emprendedores que buscan capital semilla es la inversión vía capital accionario de inversionistas ángeles. Sin embargo, en Chile al menos, estos inversionistas tienden a invertir cuando el proyecto ya ha iniciado operaciones y el riesgo asociado al proyecto se ha reducido con la generación de flujos de ingresos del negocio. Los inversionistas ángeles entonces, actuando en forma individual o en redes de inversionistas, tienden a ser una solución para la parte inicial de la siguiente etapa, la de crecimiento. En Chile, según registra el informe GEM Capital de Riesgo (2008), la disponibilidad de fondos provenientes de inversionistas ángeles formales es aún muy precaria y eso justifica la percepción negativa de los expertos sobre este tipo de fuente de fondos para emprendedores.

En la etapa de crecimiento acelerado los emprendedores pueden recurrir a los fondos de capital de riesgo. Esta industria se ha desarrollado muy fuertemente en los últimos 3 años gracias a instrumentos de co-inversión diseñados por CORFO y que han sido muy efectivos en atraer capital privado. Sin embargo, esta evolución positiva no concuerda con la percepción negativa de los expertos sobre la disponibilidad de fondos de capital de riesgo. Una posible explicación es que hay poco flujo de nuevos negocios innovadores con alto potencial de crecimiento, por varias razones, entre ellas el no haber fondos suficientes en etapas anteriores. Al haber poco flujo de nuevos negocios innovadores, los fondos de capital de riesgo estarían financiando restructuración y crecimiento de empresas ya establecidas, más que el crecimiento de nuevas empresas. Pero se hace necesario un estudio de mayor profundidad en este tema para obtener las conclusiones apropiadas.

En esta etapa las empresas también pueden recurrir a financiamiento bancario. Sin embargo, hay ciertas trabas que impiden que este financiamiento pueda ser obtenido con facilidad por los emprendedores. No hay instituciones que presten los servicios de analizar y presentar ordenadamente la situación financiera de las Pymes. Esto es un problema serio, pues muchas de estas empresas

no tienen la capacidad para entregar dicha información adecuadamente y los bancos y otras instituciones financieras no cuentan con el personal para dedicar a esas labores. Además, existen otros factores que aumentan la dificultad de acceso al crédito para las empresas en estas etapas, como la inexistencia de trayectoria crediticia del agente y el riesgo asociado a la alta tasa de mortalidad de empresas pequeñas. Tales riesgos y asimetrías de información hacen difícil que los bancos presten dinero a nuevas empresas. Para que ello suceda debe profundizarse el sistema de garantías con aval del estado. En este sistema las empresas garantizadoras hacen la evaluación crediticia y el Estado asume parte del riesgo de no pago. Para la etapa de consolidación, tanto el sistema bancario como el mercado de capitales, funcionan adecuadamente en Chile para apoyar el desarrollo de las nuevas empresas. Eso puede explicar la evaluación no tan negativa de los expertos por la disponibilidad de capital y deuda para el desarrollo de empresas nuevas y en crecimiento.

Programas de Gobierno

Nivel: -0,21

A pesar de tener aún una evaluación general negativa, este indicador ha mostrado una consistente mejoría a través de los años. De ser un área muy mal evaluada en 2005, año tras año los expertos han ido mejorando su evaluación hasta asignarle este año un puntaje sólo levemente negativo. Durante el periodo 2005 al 2007, entre un 80% y 90% de los expertos valoraron negativamente la cobertura y efectividad de los programas de gobierno, observándose una fuerte reversión de estas cifras en los últimos 2 años, donde la evaluación positiva ha pasado a ser entre un 40% y 50%.

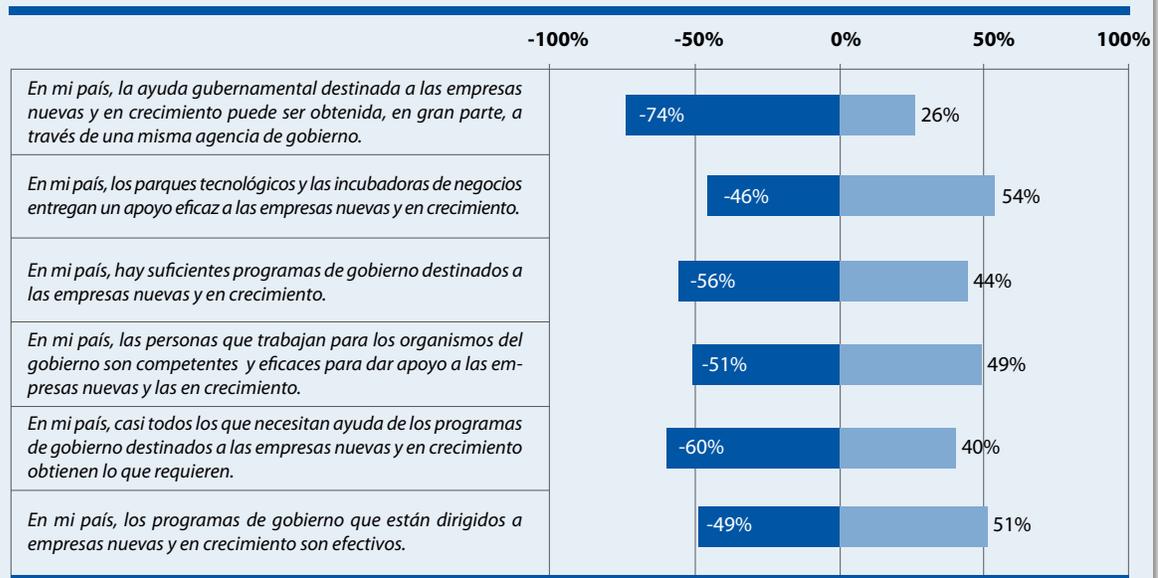
En el 2009 se observa mejores evaluaciones respecto al 2008 en cinco de las seis variables consultadas. La mejor evaluación de la cantidad de programas dirigidos a emprendedores y de la disponibilidad de recursos para ellos tiene asidero en los nuevos programas que ha estado diseñando CORFO y en un mayor aporte de fondos a las líneas de capital semilla (Ver **Figura 47**)¹³. No sólo se considera que hay mayor apoyo, sino también que éste es más

¹³ Durante 2009 CORFO ha diseñado un nuevo programa de financiamiento para incubadoras y una línea de apoyo al empaquetamiento tecnológico.

eficaz. Esta mayor eficacia puede a su vez explicarse en una mejor percepción de la capacidad de los funcionarios públicos para atender las necesidades de las nuevas empresas en forma efectiva. El área peor evaluada sigue siendo la dispersión de la ayuda en diferentes instituciones y la falta de coordinación de estos esfuerzos a través de una ventanilla única. Dada la cantidad de esfuerzo que requiere un emprendedor para diseñar e implementar un negocio rentable, es una lástima que aquellos que recurren a la ayuda gubernamental, deban invertir tiempo y energías en dirigirse a varias agencias antes de encontrar respuestas a sus requerimientos.

La única variable que se mantiene prácticamente estable, respecto del año anterior es la que hace referencia a la eficacia del rol de las incubadoras de negocios para el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento. Es interesante mencionar que las incubadoras han aumentado en número y han mejorado la calidad de su gestión, al ser una industria que lleva pocos años y que aún tiene muchos aspectos para mejorar. A pesar de ello, debe mencionarse que la evaluación general respecto de la labor de las incubadoras es positiva, un 54% de los expertos asevera que son eficientes en su rol de apoyar a los emprendedores.

Figura 47: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento

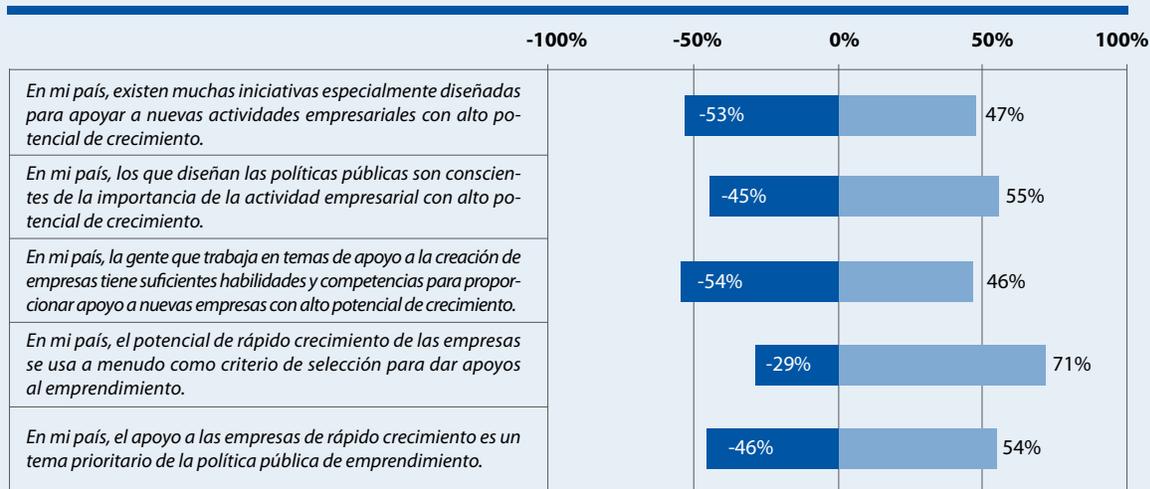


Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

El apoyo gubernamental al emprendimiento generalmente se justifica en la percepción que nuevas empresas traen innovaciones que cambian la forma de competir e incentivan a otras empresas a innovar, introduciendo así un elemento de dinamismo y crecimiento para el país. Las empresas innovadoras además tienen un mayor potencial de crecer aceleradamente y contribuir en forma significativa a la creación de

empleo, y de empleo de mejor calidad. Por esta razón, es un tema de particular importancia y en este sentido, una preocupación del Gobierno es apoyar de forma más específica a las empresas innovadoras o con alto potencial de crecimiento. La encuesta GEM preguntó a expertos sobre sus percepciones respecto al rol del gobierno en este punto y los resultados son presentados en la **Figura 48**.

Figura 48: Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas de alto potencial de crecimiento



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

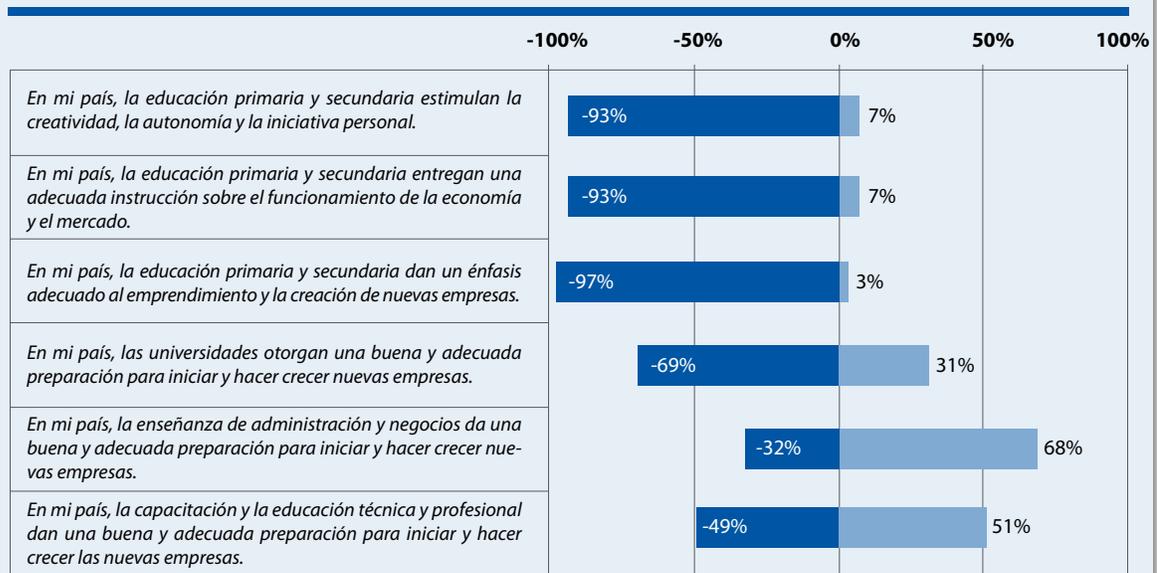
En general, los expertos hacen una evaluación bastante neutra sobre el rol del Gobierno en apoyar empresas de alto potencial. Esta percepción contrasta favorablemente con las evaluaciones negativas en las otras áreas de apoyo al emprendimiento y por lo tanto, muestran una perspectiva más favorable respecto a la importancia que el Gobierno le asigna a apoyar empresas de alto potencial. Dentro de todas las variables, destaca especialmente en forma positiva, la percepción de que el gobierno utiliza el criterio de alto potencial para asignar recursos de apoyo al emprendimiento. Lo anterior sugiere que esta preocupación del Gobierno no es solamente parte de un discurso público, sino una herramienta real para promover el emprendimiento que más impacto puede generar al país.

Educación y Capacitación para el Emprendimiento

Nivel: -0,8

Desde que se inició el estudio GEM en Chile, la educación ha sido consistentemente considerada una de las principales barreras al emprendimiento (ver **Figura 49**). Este año se mantiene la percepción generalizada de muy bajo o nulo énfasis de la educación (primaria y secundaria), en promover conductas y capacidades emprendedoras, tales como la creatividad, iniciativa y autonomía, así como también la instrucción sobre el funcionamiento de mercado. Por el lado positivo, la educación superior sigue siendo evaluada bastante positivamente, mientras que este año ha mejorado significativamente la evaluación de la educación técnico profesional.

Figura 49: Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

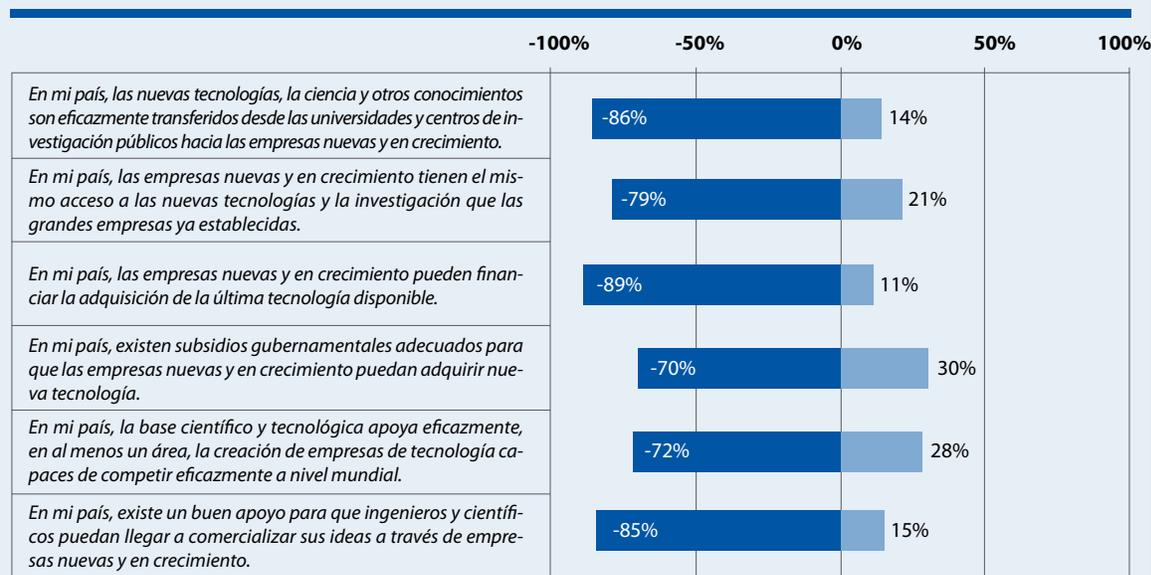
La educación para el emprendimiento sigue siendo una tarea pendiente en Chile y dada la dificultad en preparar docentes para el tema, así como los rezagos naturales que se dan en la educación, especialmente considerando que los principales déficits son educación primaria y secundaria, urge que a nivel del Ministerio de Educación se otorgue una mayor prioridad al desarrollo de un currículum adecuado para la educación primaria y secundaria, así como a la formación de docentes para la adecuada implementación de ese currículum. El reporte GEM del año 2008 hizo un reporte especial sobre el tema y destacó que en ausencia de un rol pro activo del Estado, hay ciertas iniciativas privadas que están tratando de cubrir ese vacío. Sin embargo, el impacto de estas iniciativas es aún muy pequeño dado el poco alcance que pueden abarcar.

Transferencia de Investigación y Desarrollo

Nivel: -0,85

La transferencia de I&D es el área peor evaluada de todas las condiciones para la innovación y el emprendimiento. Todas las preguntas incluidas en este ítem han sido evaluadas muy negativamente por los expertos (Ver Figura 50). La percepción generalizada es que hay un divorcio muy profundo entre las universidades y las empresas. Muy poca investigación de universidades logra convertirse en innovaciones que puedan comercializar las empresas para aumentar el bienestar de la sociedad.

Figura 50: Evaluación de la transferencia de I+D



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

Esta evaluación muy negativa de la transferencia de I&D se ha dado en forma consistente en las respuestas de expertos desde el año 2005. Esto ha sucedido a pesar de que durante el periodo 2005 a 2009 el gasto total del Gobierno en I&D ha crecido a una tasa de 14,2% anual en términos reales, completando un 70% de aumento en esos 4 años. Este esfuerzo ha permitido que el gasto en I&D del Gobierno pase de 0,52% a 0,79% del PIB Chileno en ese lapso¹⁴. Así, ha habido un significativo aumento del gasto del gobierno en I&D, pero no hay percepción de un efecto positivo de ese gran esfuerzo.

Esta situación puede explicarse por los pocos resultados tangibles que se han producido con este esfuerzo. Estudios realizados en base a la Encuesta Nacional de Innovación muestran que cada vez menos empresas innovan en Chile. Por otro lado, estudios que miden el cambio tecnológico en el país a través del crecimiento de la productividad total de factores, también indican un estancamiento en esta medida¹⁵. Estos pobres resultados, a pesar del mayor gasto en I&D, puede deberse al

patrón de gasto en I&D, donde es el Gobierno y no las empresas las que están haciendo el principal esfuerzo. En Chile, en 2009 el Estado invirtió un 0,79% del PIB en I&D pero el sector privado invirtió menos del 0,3% del PIB. Así el Estado ha sido responsable de más de un 70% del gasto en I&D, mientras que el sector privado aporta con menos del 30%. En países desarrollados normalmente la proporción es precisamente al revés, con el sector privado haciendo el mayor gasto y el sector público sólo apoyando en áreas donde el sector privado aún no encuentra rentabilidad. Esta situación sugiere que en Chile una gran parte del sector privado no percibe rentabilidad a la innovación. En esta situación, la principal restricción a la innovación en Chile estaría por el lado de apoyar a las empresas a generar las estructuras y capacidades que le permitan aumentar la rentabilidad esperada de innovar. Para lograr eso, es necesario que las empresas practiquen la innovación. La experiencia es necesaria para mejorar la productividad de esta actividad y aumentar su rentabilidad esperada.

¹⁴ Fuente: datos proporcionados por el Consejo Nacional para la Innovación y Competitividad (CNIC) sobre la base de antecedentes de DIPRES del Ministerio de Hacienda.

¹⁵ Entre estos: Fuentes, Larraín y Schmidt-Hebbel (2006)

Actualmente, el esfuerzo del gasto del Estado en I&D no está directamente enfocado en ese ámbito. La mayoría del actual gasto del gobierno en I&D corresponde a formación de capital humano y en segundo orden de importancia, a investigación, principalmente en universidades. En teoría la formación de capital humano y la investigación en universidades, son insumos importantes para la innovación empresarial, pero la evidencia presentada sugiere que en Chile estos insumos no han sido suficientes o no han sido los adecuados para generar innovación empresarial rentable. Estudios sobre innovación en empresas chilenas muestran que las universidades no han sido agentes importantes en la generación de innovación empresarial¹⁶. Esto llama a cuestionar si la actual distribución del gasto en I&D del Gobierno está orientado a generar resultados que maximicen la posibilidad de generar crecimiento y empleo para el país.

En 2009, el gasto del Gobierno destinado al apoyo de la innovación empresarial fue menos del 10% del total de su gasto en I&D. Dentro de esta situación global negativa, hay algunos esfuerzos novedosos para apoyar las actividades de innovación en las empresas, especialmente a través de InnovaChile, como el programa de incorporación de doctorados en empresas y la posibilidad de descontar directamente de los impuestos a pagar hasta un 35% de los gastos de I&D realizados a través de institutos acreditados. Estas iniciativas parecen alineadas con resultados del mismo trabajo mencionado anteriormente que indican que, según las mismas empresas, las principales restricciones a la innovación empresarial son el costo de la innovación, la experiencia del personal y la falta de oportunidades de cooperación. Sin embargo, el sesgo a financiar sólo inversión en I&D a través de institutos acreditados, principalmente universidades, contrasta con la evidencia de baja cooperación con universidades y más alta cooperación con otras empresas y clientes. Esto sugiere que el diseño de políticas de apoyo a la cooperación en innovación debe ser más flexible en relación a las organizaciones que participan. Habría que estudiar mecanismos para permitir financiamiento a I&D que ocurre dentro de la misma empresa y con otros aliados no universitarios.

Estos instrumentos pueden mejorarse, no sólo en su orientación, sino también en sus procedimientos y tamaño. Actualmente, son de muy baja envergadura dadas las grandes necesidades del país en este ámbito. Los procedimientos para utilizar estas iniciativas también deben irse simplificando con el aprendizaje para en corto tiempo hacerlas más adecuadas a las necesidades de las empresas. En esta área hay necesidad de estudios más profundos que permitan no sólo mejorar estas iniciativas sino también ir identificando nuevas iniciativas que vayan removiendo los cuellos de botella a la innovación empresarial. En este sentido hay una limitación adicional. El Estado no ha podido construir una institucionalidad adecuada para interactuar eficazmente con el sector privado en el diseño de políticas que promuevan la innovación empresarial. En vista de los pobres resultados alcanzados hasta ahora, esta es una deuda pendiente importante del Gobierno y el sector empresarial.

Existen temas complementarios que desincentivan la innovación y la búsqueda de mayor productividad por parte de las empresas. Por un lado hay evidencia de falta de competencia interna asociada a prácticas que protegen grupos productivos específicos (Bergoing y Repetto, 2004). En ausencia de suficiente amenaza de nuevos entrantes, disminuye la importancia de la innovación como mecanismo de defensa competitiva. Por otro lado, hay insumos complementarios para la innovación, como equipamiento tecnológico y capital humano. Si existen restricciones al financiamiento para estos insumos, entonces también se restringe la posibilidad de generar innovación. En este sentido, cabe resaltar que los expertos consultados en este trabajo observan que las empresas no están en capacidad de financiar la adquisición de nueva tecnología, y asignan a esta pregunta la peor evaluación. La baja rentabilidad esperada por falta de experiencia en innovación, asociado a las dificultades para financiar estas actividades pueden ayudar a explicar por qué se realiza tan poca innovación en las empresas chilenas, lo que a su vez explica por qué esta actividad es tan mal evaluada por los expertos.

¹⁶ Según estudio sobre resultados de la ENIA encargado por el CNIC, las universidades están en quinto lugar de importancia en la lista de agentes que apoyan la innovación en las empresas.

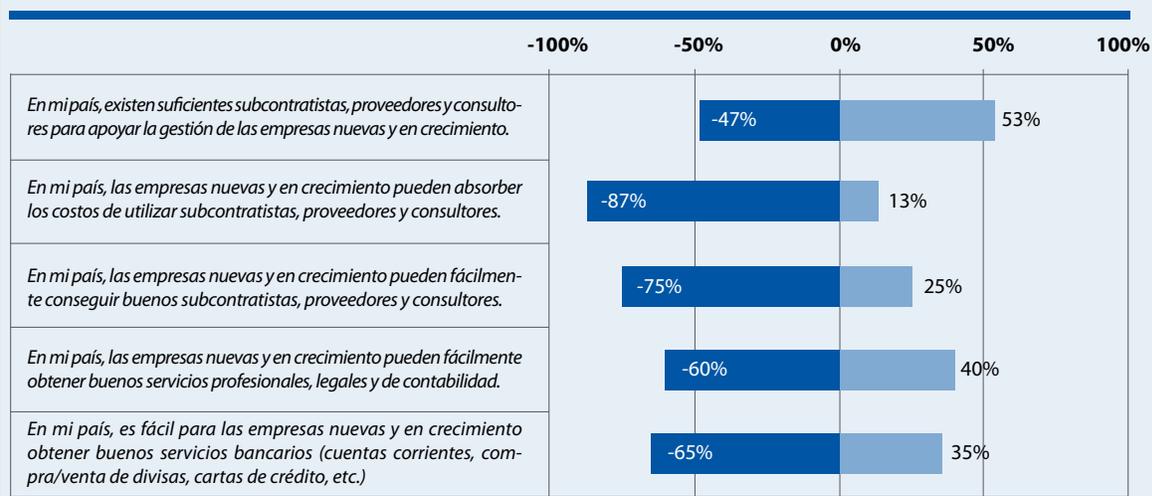
Infraestructura Comercial y Profesional

Nivel: -0,47

La evaluación de la infraestructura comercial y profesional es la que ha dado un mayor vuelco en los últimos años. Esta variable tenía una evaluación positiva hasta 3 años atrás y desde 2007 que

presenta evaluaciones negativas. Como se observa en la **Figura 51**, y al igual que en años anteriores, la única variable que presenta una evaluación positiva es la disponibilidad de subcontratistas, proveedores y consultores para apoyar la gestión de las empresas nuevas y en crecimiento. Sin embargo, los expertos consultados son categóricos en responder que si bien estos servicios existen, las nuevas empresas no los pueden pagar y por ende, no tienen fácil acceso a los mismos.

Figura 51: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

La disponibilidad de factores o insumos especializados a las necesidades que van surgiendo en el ámbito empresarial es un punto que es necesario fortalecer. Las nuevas empresas, especialmente las empresas innovadoras y de alto potencial, enfrentan un mercado doméstico sumamente estrecho. Para lograr equilibrio y crecer necesitan expandirse a mercados internacionales, pero para ser competitivos en estos mercados requieren de servicios también competitivos internacionalmente. Por la natural escasez de recursos de una empresa que está surgiendo, ésta no puede integrar todos los servicios que necesita al interior de la misma y debe recurrir a la subcontratación. Así,

si la nueva empresa no puede acceder a servicios de primera calidad, difícilmente podrá ser competitiva internacionalmente y su supervivencia está en entredicho.

El desarrollo de áreas que posibiliten las oportunidades de innovación emergentes en el ambiente local, como por ejemplo servicios tecnológicos especializados e infraestructura de información de calidad, son elementos que dotan al país de elementos claves y facilitadores de la innovación y el emprendimiento. Servicios asociados a las TIC resultan especialmente relevantes para la generación de competitividad, como por ejemplo, las industrias offshore.

La evaluación de las áreas de servicios profesionales, contables y legales, así como de los servicios bancarios, también ha evolucionado negativamente en los últimos tres años. Esta tendencia puede deberse a la ampliación de la base de expertos que desde 2007 viene incluyendo en mayor proporción a expertos de regiones. La menor calidad de estos servicios en regiones puede contribuir a explicar esta tendencia. De ser así, esta circunstancia estaría haciendo notar la mayor dificultad de nuevas empresas regionales para ser competitivas internacionalmente. Estas empresas no sólo deben superar un mercado más estrecho y una mayor distancia de los grandes mercados, sino que además deben superar un entorno de apoyo de servicios mucho más precario.

Infraestructura física

Nivel: 1,01

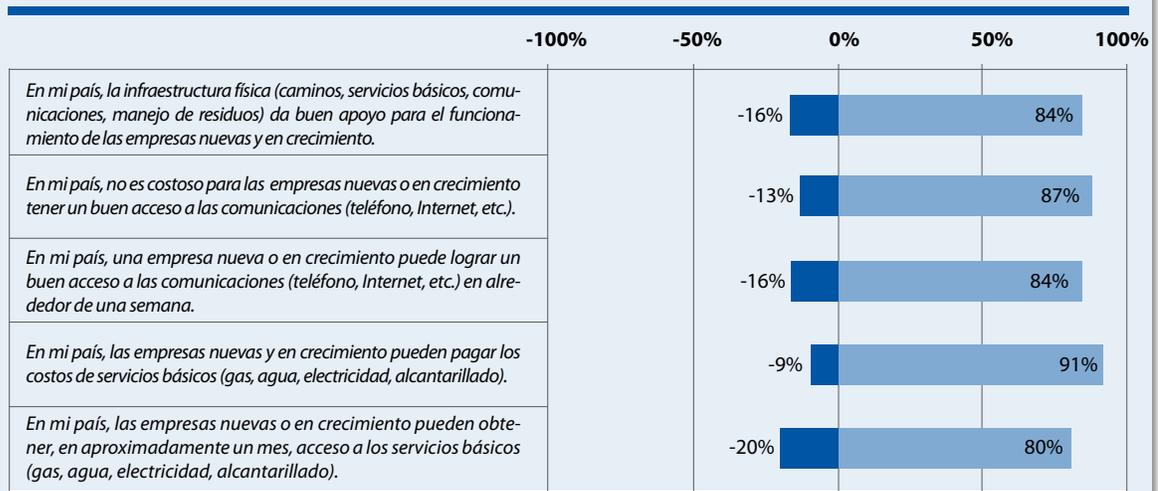
Como ya se mencionó al comienzo de este capítulo, el factor del contexto emprendedor mejor evaluado por los expertos es el acceso a infraestructura física para los negocios.

Este factor en vista del nuevo escenario que enfrenta el Chile luego del terremoto que afectó a

gran parte del centro y sur país, la buena evaluación de la infraestructura física nos muestra dos aspectos que antes no se habían hecho visibles. Por un lado, se valora que una parte del país haya estado en "buenas condiciones" en términos de infraestructura física (aún cuando gran parte de ésta no haya soportado los efectos del terremoto). Dentro de las catastróficas consecuencias, se observa que algunos sectores del país respondieron, en términos de infraestructura, de forma satisfactoria, en un contexto donde las pérdidas pudieron haber sido peores. Y por otro lado, en los sectores más afectados por el terremoto, se valoró de forma especial este factor que antes no era considerado indispensable para emprender. Esto indica que el terremoto, nos dio señales claras acerca de la importancia de la infraestructura física en un contexto donde emprender se hace indispensable.

Más allá de la configuración de este nuevo escenario, la evaluación de los expertos indica que las situaciones mejor valoradas en términos de acceso a infraestructura física, es que en Chile la mayor parte de los emprendedores puede pagar los costos de servicios básicos para sus emprendimientos y que no es costoso para las empresas nuevas y en crecimiento tener un buen acceso a comunicaciones.

Figura 52: Evaluación de acceso a infraestructura física para los negocios



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

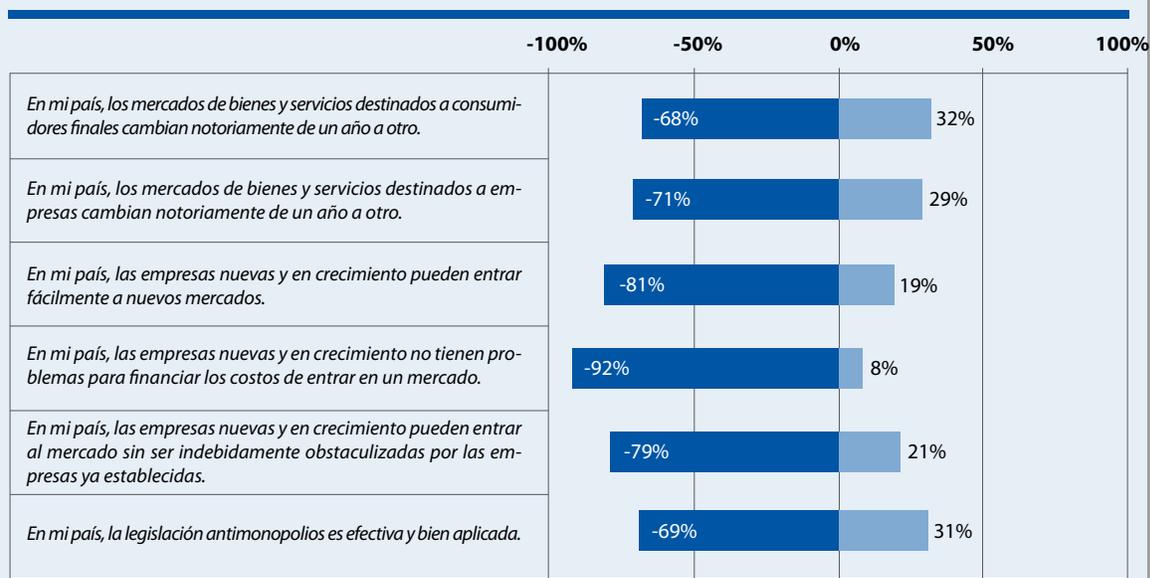
Acceso al Mercado Interno

Nivel: -0,72

Este factor se relaciona principalmente con la dificultad de las empresas nuevas y en crecimiento para acceder al mercado interno, ya sea por razones de financiamiento o bien por el obstáculo que colocan otras firmas para dicha entrada. Todas las variables consultadas a expertos fueron evaluadas

negativamente (ver **Figura 53**). Los expertos consideran que los mercados internos no son dinámicos lo que genera pocos espacios para la inserción de nuevas empresas. Desde este año, que además no hay una buena percepción de la regulación antimonopolios. El caso de colusión de las farmacias, unido a la evidencia de que en la mayoría de los mercados internos tres actores son los que dominan la industria, pueden explicar por qué esa visión pesimista de los mercados internos para los emprendedores.

Figura 53: Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

El poco dinamismo de los mercados internos y el tamaño de los jugadores dominantes, contribuyen a aumentar los costos de competir en el mercado local. Esto explica la visión tan pesimista sobre los problemas que enfrentan las nuevas empresas para financiar su entrada a los mercados internos. El panorama para los emprendedores es aún más complejo por la percepción de que las nuevas empresas encuentran dificultad para entrar a los mercados internos sin ser indebidamente obstaculizadas por empresas establecidas.

El concepto de "acceso a mercados" fue tomado de la literatura de economía industrial, que estudia las condiciones de competencia en los

mercados, y en especial, las barreras impuestas al ingreso de nuevas empresas, ya sea por conductas de las empresas existentes y/o las estructuras de los mercados. Harris (1989) identificó tres componentes de la definición de acceso a mercados: la primera establece que una empresa tiene acceso a mercado si puede capturar una fracción de mercado compatible con su tamaño y el grado de competencia existente; la segunda asocia el acceso a mercado con la seguridad del derecho de vender en ese mercado sin la intervención del gobierno y, la tercera, se refiere a las prácticas anticompetitivas de empresas rivales que determinan barreras al ingreso de empresas en ciertos mercados. Según las respuestas de expertos, las nuevas empresas en

Chile tienen problemas de acceso por la primera y tercera razón propuesta por Harris.

Esta situación es profundamente preocupante para las nuevas empresas chilenas. Es natural que una empresa que nace busque pasar por el “valle de la muerte” (el periodo de flujo de caja negativo) lo más rápidamente posible y dentro de su cercanía geográfica. Esto permite poder empezar a acumular recursos para el escalamiento industrial, desde una posición de tranquilidad financiera tratar de abordar nuevos mercados, más distantes geográfica y culturalmente y, por lo tanto, más complejos. Este punto es especialmente relevante para las empresas chilenas. La lejanía geográfica de los mercados de exportación hace más importante aún el poder disponer de un espacio en el mercado local que les permita atacar los mercados internacionales desde una posición sólida. Pero si el mercado interno es tanto o más difícil que el internacional, las dificultades que debe superar una nueva empresa en Chile pueden convertirse en demasiado grandes. Si a ello añadimos las trabas adicionales impuestas por la burocracia local a la creación de empresas, mencionadas en el reporte Doing Business 2010 del Banco Mundial, podemos entender lo difícil que puede ser emprender en Chile. Esta situación amerita tomar muy en serio el diseño de medidas que puedan facilitar la sobrevivencia de nuevas empresas en Chile, que tengan el potencial de convertirse en nuevos

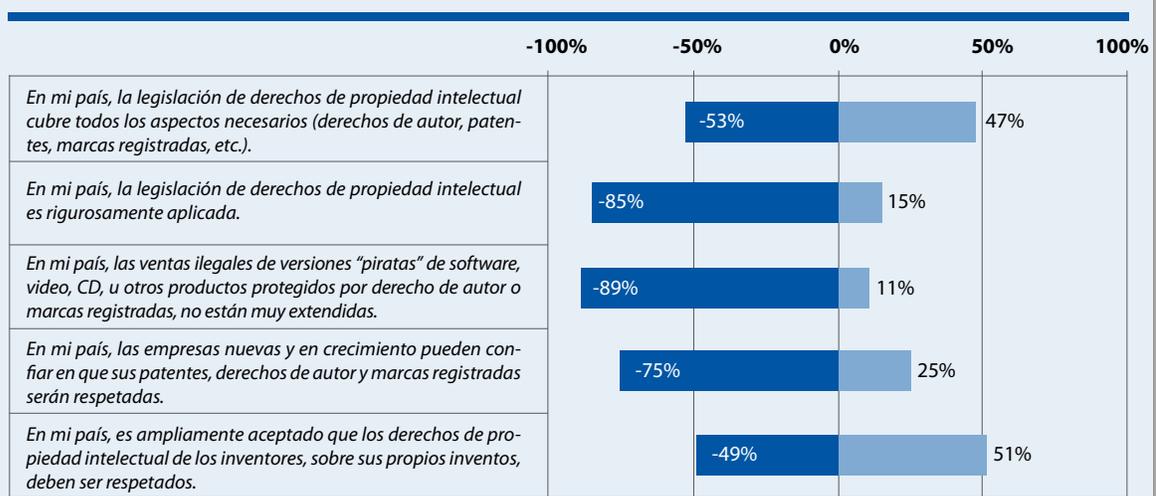
negocios para el país, pero que por estructura del mercado interno se vean imposibilitadas de superar la primera etapa de vida.

Protección de la Propiedad Intelectual

Nivel: -0,63

La percepción de los expertos sobre la protección de la propiedad intelectual en Chile viene mejorando muy lentamente a través de los años. Sin embargo, el nivel de protección es percibido aún como muy deficiente. La opinión de los expertos es que, en general, en Chile hay poco respeto a los derechos de propiedad intelectual. Si bien puede haber una legislación amplia al respecto y hay cierta convicción de los individuos de que estos derechos deberían ser respetados, la percepción de los expertos es que los derechos de propiedad intelectual no se respetan. La situación más extrema se relaciona a los productos digitales. Aunque no tan extendido como en otros países de América Latina, en Chile son muy comunes las ventas ilegales de versiones “piratas” de software, video, CD u otros productos protegidos por derecho de autor o marcas registradas. Por ello, la pregunta sobre el respeto a los derechos de propiedad intelectual en estos productos recibe la peor evaluación de todos en el ámbito de la propiedad intelectual (ver Figura 54).

Figura 54: Protección de la propiedad intelectual



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Chile, 2009

El poco respeto observado a estos derechos genera también la percepción de que la legislación existente no es aplicada rigurosamente. Esto conduce a un cuadro en el que se considera que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden confiar en que sus innovaciones protegidas por patentes u otros mecanismos estarán realmente protegidas de la imitación o copia ilegal.

La forma con que el país maneja el tema de la propiedad intelectual es un factor crítico para estimular la investigación y desarrollo de nuevos productos y servicios. Aún cuando no todos los esfuerzos en I+D se protegen a través de mecanismos de protección legal (patentes, licencias industriales, marcas registradas, etc.) éste sigue siendo uno de los principales mecanismos de protección intelectual, y por ende, de promoción de nuevas innovaciones¹⁷. En el contexto internacional, los países más innovadores presentan un nivel elevado y creciente de registro de patentes en los principales mercados internacionales, especialmente, Estados Unidos, que

sigue siendo el principal mercado para nuevas tecnologías y conocimiento.

En Chile, las solicitudes de registro de patentes provienen principalmente de empresas o personas extranjeras y hay muy baja actividad realizada por empresas o personas nacionales. Esto puede deberse en parte al bajo interés doméstico por la innovación y la protección legal de la innovación, pero también puede deberse a que estos procesos eran lentos, caros y complejos. Para facilitar estos procesos y adecuarse a las exigencias de una sociedad cada vez más orientada al conocimiento, el año 2009 se llevó a cabo un cambio en la institucionalidad pertinente. En reemplazo de la antigua Dirección de Propiedad Intelectual (DPI), dependiente del Ministerio de economía, se creó un ente autónomo, el Instituto Nacional de Protección Intelectual (INAPI) para hacerse cargo de los retos que enfrenta Chile en su anhelo de convertirse en una sociedad orientada a la innovación. El cambio es reciente y los resultados deben comenzar a observarse en un futuro cercano.

¹⁷ Además de los mecanismos legales de protección, como las patentes, existen otros "mecanismos estratégicos" como el secreto industrial y las capacidades manufactureras complementarias.

5. TEMA ESPECIAL: EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN CHILE

Con la colaboración de Conrad von Igel

Año a año, el GEM incluye dentro de su análisis un tema especial que incluye preguntas aplicadas tanto a la APS como a la encuesta NES. Este año, y en vista de la importancia que ha revestido el fenómeno del emprendimiento social a nivel mundial, se ha elegido el como el tema específico a estudiar.

En Chile, como en el resto del mundo, académicos y profesionales del ámbito han propuesto un sinnúmero de definiciones para lo que se entiende, o debiese entender, por emprendimiento social. Sin embargo, no existe ninguna que sea generalmente aceptada (Short, Moss y Lumpkin, 2009). La mayoría de veces existen puntos en común entre estas definiciones, pero en algunas ocasiones éstas pueden ser excluyentes e inclusive contradictorias. Para este apartado, la Encuesta a la Población Adulta GEM 2009 utiliza una definición general y amplia que engloba la mayoría de las actividades de naturaleza emprendedora que sean desarrolladas por individuos u organizaciones con un fin primordialmente social (Mair y Marti, 2006; Van de Ven, Sapienza y Villanueva, 2007; Zahra y otros, 2009).

No obstante, más allá de la discusión académica antes mencionada, es importante destacar que estas definiciones normalmente no coinciden con aquellas utilizadas en la prensa nacional y que confunden emprendimiento social con actividades como caridad, micro emprendimiento (emprendimiento de subsistencia) y activismo social.

Por otro lado, la definición amplia de emprendimiento social utilizada por este informe intencionalmente no hace referencia alguna al lucro, la estructura legal de la organización o su grado de formalización, incluyendo por tanto todas las opciones posibles de estas variables. En éste sentido es importante destacar que en Chile his-

tóricamente ha sido poco aceptado incluir en el ámbito de las actividades con fines sociales a las opciones de lucro y sus correspondientes formas legales. Esta división artificial entre fin de lucro y fin social es un tema cultural que ha comenzado a desaparecer.

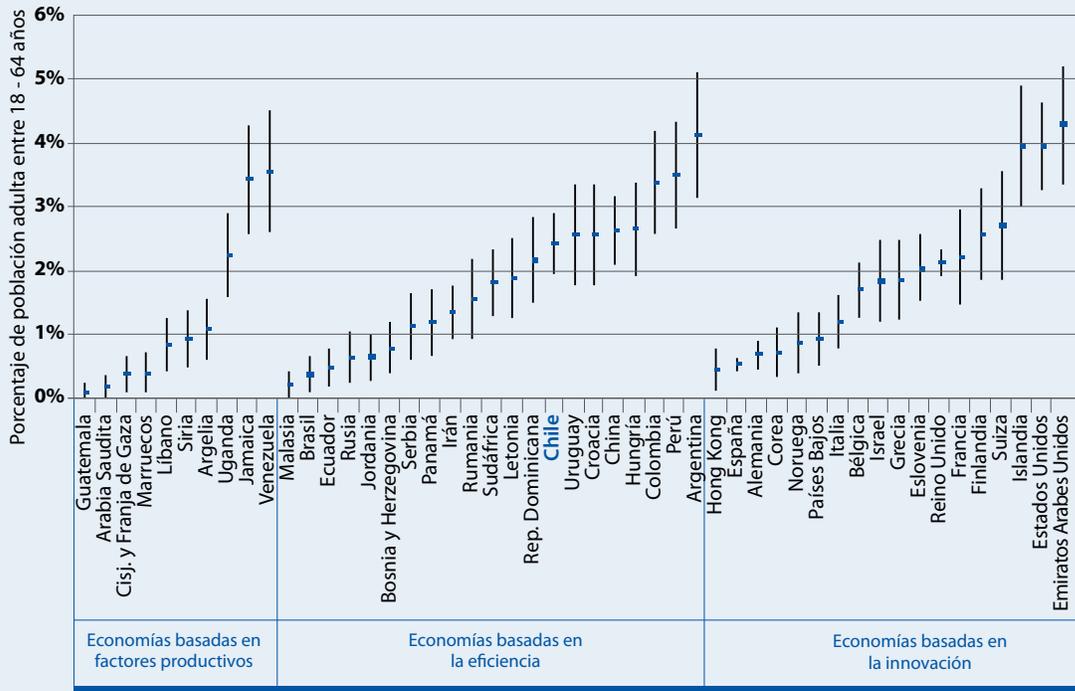
La Encuesta a la Población Adulta GEM 2009 utiliza como indicador de actividad emprendedora social al porcentaje de la población entre 18 y 64 años que responde afirmativamente a la siguiente pregunta:

“¿Está usted, solo o con otros, intentando actualmente iniciar o poseer y gestionar cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa que tiene un objetivo especialmente social, medioambiental o de servicio a la comunidad? Esto podría incluir la prestación de servicios o de formación para las personas socialmente desfavorecidas o con discapacidad, utilizar beneficios para propósitos socialmente orientados, la organización de grupos de autoayuda para la acción comunitaria, etc.”

En base a las respuestas positivas obtenidas a esta pregunta se construyó el indicador denominado SEA (Social Entrepreneurial Activity) de forma similar con la cual se construye el indicador TEA. De hecho dada la naturaleza incluyente de las actividades de emprendimiento social definidas por el GEM, puede haber un traslape entre ambas medidas, TEA y SEA debido a emprendedores que trabajan en proyectos con doble propósito.

El índice SEA se ha recopilado para los países participantes del GEM 2009 y los resultados muestran que en promedio hay una significativa actividad emprendedora social en el mundo, aunque la variabilidad entre países es bastante amplia (Ver Figura 55).

Figura 55: Actividad emprendedora social (SEA) en los países participantes en el GEM 2009 según fase de desarrollo económico y con un intervalo de confianza de 95%



Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2009

Comparado con el resto del mundo- y con el grupo de economías basadas en eficiencia de la que Chile forma parte- nuestro país muestra un nivel medio- alto de actividad emprendedora social. En Chile un 2,4% de la población está involucrada

en etapas tempranas de emprendimientos sociales, lo que contrasta positivamente con el 0,1% de Guatemala, pero lejos del 4,1% de Argentina. Ver **Tabla 7** para un desglose más detallado.

Tabla 7: Actividad emprendedora social por fase del proceso emprendedor y género, GEM 2009

	Actividad emprendedora social naciente	Actividad emprendedora social en nuevas organizaciones	Actividad emprendedora social establecida	Actividad emprendedora social en etapas iniciales	Actividad emprendedora social en hombres	Actividad emprendedora social en mujeres
Economías basadas en los recursos						
Argelia	0,8%	0,3%	0,0%	1,1%	0,5%	0,5%
Guatemala	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
Jamaica	1,2%	2,3%	0,6%	3,4%	1,8%	1,6%
Libano	0,4%	0,4%	0,4%	0,8%	0,3%	0,5%
Marruecos	2,4%	0,9%	0,7%	3,2%	1,5%	1,7%
Arabia Saudita	0,1%	0,1%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%
Siria	0,7%	0,2%	0,0%	0,9%	0,6%	0,3%
Uganda	0,7%	1,6%	0,8%	2,2%	1,2%	1,1%
Venezuela	3,4%	0,1%	0,0%	3,6%	2,1%	1,5%
Gaza y Cisjordania	0,2%	0,2%	0,1%	0,4%	0,3%	0,0%
Promedio (no ponderado)	1,0%	0,6%	0,3%	1,6%	0,9%	0,7%
Economías basadas en la eficiencia						
Argentina	2,2%	1,9%	3,0%	4,1%	2,0%	2,1%
Bosnia y Herzegovina	0,6%	0,2%	0,0%	0,8%	0,7%	0,1%
Brasil	0,2%	0,2%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%
Chile	1,7%	0,8%	0,2%	2,4%	1,4%	1,1%
China	1,4%	1,2%	0,3%	2,6%	1,3%	1,3%
Colombia	2,7%	0,7%	0,1%	3,4%	2,1%	1,3%
Croacia	1,3%	1,3%	1,1%	2,6%	1,7%	0,9%
República Dominicana	0,8%	1,4%	0,8%	2,2%	1,6%	0,5%
Ecuador	0,4%	0,1%	0,0%	0,5%	0,2%	0,2%
Hungría	2,0%	0,6%	0,1%	2,7%	1,5%	1,2%
Irán	1,0%	0,3%	0,2%	1,4%	1,0%	0,4%
Jordania	0,3%	0,3%	0,1%	0,6%	0,4%	0,2%
Letonia	1,4%	0,5%	0,7%	1,9%	0,9%	1,0%
Malasia	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%	0,1%
Panamá	0,9%	0,3%	0,1%	1,2%	0,8%	0,3%
Perú	3,4%	0,1%	0,1%	3,5%	1,9%	1,6%
Rumania	1,3%	0,3%	0,1%	1,6%	0,9%	0,6%
Rusia	0,4%	0,2%	0,1%	0,6%	0,2%	0,4%
Serbia	0,4%	0,7%	0,5%	1,1%	0,7%	0,4%
Sudáfrica	1,2%	0,6%	0,1%	1,8%	1,3%	0,5%
Uruguay	1,9%	0,7%	0,3%	2,6%	1,8%	0,8%
Promedio (no ponderado)	1,2%	0,6%	0,4%	1,8%	1,1%	0,7%
Economías basadas en la innovación						
Bélgica	1,0%	0,7%	0,9%	1,7%	1,2%	0,5%
Finlandia	1,2%	1,4%	1,9%	2,6%	1,4%	1,2%
Francia	1,6%	0,6%	0,4%	2,2%	1,5%	0,7%
Alemania	0,5%	0,2%	0,4%	0,7%	0,5%	0,2%
Grecia	1,3%	0,6%	0,8%	1,9%	1,3%	0,6%
Hong Kong	0,2%	0,2%	0,3%	0,5%	0,3%	0,2%
Islandia	2,3%	1,6%	1,5%	3,9%	1,8%	2,1%
Israel	0,9%	0,9%	1,4%	1,8%	1,0%	0,9%
Italia	0,8%	0,4%	0,5%	1,2%	0,7%	0,5%
Corea	0,4%	0,4%	0,1%	0,7%	0,6%	0,2%
Países Bajos	0,5%	0,4%	0,4%	0,9%	0,6%	0,3%
Noruega	0,6%	0,3%	0,0%	0,9%	0,7%	0,2%
Eslovenia	1,3%	0,7%	1,1%	2,0%	1,3%	0,7%
España	0,4%	0,2%	0,2%	0,5%	0,3%	0,2%
Suiza	2,4%	0,3%	0,1%	2,7%	1,8%	0,9%
Reino Unido	0,8%	1,3%	1,8%	2,1%	1,3%	0,8%
Emiratos Arabes Unidos	2,4%	2,0%	0,4%	4,3%	3,9%	0,4%
Estados Unidos	2,9%	1,1%	0,5%	3,9%	2,1%	1,9%
Promedio (no ponderado)	1,2%	0,7%	0,7%	1,9%	1,2%	0,7%

Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2009

Dada la gran variedad de emprendedores sociales revelado en la encuesta de este año, tanto en Chile como a nivel global, se ha desarrollado una tipología con cuatro grandes categorías de emprendimiento social. La tipología se deriva de algunas características que permiten diferenciar entre los tipos de emprendimiento social: 1) importancia de los objetivos sociales (o ambientales) con respecto a los objetivos económico-financieros, 2) la dependencia de una estrategia de ingresos propios por ventas y su contribución con respecto a los ingresos totales de la organización, y 3) la presencia de innovación en la organización y la gestión.

Las cuatro categorías son:

1.1 Organizaciones no gubernamentales tradicionales (altos niveles en cuanto a objetivos sociales/medioambientales, sin fines de lucro, sin ingresos propios, sin innovación);

1.2 Emprendimientos sociales sin fines de lucro (altos niveles en cuanto a objetivos sociales/medioambientales, sin fines de lucro, sin ingresos propios, innovadores);

1.3 Emprendimientos sociales híbridos (altos niveles en cuanto a objetivos sociales/medioambientales; una estrategia de ingresos propios "integrada" o "complementaria" a la misión) y;

1.4 Emprendimientos sociales con fines de lucro (altos niveles en cuanto a objetivos sociales/medioambientales, pero no exclusivos; una estrategia de ingresos propios relevante).

Una quinta categoría, la actividad social que tiene primariamente fines de lucro, representa una alta superposición, o zona difusa, entre la SEA y la TEA. A pesar de que esta actividad se incluyó dentro del total de la actividad emprendedora social, a fin de contemplar todo el alcance de dicha actividad, las perspectivas teóricas actuales sobre emprendimiento social todavía excluyen a esta categoría del espectro del las actividades generalmente aceptadas como emprendimiento social. Este tipo de actividad en general se denomina emprendimiento socialmente responsable, y es cada vez más común desde el punto de vista del emprendimiento privado tradicional.

Esta tendencia más social del emprendimiento privado tradicional se debe a que su consideración sustancial, aunque secundaria, de aspectos sociales y medioambientales, les da mayores garantías de sustentabilidad y éxito en el tiempo. La parte social del emprendimiento privado a veces se separa conceptualmente de la actividad de negocios y se le da el nombre de responsabilidad social empresarial o RSE.

La **Tabla 8** muestra la distribución de las cuatro categorías generales de emprendimiento social (ES) para los países participantes del GEM 2009. En Chile, el orden de prevalencia fue: ONG tradicionales (1%), ES sin fines de lucro (29%), ES híbridos (25%) y ES con fines de lucro (15%).

Tabla 8: Prevalencia de la SEA por tipo de actividad social*

	ONG tradicionales (Cat. 1)	Empresas sociales sin fines de lucro (Cat. 2)	Empresas sociales híbridas (Cat. 3)	Empresas sociales con fines de lucro (Cat. 4)	Actividad social con fines primariamente de lucro	Otros
Economías basadas en los recursos						
Argelia	0%	11%	35%	22%	24%	8%
Arabia Saudita	8%	46%	8%	8%	17%	13%
Gaza y Cisjordania	8%	42%	42%	0%	0%	8%
Guatemala	0%	0%	0%	0%	50%	50%
Jamaica	6%	27%	27%	6%	27%	8%
Libano	0%	50%	33%	10%	5%	3%
Marruecos	14%	44%	18%	5%	12%	6%
Siria	10%	30%	19%	15%	10%	16%
Uganda	17%	17%	38%	12%	10%	7%
Venezuela	13%	19%	19%	25%	16%	9%
Promedio (no ponderado)	8%	29%	24%	10%	17%	13%
Economías basadas en la eficiencia						
Argentina	14%	40%	20%	8%	11%	7%
Bosnia y Herzegovina	0%	35%	32%	15%	12%	6%
Brasil	14%	29%	0%	13%	29%	16%
Chile	1%	29%	25%	15%	30%	0%
China	11%	12%	15%	7%	50%	6%
Colombia	0%	14%	22%	21%	38%	5%
Croacia	6%	29%	20%	17%	23%	5%
Ecuador	0%	0%	0%	0%	63%	38%
Hungría	3%	19%	34%	13%	22%	9%
Irán	0%	0%	33%	67%	0%	0%
Jordan	27%	23%	18%	0%	23%	9%
Latvia	19%	21%	36%	15%	8%	2%
Malasia	33%	22%	45%	0%	0%	0%
Panamá	0%	0%	8%	15%	77%	0%
Perú	5%	21%	20%	0%	42%	12%
Republica Dominicana	3%	24%	25%	11%	24%	13%
Rumania	6%	0%	16%	24%	44%	10%
Rusia	29%	0%	0%	0%	63%	9%
Serbia	21%	64%	7%	5%	0%	2%
Sudáfrica	0%	15%	26%	22%	13%	24%
Uruguay	6%	31%	17%	20%	22%	5%
Promedio (no ponderado)	9%	20%	20%	14%	28%	8%
Economías basadas en la innovación						
Bélgica	13%	25%	28%	10%	19%	6%
Corea	0%	40%	0%	0%	40%	20%
Alemania	19%	17%	29%	14%	22%	0%
Emiratos Árabes	1%	14%	21%	23%	37%	5%
Eslovenia	12%	28%	34%	14%	12%	1%
España	11%	36%	22%	8%	20%	4%
Estados Unidos	8%	35%	26%	11%	13%	6%
Finlandia	7%	19%	43%	16%	9%	6%
Francia	5%	17%	33%	21%	17%	6%
Grecia	8%	48%	24%	3%	13%	4%
Hong Kong	0%	18%	24%	12%	41%	6%
Islandia	5%	34%	44%	5%	6%	6%
Israel	7%	36%	25%	13%	13%	6%
Italia	13%	25%	25%	22%	11%	3%
Noruega	3%	38%	32%	12%	15%	0%
Países Bajos	13%	25%	44%	10%	7%	1%
Reino Unido	6%	30%	32%	13%	13%	7%
Suiza	3%	17%	20%	17%	31%	12%
Promedio (no ponderado)	7%	28%	28%	12%	19%	6%

* Incluye SEA en emprendedores sociales nacientes, en etapas iniciales y establecidos. Fuente: GEM. Encuesta a población adulta (APS), 2009

Respecto al resto de los países, Chile se destaca por la baja participación de ONGs y una proporción algo mayor al promedio de emprendimientos sociales híbridos o con fines de lucro. Más de la mitad de los emprendimientos sociales en Chile declara que una parte importante de sus ingresos son generados por ventas propias. Es importante señalar que la literatura actual sugiere que éste es un aspecto muy relevante para el adecuado desarrollo y la capacidad de crecimiento de las actividades emprendedoras con foco social (Dees, Emerson y Economy, 2002). Sin un modelo de financiamiento que sustente el crecimiento, es difícil escalar las operaciones, y el impacto, de un emprendimiento social. Un ejemplo de emprendimiento social híbrido que ha elegido esta estrategia para poder escalar considerablemente sus operaciones e impacto, es AptusChile (ver Cuadro 4). Otros ejemplos a destacar en Chile incluyen el Fondo Esperanza, una organización de microcréditos perteneciente al Hogar de Cristo que ya cuenta con una sustentabilidad financiera operacional cercana al 70%, y Fundación Origen, una ONG dedicada a la formación y educación de escolares en situación vulnerable.

Cabe destacar también que un 30% de la actividad SEA en Chile es desarrollada por organizaciones con fines primariamente de lucro. Este es quizás el resultado más significativo que arroja la Encuesta a la Población Adulta GEM 2009, ya que permite visualizar como los límites estrictos y clásicos entre emprendimiento privado tradicional y actividad de beneficencia o social comienzan a diluirse, y como muchos emprendedores comprenden que éstas barreras son artificiales y de índole más bien cultural. Esta es una categoría en la que se espera observar un significativo crecimiento en los próximos años, permitiendo que ejemplos como MaipoSalud Ltda (ver Cuadro 4) y Recycla Chile SA, una compañía dedicada al reciclaje de desechos electrónicos, dejen de ser poco comunes.

Como se observa, y tomando en cuenta la considerable variabilidad observada en la muestra a nivel global, se puede sostener que en Chile los emprendimientos sociales se caracterizan por tener una tipología muy similar al promedio global. Quizá la única categoría en la que se observan diferencias sustanciales es la de las organizaciones sin fines de lucro, donde en Chile casi ninguna se declara ONG (categoría 1 de organización social tradicional). Es decir, en Chile hay una mayor proporción de emprendimientos sociales innova-

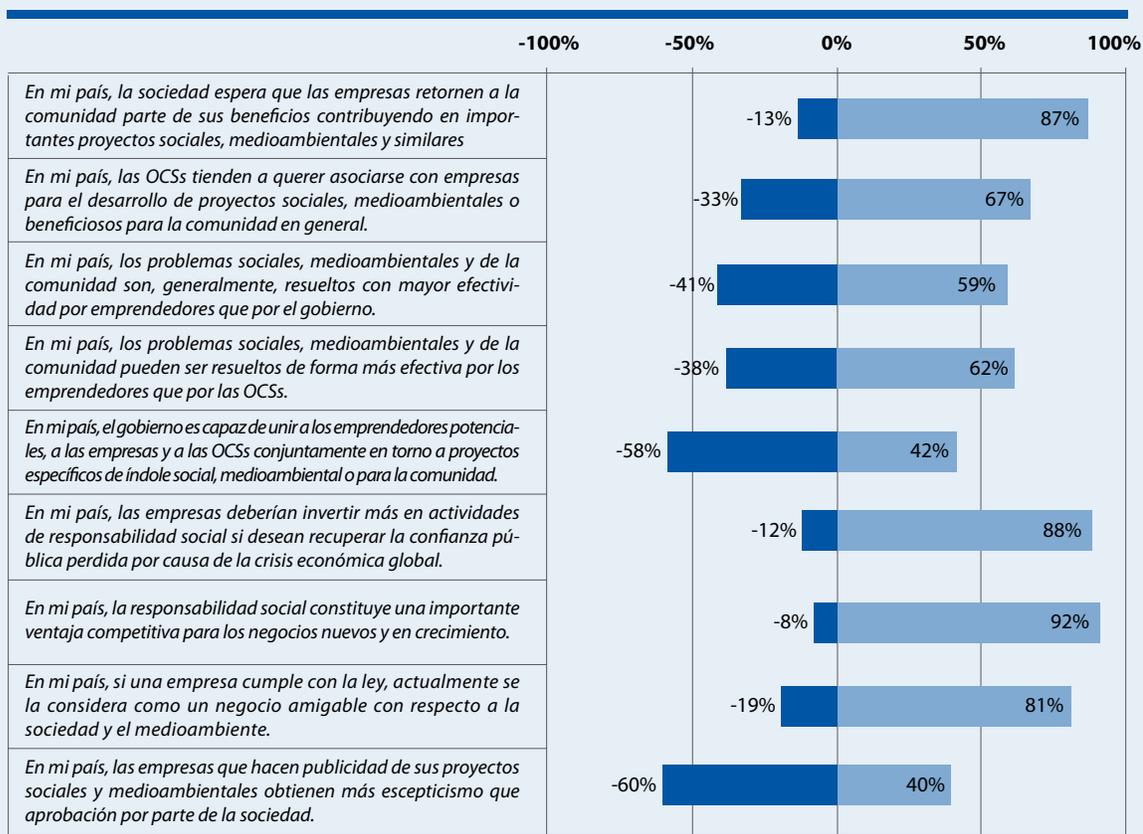
dores. Y, en paralelo a lo anterior, el país presenta una proporción mayor al promedio mundial en organizaciones con actividad social y modelo de negocios apoyado en el lucro, en línea con las tendencias actuales de financiamiento de actividad emprendedora social.

Finalmente y siguiendo con la lógica del GEM, este año también se les preguntó a los expertos su opinión acerca del emprendimiento social en el contexto nacional para emprender. En términos generales, se observa que las opiniones de los expertos van desde opiniones neutrales a opiniones más bien positivas de este contexto.

Se destaca que el factor peor evaluado por los expertos es si el gobierno tiene capacidad de unir emprendedores potenciales, empresas y OCS's (Organizaciones Civiles Sociales) en torno a proyectos sociales, medio ambientales, etc., Por otro lado una pregunta hecha en sentido negativo es que las empresas que hacen publicidad de sus proyectos sociales y medio ambientales obtienen más escepticismo que aprobación por parte de la sociedad también obtuvo evaluaciones bajas. Ambas evaluaciones, hacen referencias a dos aspectos que resultan claves, por una parte, a la falta de incentivos reales por parte del Gobierno para unir diversos actores en pos de proyectos en el marco del emprendimiento social y por otro lado, reconocen que las empresas que hacen publicidad de proyectos de este tipo son aprobadas por la sociedad civil.

Con respecto a los factores con mejor evaluación se destaca que para la mayoría de los expertos la responsabilidad social es una ventaja competitiva para los negocios nuevos y en crecimiento. Idea que se complementa con la opinión positiva que tienen acerca del aumento de la inversión en temas sociales como una forma válida que tienen las empresas para recuperar la confianza pública perdida tras la crisis económica y con la idea que la sociedad espera que las empresas devuelvan a la comunidad parte de sus beneficios contribuyendo en importantes proyectos sociales, medio ambientales y similares. Finalmente, cabe mencionar que todas estas ideas comparten una base en común y es que los expertos consideran que las actividades que se enmarcan dentro del emprendimiento social son bien recibidas por la comunidad y consideradas como contribuciones indispensables desde el ámbito privado al ámbito social, medio ambiental, etc. (ver **Figura 56**).

Figura 56: Opinión de los expertos acerca del contexto nacional del emprendimiento social



Fuente: GEM. Encuesta a expertos (NES). 2009

CUADRO 4: Ejemplos destacables de iniciativas en el marco del emprendimiento social en Chile.

Tal como se planteó con anterioridad, los emprendimientos sociales buscan resolver de manera emprendedora, es decir creativa, innovadora, eficiente y efectiva, los principales problemas sociales y ambientales que aquejan al mundo y sus habitantes.

En Chile, a pesar de los grandes avances de los últimos 30 años, los problemas sociales siguen siendo profundos y complejos, por lo cual se requieren soluciones de fondo y de carácter de urgentes. Estas soluciones parecen requerir de nuevos actores y enfoques, que ya no pertenecen a las tradicionales categorías de empresa privada, ONG o al mismo Estado. A continuación describiremos dos casos que muestran la forma creativa e innovadora en que emprendedores sociales enfrentaron estos desafíos.

Caso 1: Aptus Chile

Entre los problemas sociales de Chile sin duda se cuenta, como uno de los principales, la mala educación a la que acceden la gran mayoría de los niños y lo desigual que es esta misma comparada con la educación particular pagada. El resultado de esta situación es de un doble efecto negativo que frena el desarrollo general del país, además de limitar o de rechamente eliminar la igualdad de oportunidades, sepultando a aquellos que nacen en un hogar de escasos recursos en un ciclo vicioso de la pobreza, del cual para la mayoría es casi imposible salir.

Con la visión de hacer frente a este grave flagelo, y poder mejorar así la educación municipal y particular subvencionada a la que acceden las familias de nivel socioeconómico bajo o vulnerable en Chile, un grupo emprendedores impulsó la creación en 2008 de la corporación sin fines de lucro Aptus Chile.

Aptus Chile es un innovador joint venture entre la Sociedad de Instrucción Primaria (SIP) y la Fundación

Reinaldo Solari (FRS). La idea es poder combinar la experiencia centenaria y exitosa en educación escolar en contexto de pobreza de la SIP con la capacidad de emprendimiento y gestión de los Solari.

Por el lado de la SIP (que venía prestando algunos de los servicios que ahora presta Aptus Chile) el principal impulsor fue su Gerente General, Andrés Vergara. A quien se le sumó un directorio dispuesto a apoyar este espacio de creatividad, innovación e intra-empredimiento. Ya con la idea de transformar la unidad interna de la SIP en un joint venture con proyecciones de lograr un impacto significativo de escala nacional la capacidad emprendedora de los Solari, en particular Piero Solari, y de Cristina Manterola, la ingeniera que lideró el desarrollo y gestión de proyecto desde la FRS, jugó un rol importante.

Aptus Chile se define como una “potenciadora educacional” que busca impactar los resultados de los colegios y sus alumnos a través de la transferencia de metodologías, procesos y productos, tanto pedagógicos como de gestión. La transferencia se logra principalmente a través de intensivas asesorías in situ y de largo plazo que incluyen coaching y que son complementadas con capacitación, herramientas de medición y materiales especializados.

Un aspecto esencial de Aptus- y que le permite diferenciarse de otras consultoras educacionales- es que las metodologías y productos que venden han sido probados previamente en los 17 colegios de la SIP, donde deben haber demostrado ser eficientes, exitosos y fácilmente replicables. Los servicios y productos a ser vendidos son previamente sistematizados y empaquetados por una unidad especializada que permite garantizar que los resultados exitosos mostrados por éstos en la SIP serán transferibles a los clientes a través de las asesorías y otras herramientas. Esta unidad, la Gerencia de Desarrollo y Sistematización, es el equivalente a un departamento de R&D en una em-

presa tradicional, y tiene un peso muy significativo en la organización, reflejando el espíritu de innovación y calidad que se le quiere imprimir a la organización.

Aptus es un “negocio social”, tal como fue definido por el Muhamad Yunnus, ganador del premio Nobel de la Paz en 2006, i.e. una organización que busca maximizar el beneficio social de sus operaciones siendo sustentable financieramente y eficiente empresarialmente, pero que no reparte las eventuales utilidades que genera a privados, sino que las reinvierte en hacer crecer las operaciones o en otras actividades de beneficio social. Como dice el mismo Yunus, “sin dividendos, sin pérdidas”.

En el caso de Aptus, el servicio puede ser pagado por los clientes directos, tales como los colegios particulares subvencionados o las escuelas municipales, y sus respectivos sostenedores, o por clientes indirectos, tales como empresas privadas como parte de sus actividades de responsabilidad social empresarial. Recientemente, la disponibilidad de recursos para este tipo de servicios ha aumentado, especialmente para los colegios más vulnerables, dada la creación de la subvención escolar preferencial (SEP).

Actualmente, Aptus Chile tiene un problema de capacidad de oferta (no quiere crecer a costa de arriesgar bajar la calidad de sus servicios) y exceso de demanda (es un servicio innovador muy solicitado que pocas organizaciones pueden actualmente prestar en Chile). En 2008 se asesoraron más de 40 colegios (cuando el servicio era prestado aun internamente por la SIP), que mejoraron en promedio 12% sus rendimientos en la prueba SIMCE en comparación al año anterior. En 2009, continuaron las altas tasas de crecimiento, tanto de número de clientes como de facturación, cosa que se espera se mantenga en los próximos años, permitiendo a Aptus Chile no sólo la sustentabilidad financiera, sino que también obtener considerables utilidades.

Si bien aun no hay estudios respecto del impacto de largo plazo y a gran escala del proyecto, es de esperar que junto con otras iniciativas educacionales con forma de emprendimiento social que han surgido recientemente en el país, tales como Enseña Chile, se vea pronto la influencia de esta “nueva” actividad emprendedora de tipo social en la calidad de la educación de la gran mayoría de los niños de Chile.

Caso 2: MaipoSalud

Otro grave problema que enfrenta Chile y que no ha podido ser resuelto por los actores tradicionales, tanto del sector privado como público, es la mala y desigual atención de salud a la que accede la mayoría de la población.

Aunque para las personas de nivel socioeconómico alto y medio-alto, el problema de la salud está relativamente bien resuelto a través de la atención en Centros de Salud privados y cubiertos total o parcialmente por seguros obligatorios privados (Isapres), para las personas de nivel socioeconómico medio bajo y medio-bajo, la situación es radicalmente diferente. Esto porque la mayor parte de ellos, generalmente no son capaces de costear un plan de salud y los copagos de las Isapres y por ende, están cubiertos por el sistema de seguro de salud obligatorio público (Fonasa).

En Fonasa existe la posibilidad de atenderse en el sistema de prestadores públicos de salud (consultorios y hospitales) o a través de un sistema de libre elección (prestador privado con copago) similar al de las Isapres. Este último sistema tiene 3 niveles de precios, coberturas y copagos, siendo el Bono Fonasa Nivel 1 el más económico y el Nivel 3 el más costoso. El sistema de prestadores públicos de salud adolece de graves problemas de calidad. Estos problemas van desde la mala calidad de la atención médica re-

cibida (falta de insumos e instrumentos, médicos desprolijos, etc.) hasta el mal servicio al cliente prestado (tiempos de espera largos e inciertos, mal trato, etc.) Por otro lado, los prestadores privados que atienden por Fonasa de libre elección lo hacen todos en el Nivel 2 o 3 (al menos en consultas médicas de especialidad e imagenología) y en casi todos los casos, los médicos tienen incentivos para demandar más exámenes de laboratorio e imágenes que lo realmente requerido. Esto hace inalcanzable este servicio para una inmensa mayoría de los clientes Fonasa.

En 2004, Alejandro Reveco decidió que ya era tiempo de revertir esta situación, y que ya era hora de crear un servicio de salud primaria de calidad al alcance de todos los chilenos, y junto a sus hermanos creó la empresa de centros de diagnóstico médico MaipoSalud. La empresa que se inició con un pequeño centro de consultas médicas en Talagante, hoy ya cuenta con 6 sucursales, además de imagenología y laboratorios, en los barrios populares y periféricos de Santiago. Todas las prestaciones, incluyendo consultas de especialidad y exámenes de laboratorio e imagenología, son ofrecidas a precio de Bono Fonasa Nivel 1, un servicio único en Chile para la base de la pirámide.

MaipoSalud logra prestar estos servicios de calidad a bajo costo no sólo por la motivación y espíritu solidario que impera en Alejandro y que éste transmite a sus empleados, sino que también logra que ellos sean más productivos y den un servicio de mejor calidad del que se esperarían en otros centros de salud primaria y que la empresa funcione con altos estándares de eficiencia de gestión y control de costos, y por que en MaipoSalud no se gasta en estética e infraestructura innecesaria. Entre muchos logros, Alejandro exhibe orgulloso las variadas distinciones de certificación de calidad y control de gestión con que su joven empresa ya cuenta.

Como buen emprendedor social, Alejandro quiere escalar su negocio y lograr el mayor impacto social en el menor plazo. Sus proyecciones lo llevan a pensar que MaipoSalud tendrá 12 sucursales y atenderá a casi 400 mil pacientes por año en 2013.

Que Alejandro haya decidido crear un emprendimiento social con lucro privado en el área de la salud no debiese sorprender a nadie que conozca su historia de vida. Alejandro sabe muy bien las penurias que se sufren cuando no se tienen los recursos necesarios ni para los bienes más básicos. Él proviene de una familia de escasos recursos y donde ya de niño tuvo que trabajar y emprender junto a sus hermanos para financiar los gastos del hogar. Es así como con el correr de los años, se convirtió en un emprendedor en serie, que ya a los 35 años había formado un taller de calzado, una empresa de arriendo de autos y una empresa constructora. A su corta edad ya había surgido de la pobreza, había viajado por más de 30 países y tenía un buen pasar; en sus propias palabras, era exitoso. En este contexto, comienza entonces a cuestionarse y se da cuenta que quiere emprender algo con mayor impacto social, algo que le permita vivir bien, pero que principalmente le permita irse tranquilo para la casa en las tardes. Cuando le preguntamos por qué había creado un emprendimiento social en el campo de la salud, Alejandro recordó que de joven y sin dinero se enfermó gravemente en Alemania, y que lejos de tener que sufrir penurias, recibió una atención de excelente calidad casi sin costo para él. Para él esto era lo más parecido a un milagro, algo completamente desconocido e increíble. Con MaipoSalud él busca replicar esta experiencia para todos sus compatriotas.

6. CONSIDERACIONES FINALES

El Proyecto GEM Chile se ha consolidado como una valiosa fuente de información para analizar la evolución de diferentes indicadores relacionados con las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras en la población adulta del país. Asimismo, la metodología del GEM permite analizar factores del contexto emprendedor chileno a través de la información proporcionada por un grupo de expertos y emprendedores a lo largo de siete regiones del país. En relación a las regiones, la incorporación de más de ellas, también ha permitido tener una evaluación más específica del contexto emprendedor bajo una óptica más local que da cuenta de la dinámica emprendedora de cada región participante.

El ciclo analizado que incluye los datos recabados durante el año 2009, año sin duda marcado por la crisis económica y financiera internacional, deja importantes aprendizajes para el ámbito de los negocios, incluyendo la creación de nuevas empresas. En el caso del país, hubo una disminución en la percepción de buenas oportunidades por parte de la población en general, así como por parte de algunos emprendedores, sobre todo los establecidos. Sin embargo, pudimos constatar que los emprendedores siguen jugando un rol esencial como “amortiguadores” laborales principalmente a través de actividades de autoempleo. A diferencia de algunos países donde la actividad emprendedora decayó por la crisis, en Chile ésta experimentó un aumento moderado. Si bien como era de esperarse hubo un aumento de emprendedores motivados por necesidad, es decir aquellos quienes a raíz de la situación económica vieron en algún tipo de actividad emprendedora o autoempleo la única “salida” a su situación laboral, los datos siguen mostrando que en el

país el principal motivo por el cual las personas emprenden es la búsqueda de oportunidades de negocio. De hecho los emprendedores por oportunidad también crecieron. Esto nos lleva a pensar que ante las situaciones de crisis, los emprendedores ofrecen las dos caras de la moneda, pero más relevante es el hecho de que en toda crisis siempre hay oportunidades y éstas son capturadas por emprendedores que de alguna u otra forma ayudan a una más rápida recuperación del ciclo económico. Estos emprendedores adquieren un rol muy relevante si son capaces de generar más empleo, lo cual no sólo redundaría en desarrollo económico, sino en movilidad y desarrollo social. De ahí la importancia de seguir impulsando emprendimientos de mayor “calidad”, es decir más competitivos, de mayor crecimiento y basados en innovación. En este sentido también observamos que hay un incremento en este tipo de negocios, aunque probablemente no con la velocidad que se requiere o que requieren algunos sectores productivos.

Por el lado del contexto emprendedor, observamos que los expertos de las regiones analizadas coinciden en que el país ha evolucionado en diversas áreas. En específico, las opiniones relacionadas con programas de gobierno pro-emprendimiento, se han movido hacia evaluaciones cada vez más positivas. Lo mismo ocurre con los aspectos relacionados con las normas sociales y culturales. Estos resultados vuelven a resaltar un interés, no sólo de las autoridades y la cantidad y calidad de los programas, sino de la sociedad en general que está “construyendo” una mejor visión sobre la actividad emprendedora. Sin duda mejorar el contexto general para poder consolidar un ecosistema emprendedor que contribuya

a incentivar una mayor creación de empresas tiene y tendrá una serie de externalidades positivas para el país.

Finalmente, el inicio del 2010 nos pone a prueba y nos entrega un reto aún mayor: la reconstrucción en varias zonas del país que se vieron muy afectadas por el terremoto. Los emprendedores sin duda aportarán a esta reconstrucción. Ante este escenario de nuevo se requieren más emprendimientos, pero también

que éstos sean de mayor calidad. Sin duda será un ciclo donde medir la respuesta de los emprendedores ante esta catástrofe puede revelar información muy importante. Esperamos que el Proyecto GEM Chile pueda seguir aportando al desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva de la investigación académica y que los datos y resultados analizados incentiven a tener más y mejor emprendimiento y hacer de Chile una nación más desarrollada a las puertas del Bicentenario.

EXPERTOS CONSULTADOS

Agradecemos, nuevamente, a todos los expertos que de forma desinteresada contribuyeron al presente Reporte GEM Nacional 2009. A continuación, el listado de sus nombres en

orden alfabético. Cabe mencionar, que ante cualquier error y/u omisión en los nombres de la presente lista de expertos se ofrecen las disculpas correspondientes.

- > Alan Farcas
- > Alejandra Brieda
- > Alejandro Martel Colombo
- > Álvaro Fernández Slater
- > Álvaro Wilson
- > Amilcar Morales
- > Ana Cecilia Rojas Escobar
- > Ana Espíndola
- > Ana Fabres
- > Ana María Munzenmayer
- > Ana Montiglio
- > Ana Quiguaillo Cáceres
- > Andrea Aravena Tudela
- > Andrea Jara Hermosilla
- > Andrea Murillo
- > Anette Krohn
- > Ansonia Lillo Tor
- > Ari Wurmman
- > Ayu San Martín Li
- > Bárbara González
- > Bernardina Cisternas
- > Bernardita Ruffinelli
- > Bernardo Lobos
- > Brenda Lillo
- > Camilo Urbina Alonso
- > Carla Arellano
- > Carla Patricia Corrales
- > Carlos Acuña Cares
- > Carlos Albornoz
- > Carlos Cáceres
- > Carlos Fuenzalida
- > Carlos Isaacs Bornard
- > Carlos Quiroz
- > Carlos Rodríguez Pérez
- > Carlos Rojas Negretti
- > Carlos Vignolo
- > Carlos Zamora
- > Carmen Campusano
- > Carmen Gloria Godoy
- > Carmen Greco Silva
- > Carola Calderón Mora
- > Cecilia Vásquez
- > Cesar Saavedra
- > Christian Díaz Ramírez
- > Christian Pierart Pacheco
- > Claudia Halebí
- > Claudio Acuña Pérez
- > Claudio Escobar
- > Claudio E. Álvarez Parra
- > Claudio Quiroz
- > Claudio Soler Álvarez
- > Claudio Vásquez
- > Conrad von Igel Grisar
- > Cristian Salas Sanhueza
- > Cristian Segovia León
- > Cristián Shea
- > Cristián Soto Arcos
- > Cristian Sotomayor
- > Cristina Fernández
- > Cristina Hube
- > Daniel Daccaret
- > Daniel Valiente
- > Daniel Viera Castillo
- > Diego Benavente Millán
- > Diego Fleischmann
- > Domingo Balbontín
- > Eduardo Bascuñan
- > Eduardo Bitrán
- > Eduardo Parra Villegas
- > Eduardo Silva Chávez
- > Eliana Figueroa Estay
- > Elías Tefarikis Urqueta
- > Emilio Inostroza
- > Ernestina Silva Villegas
- > Ernesto Gómez Flores
- > Eugenio Doussoulin
- > Eugenio González
- > Eugenio Guzmán
- > Evelyn Sepúlveda
- > Fabiola Vásquez
- > Felipe Prieto
- > Fernando Antequera V.
- > Fernando Flores
- > Fernando Herrera
- > Fernando Lee
- > Fernando Pizarro
- > Flavio Orellana Reyes
- > Francisco Cabrera Contreras
- > Francisco Javier
- > Franco Demaría Torres
- > Froilán Ortiz Araya
- > Gabriel Abusleme
- > Gabriel Hidalgo
- > Germán Lafuente
- > Gertrudis Cabello
- > Gloria Castro Castro
- > Gonzalo Flores Muñoz
- > Gonzalo Saez Inzunza
- > Guillermo E. Reyes Gallardo

- > Guillermo Zenteno
- > Guillermo Chong Díaz
- > Guillermo Delgado
- > Hardy Chávez
- > Héctor Anabalón
- > Héctor Muñoz
- > Héctor Sepúlveda
- > Horacio Silva Duarte
- > Hugo Hidalgo Torres
- > Hugo Rocha Cáceres
- > Humberto Araya
- > Ian MacPherson S.
- > Ignacio Vila Tapia
- > Ingrid Antonijeon
- > Isabel Coll
- > Isabel Chamorro Díaz
- > Iván Basso Aldea
- > Iván Olivares Manríquez
- > Iván Soto Espinoza
- > Ivo Kuzmanic
- > Ivonne Etchepare
- > Jaime Abarca Lucero
- > Jaime Bauzá
- > Jaime Castro
- > Jan Stengel Meierdirks
- > Javier Kuhlmann
- > Javier Lobos García
- > Joel Rosales Guzmán
- > Jorge Fredes
- > Jorge Moller
- > Jorge Retamal Rubio
- > Jorge Ruz
- > Jorge Salomón
- > José Aguirre Acuna
- > José Antonio Gálmez
- > José Lillo Espejo
- > José Luis Ayala
- > José Luis Dávalos
- > José Luis Franco
- > José Luis Meza
- > José Miguel Benavente
- > José Valdivieso Herrera
- > Juan Aguirre M.
- > Juan Antonio Lama
- > Juan Carlos Durán
- > Juan Huircan Quilaqueo
- > Juan Pablo León Utrera
- > Juan Rendic
- > Julio Campos
- > Kam-Blin Lam Ávila
- > Karina del Pilar Ramírez
- > Katiuvchka Rojas Jiménez
- > Katrina Sanguinetti
- > Kenneth Gent Franch
- > Kiralina Brito Arancibia
- > Leandro Sturla
- > Lelia Mazzini Galdames
- > Lenka Marangunic
- > Liliana Quinteros Tagle
- > Lizza Aravena Briceño
- > Lorena Cornejo Ponce
- > Loreto Maza
- > Luis Angulo Rantul
- > Luis Cornejo Sánchez
- > Luis Henríquez
- > Luis Mella Salinas
- > Luis Moncayo
- > Luis Valencia
- > Luis Valenzuela Camus
- > Luz Cornejo
- > Luz Marina Urzua
- > Maco Vidal Lobos
- > Manuel Donoso Muñoz
- > Manuel Pinto Arriagada
- > Marcela Pastenes
- > Marcelo Monsalve
- > Marcelo Vergara
- > Marcelo Zepeda
- > Marco Kutulas Peet
- > Marcos Kulka
- > Marcos Vera Montecinos
- > María Carolina Ríos
- > María Contreras Puño
- > María de los Ángeles Romo
- > María Elena Arias Koch
- > María Elena Rodríguez
- > María Eugenia Salas Gaitán
- > María Fernández Wickel
- > María Francisca Espinoza
- > María Isabel Marcelo
- > María José Aldunce Meyer
- > María Loreto Jiménez Araya
- > María Ortiz
- > María Soledad Etchebarne
- > María Teresa Bustos Sánchez
- > María Teresa Comparini
- > María Teresa Díaz Espina
- > María Teresa Infante
- > María Teresa Jara
- > Marianela Vega Castillo
- > Maricel Gutiérrez Castro
- > Marietta Ortega Perrier
- > Mario Capponi
- > Mario Consigliere Bozzolo
- > Mario Moya Montenegro
- > Mario Rubén Dorochesi
- > Maritza Bastias Millanao
- > Marjorie Quelopana O
- > Marki Franasovic
- > Marlene Vásquez Siau
- > Massiel Guerra
- > Mauricio Gómez
- > Mauricio Guaita
- > Mauricio Lagos Bustos
- > Maximiliano Frigerio
- > Mercedes Álvarez Segovia
- > Miguel Alejandro Milla
- > Miguel Ángel Ibarra Opazo
- > Miguel Cabrera
- > Miguel Fuentes González
- > Mikel Martiarena
- > Milos Miskovic
- > Nellie Miranda Eldán
- > Nora Díaz Urqueta
- > Octavio César Ríos Sánchez
- > Olga Cuello
- > Olga Pizarro
- > Omar Vega Donoso
- > Oscar Cofré Espinoza
- > Osvaldo Mera
- > Pablo Cabrera T.
- > Pablo Catrian Catrifol
- > Pablo Jiménez Quiñones
- > Pablo Menichetti
- > Pablo Palza Mazuelo
- > Pablo Suazo Villalón
- > Pablo Volta Valencia
- > Pamela Chávez Crooker
- > Paola Poblete Huenchumilla
- > Paola Vilugron
- > Pascuala Morel
- > Patricio Hernán Zapata
- > Patrick Lyon
- > Paula Vergara Harris
- > Pedro Andrés Maceratta
- > Pedro Sanhueza
- > Pedro Villar
- > Pilar Campos García
- > Pilar Majmud Vargas
- > Ramón Molina
- > Raúl Castro Letelier
- > Raúl Sánchez Gutiérrez
- > Reinaldo Neira Ruiz

- > René Piantini Castillo
- > Ricardo Calderón
- > Ricardo Castillo Castillo
- > Ricardo de Tézanos Pinto
- > Ricardo Utz Barriga
- > Roberto Galleguillos
- > Roberto Musso
- > Rodolfo Guzmán
- > Rodrigo Delgado Zirpel
- > Rodrigo Jordán
- > Rodrigo Malagueño
- > Rodrigo Monsalve Riquelme
- > Rodrigo Páez Rossi
- > Rodrigo Sepúlveda
- > Rodrigo Sánchez Giraldez
- > Roxana Belaúnde
- > Roxana Toro Barrientos
- > Santiago Camañá Lassalle
- > Sebastian Truffello
- > Sergio Donoso Jiménez
- > Sergio Gahona
- > Sergio Giacaman García
- > Sergio Giaconi Mozó
- > Sergio Medina Parra
- > Sergio Toro
- > Silvia Merlet Vega
- > Tomás Cortés
- > Verónica Moggia M.
- > Víctor Alfaro Pérez
- > Víctor Andrés Puga
- > Víctor Machmar
- > Víctor Oyadener Carrasco
- > Vilma Olcay
- > Vladimir Hilich Fica Toledo
- > Wilfredo Castro
- > Wolfgang Dieter Klemmer
- > Ximena Cruz Schmidt
- > Ximena Martínez Trabucco
- > Yeries Musiet Weitzel
- > Zorka Ostojic Espinoza.

REFERENCIAS

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

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

Amorós, J.E., M., Atienza. & G., Romani (2008). *Formal and Informal Equity Funding in Chile* *Estudios de Economía*, 35(2), 179-194

Amorós, J. E., & O., Cristi (2008). *Longitudinal analysis of entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America*. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(4), 381-399

Amorós, J.E., & M. Guerra (2009) *Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile, 2008*. Ediciones Universidad del Desarrollo. Santiago de Chile.

Banco Mundial, (2009). *Doing Business 2009-2010*. En línea <http://espanol.doingbusiness.org/>

Bergoeing R. & A., Repetto (2004). *Copiar no es malo, competencia, adopción e innovación*. *Expansiva: En Foco*, 19 En línea: http://www.expansivaudp.cl/media/en_foco/documentos/05052004210306.pdf

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

Bosma, N.S., & J. Levie (2010) *Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Global Report*. Babson College, Universidad del Desarrollo, Reykjavik University.

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

Cortés, P., & G. Echeopar (2008) *Global Entrepreneurship Monitor: Capital de Riesgo Chile 2008*. Universidad del Desarrollo y Universidad Adolfo Ibáñez. Santiago de Chile.

Dees, J.G., J. Emerson, & P. Economy (2002) *Strategic Tools for Social Entrepreneurs. Enhancing the performance of your enterprising nonprofit*. John Wiley & Sons, INC. EE.UU.

Fuentes, R., M. Larraín & K. Schmidt-Hebbel (2006) *Sources of Growth and Behavior of TFP in Chile*, Cuadernos de Economía (Latin American Journal of Economics), Instituto de Economía. Pontificia Universidad Católica de Chile., vol. 43(127), pages 113-142.

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

Gries, T. & W. Naude (2008). *Entrepreneurship and Structural Economic Transformation*, UNU-Wider Research Papers. Helsinki.

Harris, R. (1989), "Market access in international trade" in *Trade and investment relations among the United States, Canada, and Japan* ed. Robert Stern, Chicago: The University of Chicago Press.

Henrekson, M. (2005). *Entrepreneurship: A Weak Link in the Welfare State?* *Industrial and Corporate Change*, 14(3), 437-467.

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.

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

Lewis, W. A. (1954). *Economic Development with Unlimited Supplies of Labour*, *The Manchester School*, 28(2), 139-191.

Libertad y Desarrollo (2008) *Crisis Financiera en EE.UU., y efectos en Chile*. Temas Públicos. Santiago de Chile.

Mair, J. & I. Marti (2006) "Social Entrepreneurship Research: A source of Explanation, Prediction and Delight", *Journal of World Business*, 41 (1), 36-44.

Ortega, D., J. E., Amorós, F. Sinn & O. Pizarro (2009) *Global Entrepreneurship Monitor: Mujeres y Actividad emprendedora en Chile 2008-2009*. Ediciones Universidad del Desarrollo. Santiago de Chile.

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.

Schwab, K. (2009) *Global Competitiveness Report 2009-2010*. World Economic Forum. Geneva, Switzerland. <http://www.weforum.org/pdf/GRC09/GRC200920210fullreport.pdf>

Short, J. C., Moss, T. W., & G. T. Lumpkin (2009) "Research in social Entrepreneurship: Past Contributions and Future Opportunities". *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3, 161-194.

The Economist (2009) *Global Heroes*. A special report on entrepreneurship.

Van DeVen, A., Sapienza, H., & J. Villanueva (2008) "Entrepreneurship Pursuits of Self- and Collective Interests," *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3-4), 353-370.

Van Stel, A., M., Carree & R., Thurik (2005). *The effect of entrepreneurial activity on national economic growth*. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.

Zahra, S. A., E. Gedajlovic, D.O.Naubaum & J. M., Shulman (2009) "A typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges", *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.

ANEXO I

MEDIDA	DESCRIPCIÓN
Actitudes y percepciones emprendedoras	
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades pero señala que el miedo al fracaso es un disuasivo para formar una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que los emprendedores gozan de un alto estatus y reconocimiento social.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país los medios de comunicación exhiben con frecuencia historias de nuevos negocios exitosos.
Actividad emprendedora	
Tasa de emprendimientos nacientes	Porcentaje de la población (18 a 64 años) activamente involucrado en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no han pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.
Tasa nuevos emprendedores (as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos u otra retribución por un periodo entre los 3 y los 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.
Tasa de emprendedores(as) establecidos(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocios establecido es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea por venta, cierre o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.
Motivación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales, que manifiesta como motivación por iniciar un negocio por oportunidad (ser independientes o incrementar sus ingresos) o por necesidad (no tienen otra opción real de empleo)

Aspiraciones emprendedoras	
Actividad emprendedora en etapas iniciales con altas expectativas de crecimiento (HEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio y que espera emplear por lo menos 20 personas en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada al mercado de nuevos productos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial que señalan que sus productos o servicios son nuevos para al menos algunos de sus clientes y que no hay muchos negocios que tengan una oferta similar.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a mercados internacionales: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) en etapas iniciales que indica que al menos un 25% de sus clientes provienen de mercados extranjeros.
Actividad emprendedora en fase inicial en sectores tecnológicos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial (como fue antes definido) que es activo en el sector de la "alta tecnología" o "medio alta", de acuerdo a la clasificación de la OECD (2003).

FICHA METODOLÓGICA

Encuesta a población adulta

Tipo de Estudio: 20% de encuestas cara a cara y 60% de encuestas administradas telefónicamente (red fija).

Universo: Población chilena, adulta y mayor de 18 años.

Muestra: Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2002- INE.

Tamaño muestral: 2000 casos nacionales más sobre muestreo regional de 500 casos extra en 6 regiones.

Total: 5000 casos válidos

Fecha de trabajo de campo: Junio- Agosto del 2009.

Encuestador: Opina S.A.

Entrevistas a expertos nacionales

Tipo de Estudio: Encuesta auto-administrada.

Muestra: 2293 expertos nacionales de 6 regiones del país más la Región Metropolitana de Santiago.

Fecha de trabajo de campo: Del 1 de Junio del 2009 al 15 de Agosto del 2009.

Encuestador: Miembros del Equipo GEM Chile.

EQUIPOS DE TRABAJO POR PAÍS

Equipo	Institución	Miembros de los Equipos Nacionales	Sponsor Financieros	Encuestador (APS)
Alemania	Leibniz University of Hannover and Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt	Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn.
Arabia Saudita	The National Entrepreneurship Center Alfaisal University	Munira A. Al-Ghamdi Maher Alodan Faisal A. Al-Kadi Norman Wright Sulaiman AL Sakran Mohammad S Khorsheed	The Centennial Fund/National Entrepreneurship Center	IPSOS
Argentina	Centro de Emprendimiento, Escuela de Negocios IAE, Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell, Leticia Arcucci y Juan Martín Rodríguez	Centro de Emprendimiento, Escuela de Negocios IAE, Universidad Austral Banco Santander Rio Subsecretaría de Desarrollo Económico Ministerio de Desarrollo Económico Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires Prosperar, Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones	MORI Argentina
Bélgica	Vlerick Leuven Gent Management School	Jan Lepoutre Hans Crijns Miguel Meuleman Olivier Tilleuil	Police Research Centre Entrepreneurship, and International Entrepreneurship, Flemisch Government.	TNS Dimarso
Bosnia y Herzegovina	Entrepreneurship Development Center from Tuzla (in partnership with Tuzla University)	Bahrija Umihanic Admir Nukovic Boris Curkovic Esmir Spahic Rasim Tulumovic Senad Fazlovic Sla ana Simic Mirela Arifovic	Municipality of Tuzla Government of Tuzla Canton Foundatios of Tuzla Comunity	PULS BH d.o.o. Sarajevo

Equipo	Institución	Miembros de los Equipos Nacionales	Sponsor Financieros	Encuestador (APS)
Brasil	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Rodrigo G. M. Silvestre Carlos Artur Krüger Passos Júlio César Félix	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI / PR Serviço Social da Indústria - SESI / PR Universidade Positivo	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.
Chile	Universidad del Desarrollo Universidad Adolfo Ibáñez	José Ernesto Amorós Daniela Ortega Germán Echeopar Carla Bustamante	Innova CORFO ICARE	Opina
Equipos Regionales				
Arica y Parinacota	Universidad de Tarapacá	Vesna Karmelic Roberto Gamboa Hernando Bustos Dante Choque	Área de Emprendimiento, Liderazgo y TIC's de la Universidad de Tarapacá.	
Antofagasta	Universidad Católica del Norte, sede Antofagasta	Gianni Romani Miguel Atienza	Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional, Agencia Regional de Desarrollo Productivo.	
Coquimbo	Universidad Católica del Norte, sede Coquimbo	Karla Soria	Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional, Agencia Regional de Desarrollo Productivo.	
Valparaíso	Universidad Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Jorge Cea Valencia Juan Tapia	Departamento de Industrias y Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, de la Universidad Federico Santa María. El Mercurio.	
Bío-Bío	Universidad del Desarrollo	Carlos Smith José Ernesto Amorós Daniela Ortega	UDD- Facultad de Economía y Negocios.	
Araucanía	Universidad de la Frontera	Carlos Isaacs Bornand Claudina Uribe Franklin Valdebenito	Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Universidad de la Frontera.	
China	Tsinghua University SEM	Jian Gao Lan Qin	SEM Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.
Colombia	Universidad de los Andes Universidad ICESI Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali	Rafael Vesga Lina Devis Raúl Fernando Quiroga Rodrigo Varela Luis Miguel Álvares Alba Tatiana Peña Liyis Gómez Piedad Martínez C. Fernando Pereira Alberto Arias	Universidad de los Andes Universidad ICESI Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali Fundación Corona	Centro Nacional de Consultoría

Equipo	Institución	Miembros de los Equipos Nacionales	Sponsor Financieros	Encuestador (APS)
Corea	Jinju National University	Sung-sik Bahn Sang-pyo Kim Kyoung-mo Song Dong-whan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration (SMBA)	Hankook Research Co.
Croacia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre – CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek – Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Dinamarca	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Hannes Ottosson Lars Hulgard Kim Klyver Kent Wickstrøm Jensen Roger Spear Linda Anderson Majbritt Rostgaard Evald Suna Sorensen	International Danish Entrepreneurship Academy (IDEA) RUC – Roskilde University Centre, Center for Social Entrepreneurship IIIP	Institute for Business Cycle Analysis
Ecuador	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)-ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)	Survey Data
Emiratos Árabes	Zayed University	Declan McCrohan Murat Eroglu Nico Vellinga	Mohammed Bin Rashid Establishment for SME Development Khalifa Fund to Support and Develop Small and Medium Enterprises	IPSOS RM PLUS
Eslovenia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik Katja Crnogaj	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Finance – Slovenian Business Daily	
España	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Isabel González Cristina Cruz Rachida Justo	DGPYMES Fundación Cultural Banesto Fundación Incyde IE Business School	Instituto Opinómetro S.L.
Equipos Regionales				
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro	Junta de Andalucía Gov. de Aragón	

Equipo	Institución	Miembros de los Equipos Nacionales	Sponsor Financieros	Encuestador (APS)
Asturias	Universidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria	Gob. del Principado de Asturias	
Aragón	Univ. de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz	Gob. De Aragón Dpto. Industria, Comercio y Turismo Fundación Emprender de Aragón Instituto Aragones de Fomento Consejo Aragones Cámaras de Comercio	
Islas Canarias	Las Palmas & La Laguna	Rosa M. Batista Canino	Caja Canarias Gob. de Canarias, Promoción Económica y Servicio de Empleo, Fondo Social Europeo Cámara de Comercio, Industria y Navegación de las Palmas Cabildo de Gran Canaria	
Cantabria	Univ. De Cantabria, Cátedra Pyme de la Universidad de Catabria	Francisco Javier Martínez	Santander Gob. de Cantabria Consejería de Economía y Hacienda Grupo Sordecán Fundación UCEIF	
Castilla y Leon	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín	Junta Castilla y León ADE Inversiones y Servicios Centro Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León Universidad de León	
Castilla la Mancha	Universidad Castilla la Mancha	Miguel Ángel Galindo	Fundación Rayet Parque Científico de Albacete Caja Castilla La Mancha IMPEFE Ayuntamiento de Albacete Universidad Castilla la Mancha Diputación Provincial Allbacete SEPECAM UGT (Iniciativas Futuro)	
Cataluña	Autónoma de Barcelona	Carlos Guallarte	Diputación de Barcelona Departamento de Trabajo Generalitat de Catalunya	
C. Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José Mª Gómez Gras	Air Nostrum IMPIVA	
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Universidad De Extremadura	Ricardo Hernández	Junta Extremadura Universidad Extremadura Central Nuclear Almaraz Sodiex, Sofifex Arram Consultores, CCOO U.R Extremadura, Urvicasa Caja Rural de Extremadura, Palicrisa Fundación Académica Europea de Yuste Grupo Alfonso Gallardo Infostock Europa Extremadura Cámara Comercio Badajoz y Cámara Comercio Cáceres. UGT Extremadura, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, García Plata y Asociados, Quesería Pérez Andrada, Fomento Emprendedores.	

Equipo	Institución	Miembros de los Equipos Nacionales	Sponsor Financieros	Encuestador (APS)
Galicia	CEEI Galicia CEG Grupo de investigación "Métodos y Gestión Empresas" de la Universidad Santiago Compostela Dirección Xeral do Emprego de la Xunta de Galicia	Araceli de Lucas	Confederación Empresarios Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Grupo de investigación "Métodos y Gestión Empresas" de la Universidad Santiago Compostela	
Madrid	Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno	IMADE Fundación General Universidad Autónoma de Madrid	
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón	Fundación Caja Murcia Consejería de Economía, Empresa e Innovación Instituto Fomento región de Murcia. Centro Europeo de Empresas e innovación de Murcia Universidad Murcia	
Navarra	Universidad Pública de Navarra Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Servicio Navarro de Empleo	Miren Sanz	Gob. Navarra, Servicio Navarro de Empleo	
País Vasco	Orkestra Universidad De Deusto Universidad País Vasco Universidad Mondragón	Iñaki Peña	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral Álava Diputación Foral Bizkaia Diputación Foral Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla	
Ceuta	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez	PROCESA Fundación Escuela Negocios Andalucía	
Melilla	Consejería de Economía, Empleo y Turismo Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez	Consejería de Economía, Empleo y Turismo Fundación Escuela de Negocios Andalucía	
Estados Unidos	Babson College	Julio de Castro Abdul Ali I. Elaine Allen Bill Bygrave Candida Brush Marcia Cole Lisa DiCarlo Julian Lange Monica Dean Joseph Onochie Ivory Phinisee Edward Rogoff Al Suhu	Babson College Baruch College	Opinion Search

Equipo	Institución	Miembros de los Equipos Nacionales	Sponsor Financieros	Encuestador (APS)
Finlandia	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Tommi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Stenholm	Ministry of Employment and the Economy Ministry of Education Tuku School Economics	Taloustutkimus Oy
Francia	EMLYON Business School	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
Grecia	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Aggelos Tsakanikas Stelina Chatzichristou Evaggelia Valavanioti	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Datapower SA
Guatemala	Universidad Francisco Marroquín	Hugo Maul Jershem David Casasola Lisardo Bolaños Georgina Tunarosa	Universidad Francisco Marroquín	Pablo Pastor
Hong Kong	The Chinese University of Hong Kong	Hugh Thomas Kevin Au Louis Leung Mingles Tsoi Bernard Suen Wilton Chau Florence Ho Rosanna Lo Le Zheng Wang Weili	Shenzhen Academy of Social Sciences Hong Kong Business Intermediary Co. Ltd.	Consumer Search
Hungría	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Zoltan J. Acs Attila Varga József Ulbert Siri Terjesen Péter Szirmai Gábor Kerékgyártó Attila Petheó Katalin Szakács	National Office for Research and Technology George Mason University University of Pécs, Faculty of Business and Economics	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény kutató Intézet
Irán	University of Tehran	Abbas Bazargan Caro Lucas Nezameddin Faghíh A. A. Moosavi-Movahedi Leyla Sarfaraz A. Kordrnej Jahangir Yadollahi Farsi M.Ahamadpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)	Dr. Mohammad Reza Zali

Equipo	Institución	Miembros de los Equipos Nacionales	Sponsor Financieros	Encuestador (APS)
Islandia	Reykjavik University	Rögnvaldur Sæmundsson Silja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University	Capacent Gallup
Israel	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner Yossi Hadad Dov Barak	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev Sami Shamoon College of Engineering Mata Organization	The Brandman Institute
Italia	EntER- Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson	Atradius Ernst & Young	Target Research
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Mauvalyn Bowen Joan Lawla Marcia McPherson-Edwards Vanetta Skeete Horace Williams	Faculty of Business and Management University of Technology, Jamaica	Cashmere International Limited
Japón	Keio University Musashi University Shobi University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)
Letonia	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Alf Vanags Anders Paalzow Vyacheslav Dombrovsky Arnis Sauka	TeliaSonera AB	SKDS
Malasia	University Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Dewi Amat Sapuan Ainon Jauhariah Abu Samah Leilanie Mohd Nor Mohar Yusof	University Tun Abdul Razak	Rehanstat
Medio Oriente y Norte de África	International Development Research Centre (IDRC)	Lois Stevenson Susan Joekes Edgard Rodriguez Abderrahmane Abedou Ahmed Bouyacoub Hala Hattab Matthias Hühn Tony Feghali Yusuf Sidani Ghassan Omet Adel Bino Mohamed Derrabi Lamia Dandoune Taha Ahmed Al Fusail Abdul Karim Sayaghi Yousef Daoud Tareq Sadeq Alaa Tartir Ruba Adil. Shanti	International Development Research Centre (IDRC)	Nielsen

Equipo	Institución	Miembros de los Equipos Nacionales	Sponsor Financieros	Encuestador (APS)
Noruega	Bodo Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvaag Bjorn Willy Aamo Erik Pedersen Terje Mathisen	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway Kunnskapsparken Bodo AS, Center for Innovation and Entrepreneurship Kunnskapsfondet Nordland AS Bodo Graduate School of Business	TNS Gallup
Países Bajos	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Chantal Hartog André van Stel Niels Bosma Roy Thurik Ingrid Verheul Philipp Koellinger Peter van der Zwan	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus
Panamá	Acelerador de Empresas de Ciudad del Saber IESA Panamá – Fundación de Estudios Avanzados de Gerencia	Federico Fernandez Manuel Lorenzo Manuel Arrocha Michael Penfold	Cámara de Comercio e Industrias de Panamá Cable & Wireless Panamá APC - Asociación Panameña de Crédito Almacenes, S.A. Banco Interamericano de Desarrollo	IPSOS
Perú	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu Liliana Uehara	Universidad ESAN	Imasen
Reino Unido	Aston University	Jonathan Levie Mark Hart Erkko Autio Liz Blackford Michael Anyadike-Danes Alpheus Thimole Aloña Martiarena Mohammed Shamsul Kharim Yasser Bhatti	Department of Business, Innovation and Skills English RDAs Invest NI Welsh Assembly Government Enterprise UK PRIME Birmingham City Council Belfast City Council Enterprise Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	IFF Research Ltd.
República Dominicana	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo Van Der Maribel Justo Alina Bello	Grupo Vicini International Financial Centre of the América Consejo Nacional de Competitividad	Gallup República Dominicana

Equipo	Institución	Miembros de los Equipos Nacionales	Sponsor Financieros	Encuestador (APS)
Rumania	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Györfy Lehel-Zoltán Matiş Dumitru Nagy Ágnes Pete Ştefan Szerb László Mircea Comşa Ilieş Liviu Benyovszki Annamária Petru Tünde Petra Juhász Jácint Matiş Eugenia Nagy Zsuzsánna-Ágnes Alina Solovăstru Mircea Solovăstru	Asociatia Pro Oeconomica Babeş-Bolyai University, Faculty Of Economics And Business Administration OTP Bank Romania SA East Consulting SRL Lacu Roşu SC Nova Construct SRL Savilcom SRL	Metro Media Transilvania
Rusia	Saint Petersburg Team Graduate School of Management, Saint Petersburg Moscow Team State University - Higher School of Economics, Moscow	Olga Verhovskaya Maria Dorokhina Alexander Chepurenko Olga Ob Julia Filatova Kate Murzacheva raztsova	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University State University - Higher School of Economics	Levada-Center
Serbia	University of Novi Sad - The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera Bozidar Lekovic Nenad Vunjak Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Maric	Executive Council of Vojvodina Province - Department for Economy	Marketing Agency "Drdrazen" d.o.o. Subotica
Siria	Syria Trust for Development Syrian Young Entrepreneurs Association (SYEA) University of Kalamoun	Majd Haddad Nader Kabbani Yamama Al-Oraibi Leen Al Habash Abdulsalam Haykal Hani Tarabichi	IDRC Syrian Young Entrepreneurs Association (SYEA) Syria Trust for Development	Nielsen / Acumen
Suiza	School of Business Administration (SBA Fribourg)	Rico J. Baldegger Andreas A. Brühlhart Mathias J. Rossi Etienne Rumo Patrick E. Schüffel Thomas Straub Muriel Berger	KTI /CTI	DemoSCOPE
Sudáfrica	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew	Swiss South African Cooperation Initiative Standard Bank of South Africa Small Enterprise Development Agency	Nielsen South Africa

Equipo	Institución	Miembros de los Equipos Nacionales	Sponsor Financieros	Encuestador (APS)
Tonga	UNITEC	Robert Davis Malama Solomona Asoka Gunaratne Steohen Cox Judith King Howard Frederick Stephen Haslett Tania Wolgramm	AusAIS	Creatrix International / Kaha'u Tonga
Túnez	Institut des Hautes Etudes Commerciales - Sousse	Faysal Mansouri Lotfi Belkacem	GTZ – Programme d'Appui à l'Entrepreneuriat et à l'Innovation	Optima
Uganda	Makerere University Business School (MUBS)	Arthur Sserwanga Rebecca Namatovu-Dawa Sarah Kyejjusa Laura Orobia Peter Rosa Waswa Balunywa	Makerere University Business School Bank of Uganda	Makerere University Business School
Uruguay	Universidad de Montevideo	Leonardo Veiga Fernando Borraz Pablo Regent Adrián Edelman Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza	Universidad de Montevideo	Equipos Mori
Venezuela	IESA – Centro de Emprendedores	Federico Fernandez Rebeca Vidal Aramis Rodriguez Nunzia Auletta	Mercantil Servicios Financieros Fundacion Iesa Petrobras Energía Venezuela	Datanalisis
Equipo de coordinación del GEM Global		Kristie Seawright Niels Bosma Mick Hancock Alicia Coduras Marcia Cole Yana Litovsky Chris Aylett Jackline Odoch Jeff Seaman		

ACERCA DE LOS AUTORES

José Ernesto Amorós

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

Carla Bustamante

Ingeniero comercial y Master en Dirección Estratégica de Ventas, Universidad Adolfo Ibáñez. Actualmente, es Profesora de emprendimiento de la Universidad Adolfo Ibáñez.

Germán Eche copar

Ingeniero Industrial, Pontificia Universidad Católica del Perú. Doctor y M.A. en Economía, University of Notre Dame, USA. Actualmente es Director Académico del Centro de Innovación y Emprendimiento y Profesor de emprendimiento de la misma Universidad.

Daniela Ortega

Socióloga y Licenciada en Sociología de la Universidad de Valparaíso. Se ha desempeñado como consultora de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y de Fundación Equitas. Es Coordinadora del Global Entrepreneurship Research Center (GERC) de la Facultad de Economía de la Universidad de Desarrollo e investigadora del Centro de Familia- Trabajo y Políticas Públicas de la Facultad de Gobierno de la misma casa de estudios.

Conrad von Igel

Ingeniero Civil Industrial con mención en Transportes de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC). Master in Public Administration de Columbia University, Nueva York. Se desempeña como Asesor Ministerial de Innovación del Ministerio de Economía de Chile, además es profesor adjunto en temas de innovación y emprendimiento social de la PUC.

COORDINACIÓN DEL GEM CHILE

El proyecto GEM Chile es desarrollado en conjunto por el Centro de Innovación y Emprendimiento de la Universidad Adolfo Ibáñez y el Global Entrepreneurship Research Center de la Universidad del Desarrollo.

*Centro de Innovación y Emprendimiento
Universidad Adolfo Ibáñez*

www.uai.cl

Contacto: Germán Eche copar

Director Académico

german.echecopar@uai.cl

Tel: (562) 33 11 229

*Global Entrepreneurship Research Center-GERC
Universidad del Desarrollo*

www.fenudd.cl/gerc

Contacto: Daniela Ortega

Coordinadora GERC

dortega@udd.cl

Tel: (562) 32 79 158

COORDINACIÓN DEL GEM EN REGIONES

Región	Institución	Departamento encargado	Equipo
Región de Arica y Parinacota	Universidad de Tarapacá	Área de Emprendimiento, Liderazgo y TICs de la escuela Universitaria de Ingeniería Industrial, informática y de Sistemas de la Universidad de Tarapacá.	Vesna Karmelic Roberto Gamboa Aguilar Dante Choque Cáseres Hernando Bustos Andreu
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Universidad Católica del Norte Centro de Emprendimiento y de la Pyme	Gianni Romaní Chocce Miguel Atienza Úbeda
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Universidad Católica del Norte	Karla Soria
Región de Valparaíso	Universidad Técnico Federico SantaMaría	Departamento de Industrias, Economía y Negocios	Cristóbal Fernández Jorge Cea
Región del Bío-Bío	Universidad del Desarrollo	Facultad de Economía y Negocios	José Ernesto Amorós Daniela Ortega Carlos Smith
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	INCUBATEC- Incubadora de Negocios de la Universidad de la Frontera	Carlos Isaacs Bornand Claudina Uribe Franklin Valdebenito Gerardo Lagos Pedro Araneda

AUSPICIADORES

InnovaChile- CORFO

InnovaChile de CORFO es una de las principales agencias públicas a cargo de impulsar la innovación en todo tipo de empresas, tanto consolidadas como nuevas (emprendimientos), además de universidades y otras entidades académicas y tecnológicas.

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

Desde su creación, en el año 2005, InnovaChile de CORFO ha apoyado 3.000 proyectos de innovación, lo que implicó que alrededor de 10.000 empresas, emprendedores y centros de investigación, y más de 12.000 pequeñas y medianas empresas de forma indirecta, desarrollaran importantes iniciativas que les han permitido mejorar sus estrategias competitivas.

InnovaChile busca sistemáticamente que las empresas chilenas incorporen innovación a sus productos y servicios, que agreguen valor a su producción mediante el conocimiento y las mejores prácticas, que accedan a mercados externos exigentes y que se orienten a satisfacer las necesidades de sus clientes, ello con el fin de acercarnos cada vez más al anhelado desarrollo.

Más información en www.corfo.cl

Universidad del Desarrollo

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

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

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

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

Más información en: www.udd.cl

Centro de Innovación y Emprendimiento. Universidad Adolfo Ibáñez

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

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

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

Más información en: www.uai.cl

ENDEAVOR

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

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

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

Más información en: www.endeavor.cl

ICARE

ICARE es una corporación privada sin fines de lucro, fundada en 1953 por empresarios y profesionales vinculados a diversos sectores de la actividad económica con el principal propósito de promover la excelencia empresarial en el país.

A través de diversos foros, congresos, seminarios y publicaciones, junto con impulsar el desarrollo de la capacidad gerencial, el Instituto sirve de punto de encuentro para la reflexión sistemática sobre la gestión empresarial y su enfoque presente y futuro. De este modo, ICARE proporciona a los niveles directivos información relevante sobre el medio nacional e internacional, facilitando la comprensión y oportuna evaluación de las fuerzas que mueven los mercados y las tendencias en el funcionamiento de las empresas. En la actualidad ICARE agrupa a mil empresas de todos los tamaños y representativas de las diversas actividades de la producción, el comercio y los servicios.

Más información en: www.icare.cl



Global Entrepreneurship Monitor

www.gemchile.cl