



UNIVERSIDAD TÉCNICA  
FEDERICO SANTA MARÍA



Global Entrepreneurship Monitor

# REPORTE REGIÓN DE VALPARAÍSO 2021-2022



Dr. Cristóbal Fernández Robin / Mg. Diego Yáñez Martínez







**Global  
Entrepreneurship  
Monitor**

REPORTE  
REGIÓN DE VALPARAÍSO  
**2021-2022**

*Cristóbal Fernández Robin  
Diego Yáñez Martínez*

*Departamento de Industrias  
Universidad Técnica Federico Santa María*

## Global Entrepreneurship Monitor Reporte Región de Valparaíso 2021-2022

Primera edición  
Registro de Propiedad Intelectual

N° Inscripción: 170503

Valparaíso – Chile  
ISBN: 978-956-356-114-2

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los resúmenes globales, nacionales y los microsítios de cada equipo nacional pueden ser encontrados en [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org). Toda la información sobre el proyecto en Chile y en la Región de Valparaíso está disponible en:

- <http://negocios.udd.cl/gemchile>
- <https://www.cimer.usm.cl/investigacion/gem/>

Ambos sitios contienen una lista actualizada de publicaciones académicas basadas en datos del GEM. Los datos utilizados en este reporte son reunidos por el consorcio GEM, no obstante, el análisis e interpretación son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Diseño, diagramación y portada:  
Gonzalo Andrés Gutiérrez Espinosa  
([contacto.gge@gmail.com](mailto:contacto.gge@gmail.com))

Autores:

### **Cristóbal Fernández Robin**

Doctor en Ingeniería Industrial, mención Innovación en la Empresa, Universidad de Lleida, España. Magister en Ciencias de la Ingeniería Industrial, Universidad de Chile. Ingeniero Civil Industrial, Universidad Técnica Federico Santa María, Chile. Académico del área de Dirección Estratégica, Ingeniería de Mercado y Emprendimiento del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María. Consejero Académico USM y Director del Centro de Ingeniería de Mercados del Departamento de Industrias de la USM, CIMER.

### **Diego Yáñez Martínez**

Magister en Marketing, Universidad de Chile. Ingeniero Comercial, Universidad Técnica Federico Santa María, Chile. Docente del área de Dirección Estratégica, Ingeniería de Mercado y Emprendimiento del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

Índice de Contenidos.....	3
Índice de tablas.....	4
Índice de figuras.....	4
PREFACIO.....	5
¿Cómo es el emprendedor de la Región de Valparaíso?.....	10
1. INTRODUCCIÓN.....	13
1.1 Acerca del GEM.....	13
1.2 Objetivos del GEM.....	13
1.3 El proceso emprendedor.....	14
1.4 El marco conceptual del GEM.....	15
1.5 Metodología del GEM.....	16
1.6 Sobre este reporte.....	17
2. LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL REGIONAL.....	18
2.1 Actitudes emprendedoras.....	18
2.2 Actividades Emprendedoras.....	22
Motivaciones Emprendedoras.....	26
Distribución por sectores.....	28
Edad y Sexo.....	30
Nivel Educativo.....	35
Nivel de Ingresos.....	36
Situación laboral de los emprendedores.....	38
2.3 Aspiraciones Emprendedoras.....	40
Expectativas de crecimiento.....	40
Competitividad.....	42
2.4 El impacto de la pandemia por COVID-19.....	46
3. CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO.....	51
3.1 Modelo GEM y encuesta a expertos.....	51
3.2 Análisis General de los Factores.....	53
3.3 Apoyo Financiero.....	56
3.4 Política Pública.....	57
3.5 Programas de Gobierno.....	58
3.6 Educación para el emprendimiento.....	60
3.7 Transferencia de Investigación y Desarrollo.....	62
3.8 Infraestructura Profesional.....	63
3.9 Apertura al Mercado Interno.....	64
3.10 Acceso a la infraestructura física.....	65
3.11 Normas Sociales y Culturales.....	66
CONSIDERACIONES FINALES.....	68
REFERENCIAS.....	70

FICHA METODOLÓGICA.....	71
Encuesta a Población Adulta.....	71
Entrevista a expertos nacionales.....	71
Distribución porcentual de los expertos según especialidad.....	71
Expertos consultados.....	71
MÁS INFORMACIÓN DEL GEM REGIÓN DE VALPARAÍSO.....	72
Contacto.....	72
Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER.....	72
MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE.....	72
COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES.....	73

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1: Actitudes y percepciones emprendedoras en las regiones pertenecientes al consorcio GEM Chile durante el 2021 por fase de desarrollo económico.....	21
Tabla 2.2: Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2021 según fase de desarrollo económico.....	23

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Las 10 características del emprendedor en la Región de Valparaíso.....	11
Figura 1.1: El proceso emprendedor según el marco conceptual del GEM.....	14
Figura 1.2: El marco conceptual del GEM.....	15
Figura 1.3: Proceso GEM en Chile.....	17
Figura 2.1: Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en la Región de Valparaíso.....	24
Figura 2.2: Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora en la Región de Valparaíso.....	25
Figura 2.3: Composición de la actividad emprendedora según motivación en etapas iniciales.....	26
Figura 2.4: Emprendedores nacientes por motivación para emprender.....	27
Figura 2.5: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico.....	28
Figura 2.6: Actividad emprendedora establecida por sector económico.....	29
Figura 2.7: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales.....	30
Figura 2.8: Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora establecida.....	31
Figura 2.9: Porcentaje de hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación.....	32
Figura 2.10: Porcentaje de mujeres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación.....	33
Figura 2.11: Actividad emprendedora total por edades para la Región de Valparaíso.....	34
Figura 2.12: Nivel educacional en los emprendedores de la Región de Valparaíso.....	35
Figura 2.13: Nivel de ingresos y actividad emprendedora.....	36
Figura 2.14: Actividad emprendedora según ingreso familiar.....	37
Figura 2.15: Actividad emprendedora en etapas iniciales según nivel socioeconómico y motivación.....	38
Figura 2.16: Actividad emprendedora según tipo de empleo.....	39
Figura 2.17: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento.....	41
Figura 2.18: Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores.....	43
Figura 2.19: Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos.....	44
Figura 2.20: Actividad Emprendedora y Exportación.....	45
Figura 2.21: Dificultad de crear una empresa respecto al año anterior.....	46
Figura 2.22: Expectativas de crecimiento respecto al año anterior.....	47

Figura 2.23: Oportunidades generadas por la pandemia COVID-19.....	48
Figura 2.24: Adopción de tecnologías originadas por la pandemia COVID-19 - Chile.....	49
Figura 2.25: Respuesta de instituciones gubernamentales a la pandemia COVID-19.....	50
Figura 3.1: Condiciones de la Actividad Emprendedora que analiza la encuesta a expertos del GEM.....	52
Figura 3.2: Evaluación del contexto emprendedor en Valparaíso. Resultados de encuesta a expertos.....	53
Figura 3.3: Contexto emprendedor en la Región de Valparaíso comparativo de encuestas a expertos 2019-2020-2021.....	54
Figura 3.4: Contexto emprendedor comparativo Chile vs Región de Valparaíso de encuesta a expertos 2020.....	55
Figura 3.5: Apoyo Financiero.....	56
Figura 3.6: Política Pública.....	57
Figura 3.7: Programas de Gobierno.....	58
Figura 3.8: Educación para el Emprendimiento.....	61
Figura 3.9: Transferencia de I+D.....	62
Figura 3.10: Infraestructura Profesional.....	63
Figura 3.11: Apertura al Mercado Interno.....	64
Figura 3.12: Acceso a la Infraestructura Física.....	65
Figura 3.13: Normas Sociales y Culturales.....	66

# PREFACIO

Este documento presenta el Reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021-2022, para la Región de Valparaíso de Chile, resultado del trabajo ininterrumpido de 15 años del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER) Departamento de Industrias, de la Universidad Técnica Federico Santa María, en colaboración con la Universidad del Desarrollo. El GEM ha medido la dinámica emprendedora de más de 100 economías, lo que lo ha convertido en el más extenso proyecto de investigación sobre emprendimiento a nivel internacional. En Chile con 18 años de mediciones, se ha constituido un referente dado su alcance, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más importantes del país. Esto ha permitido que los datos del GEM sean un aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública.

Los resultados de la medición realizada por el GEM a través del levantamiento de datos con encuestas el año 2021, han estado caracterizados, por segundo año consecutivo, por la pandemia COVID-19.

Sobre los resultados, el TEA (Fase Inicial de Actividad Emprendedora) la Región de Valparaíso se encuentra ligeramente bajo la media en relación con el índice de actividad emprendedora naciente (19,83%) en comparación con el porcentaje nacional (20,40%) lo que refleja un incremento con respecto al mismo indicador del año pasado (19,81%). Mismo comportamiento para el TEA (Fase Inicial de Actividad Emprendedora) la Región de Valparaíso muestra un 28,73% lo que es sutilmente menor al indicador nacional (29,89%) y resulta ser superior al mismo indicador del año anterior (24,85%). Mientras que, los Negocios, gerentes y propietarios establecidos (7,05%) es ligeramente inferior al mismo índice a nivel país (7,13%) esto habla de la buena continuidad de los dueños y/o administradores de negocios establecidos. A su vez, el índice de Nuevos negocios, gerentes y propietarios, Valparaíso (9,29%) se encuentra también bajo la media nacional (10,28%).

Con relación a la participación de mujeres respecto de hombres, del total de los emprendedores en etapas iniciales, los resultados muestran que el 57,46% son hombres frente a 42,54% de mujeres, aumentando en un 1,53% el porcentaje de mujeres respecto al año 2020, tendencia que se espera siga recuperándose a fin de potenciar la equidad de género que se ha mostrado la Región, pues el año 2019 el número de mujeres alcanzó un 47,91% sobre el total del TEA. Por otra parte, se puede apreciar un aumento de emprendedores en etapas iniciales en el rango 25-34 años, llegando a un 35,89%, respecto a la cifra del año 2020 que fue 27,93%, lo que puede indicar que cada vez más la población joven se atreve a realizar actividades emprendedoras.

Con respecto a los motivos por los cuales se realiza un tipo de actividad emprendedora se destacan la Actividad emprendedora para ganarse la vida porque los trabajos son escasos (74,42%), Actividad emprendedora por hacer una diferencia en el mundo (55,56%) y Actividad emprendedora para crear una gran riqueza o un ingreso muy alto (55,16%); donde el primer y segundo motivo se encuentran por sobre el promedio nacional (73,92% y 53,47% respectivamente) y los otros levemente bajo dichos umbrales.

Acerca de la dificultad para emprender, la mayoría de los emprendedores en etapa inicial (53,55%) y establecidos (57,89%) reconocen que es algo o mucho más difícil emprender en el año 2021 respecto al año 2020. Esto demuestra que la dificultad de emprender es una percepción consensuada en el colectivo emprendedor, además, es relevante destacar que los emprendedores en etapa establecida son quienes más percibieron que emprender es mucho más fácil que el año pasado (26,32%) versus los empresarios en etapa inicial (16,39%). Respecto a las oportunidades de negocio generadas a raíz de la pandemia, la mayoría de los emprendedores en etapa inicial (34,97%) reconoce que la pandemia ha generado nuevas oportunidades de negocio, mientras que, por el contrario, la mayoría de los empresarios establecidos (43,59%) está en completo desacuerdo con la afirmación, es decir, se mantienen divididos frente a la identificación de nuevas oportunidades de hacer negocios.

En relación con la respuesta de las instituciones gubernamentales a la pandemia, es posible observar que la mayoría de los emprendedores mantienen una percepción bastante negativa respecto a la efectividad de las acciones implementadas por el Gobierno. Gran parte de los emprendedores en etapa inicial (39,89%) como de los establecidos (46,15%), creen que el gobierno no ha respondido de forma efectiva a las consecuencias del COVID-19. Aún así, es importante mencionar que alrededor del 30% está al menos de acuerdo o en conformidad con las medidas implementadas.

Existen cuatro categorías para denotar cuan novedoso es el emprendimiento realizado: “No, no es un nuevo producto o servicio”, “Nuevo para la gente de la zona donde vives”, “Nuevo para la gente de su país” y “Nuevo en el mundo”. La categoría que más concentra respuestas resulta ser que no es un nuevo producto o servicio tanto en emprendimientos en etapas iniciales (51,38%) y establecidos (71,79%). Luego, se sitúa que el producto o servicio es nuevo para la gente de la zona donde vives, en etapas iniciales (35,36%) y establecidos (17,95%); la tercera razón corresponde a nuevo para la gente del país en etapas iniciales (6,63%) y establecidos (5,13%) y, por último, nuevo en el mundo en etapas iniciales (2,87%) y establecidos (5,13%). Para el caso de “no es un nuevo producto o servicio” los emprendedores en etapas iniciales disminuyeron más del 20%, mientras que para esta misma etapa lo “nuevo para la gente de la zona donde vives” aumentó en un importante 18,69% respecto al 2020, lo que resulta ser muy bueno. En cuanto a la cuarta categoría “nuevo para el mundo”, en la etapa establecidos se experimenta un aumento del 5,13%. Esto muestra que gradualmente los emprendimientos, indistintos de su etapa, cada vez ofrecen productos o servicios más novedosos.

En síntesis, los indicadores mostrados de la Región de Valparaíso y otras regiones, junto con los promedios a nivel nacional, resultan posicionar de buena forma a la Región de Valparaíso, con emprendedores en etapas iniciales y establecidos cada vez más comprometidos con el cambio y la innovación de sus respectivos negocios. Por su parte, muchos emprendimientos surgen por hacer un cambio en el mundo y para ganarse la vida, motivaciones que se mantienen y explicar de mejor manera las razones por detrás de seguir con una actividad emprendedora, con una fuerte alza en el incentivo de continuar con tradiciones familiares. También, se evidenció un

alza en el nivel educacional y una positiva evolución de los emprendimientos establecidos, que buscarán incrementar su volumen de fuerza laboral a futuro. Indudablemente tanto Chile como la Región de Valparaíso experimentaron retrocesos en ciertas áreas explicadas por factores exógenos como la pandemia, pero las cifras logran establecer un buen prospecto de cara al futuro, moviendo la economía, generando empleos y desarrollando nuevas ideas que, sin duda, darán que hablar en un futuro próximo.

Agradecemos al sello Editorial USM, a través de la Dirección General de Vinculación con el Medio, que ha confiado y financiado la impresión de este libro. Al mismo tiempo reconocemos a CORFO Región de Valparaíso, a las SEREMIA de Economía de la Región de Valparaíso, al Cowork HOUSENOVO, que son los patrocinadores de este reporte. También, agradecemos a los 708 encuestados(as) anónimos(as) de la Región de Valparaíso que respondieron la encuesta y también a la invaluable ayuda de quienes respondieron en calidad de expertos la encuesta sobre las condiciones nacionales y regionales para el emprendimiento, de los cuales 42 corresponden a la Región de Valparaíso.

Agradecemos también a todos los emprendedores de la Región de Valparaíso; micro, pequeños, medianos y grandes empresarios por su tremendo aporte al crecimiento y desarrollo de nuestra sociedad a través de la generación de trabajo y por aportar significativamente a la mejora en la calidad de vida de sus habitantes.

**Dr. Cristóbal Fernández Robin**  
**Coordinador GEM de la Región de Valparaíso**  
**Director Centro de Ingeniería de Mercados**



# ¿CÓMO ES EL EMPREENDEDOR EN LA REGION DE VALPARAÍSO?

---

Figura 1: Las 10 características del emprendedor en la Región de Valparaíso.





# 1 INTRODUCCIÓN

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (en adelante GEM por su sigla en inglés) ha evolucionado para facilitar el análisis de las distintas variables que componen el estudio, permitiendo siempre la posibilidad de comparar los datos a nivel internacional, nacional y regional. A lo largo de los años y con el apoyo de múltiples investigadores, el GEM se ha esforzado en lograr una mayor y mejor profundidad en la comprensión del fenómeno del emprendimiento y la creación de empresas.

Actualmente, GEM es el mayor estudio comparable sobre la actividad emprendedora y es un referente internacional en la creación de indicadores sobre la valoración social hacia el emprendimiento, las características de la actividad emprendedora y los ecosistemas de emprendimiento en diferentes países.

## 1.1 ACERCA DEL GEM

Desde 1997, el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (en adelante GEM) se ha posicionado como el proyecto de investigación académico que mide la actividad y la dinámica emprendedora a nivel mundial más reconocido. Con el fin de supervisar el trabajo de los equipos nacionales, en 2004 se conformó el Global Entrepreneurship Research Association (GERA). GERA es una asociación sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos nacionales y de las dos instituciones fundadoras (Babson College y London Business School), así como por miembros de las instituciones patrocinadoras del proyecto.

Con más de dos décadas de trayectoria, el proyecto GEM ha evolucionado para facilitar el análisis de los distintos indicadores del proceso emprendedor que componen el estudio, permitiendo hacer análisis comparativo con economías de referencia. A lo largo de los años y con el apoyo de múltiples investigadores, el GEM se ha esforzado en lograr una comprensión más profunda de las actitudes emprendedoras, las nuevas iniciativas emprendedoras y las características de los negocios establecidos de la población económicamente activa.

## 1.2 OBJETIVOS DEL GEM

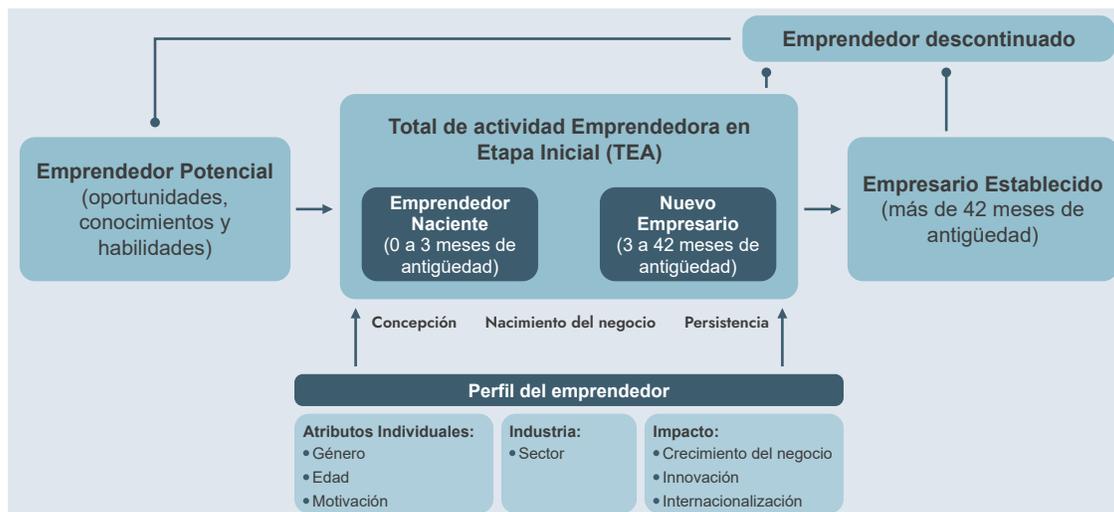
Desde sus inicios, el proyecto GEM se ha fijado los siguientes objetivos:

- Medir las diversas etapas del proceso emprendedor, a través de metodologías e indicadores robustos que faciliten su comparabilidad a nivel internacional.
- Identificar los factores asociados a los valores del individuo y al contexto que determinan la actividad emprendedora en cada uno de los países participantes.
- Identificar implicancias que puedan mejorar los niveles, la calidad y el impacto de la actividad emprendedora.

Por lo anterior, una de las características distintivas del GEM ha sido definir como objeto de estudio a las personas adultas de 18-64 años que desarrollan actividades emprendedoras y no a la empresa en sí misma. Esto permite analizar el proceso emprendedor que se explica en la siguiente sección

### 1.3 EL PROCESO EMPRENDEDOR

**Figura 1.1:** El proceso emprendedor según el marco conceptual del GEM



Fuente: GEM Global Report, 2021-2022.

Como se puede observar en la **Figura 1.1**, un individuo se puede clasificar en función de la etapa en la que se encuentra su negocio.

La primera etapa es la del **emprendedor potencial**. Esta categoría incluye a las personas que afirman estar pensando en poner en marcha un nuevo negocio, pero que aún no han iniciado acciones concretas. Es relevante destacar que a este grupo solo se le mide su valoración hacia el emprendimiento y su percepción de atributos individuales.

La segunda etapa se relaciona con el **emprendedor naciente**. Agrupa a las personas que declaran haber iniciado la puesta en marcha de un nuevo negocio y también a quienes afirman haber pagado salarios a empleados y/o a sí mismo, por un periodo no mayor a 3 meses. Esta etapa cubre desde el inicio, con la concepción de la empresa, hasta el momento de su nacimiento. Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribución por más de 3 meses a cualquier persona, incluido los dueños, es considerado como el momento del nacimiento de un negocio. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios dependerá de la antigüedad de la empresa.

La tercera etapa considera al **nuevo empresario**. Incorpora a aquellas personas que han puesto en marcha un nuevo negocio, pagando salarios durante un periodo de tiempo que va desde los 3 a los 42 meses. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. El conjunto de emprendedores nacientes y nuevos empresarios con menos de 42 meses de operación, es lo que el GEM denomina Total de Actividad Emprendedora en Etapa Inicial (en adelante TEA, por su sigla en inglés que significa Total Early-Stage Entrepreneurial Activity).

<sup>1</sup>Es necesario añadir que el Total de Actividad Emprendedora en Etapa Inicial (TEA) no necesariamente es equivalente a la sumatoria directa entre emprendedores nacientes y nuevos empresarios, pues el TEA se calcula como porcentaje de la población. Es decir, una persona que lidera al mismo tiempo un emprendimiento naciente y una nueva empresa, para efectos del cálculo del TEA representa a una persona. Por tanto, es esperable que haya una mínima diferencia entre el porcentaje de emprendedores en etapa inicial y la suma directa de emprendedores nacientes y de nuevos empresarios.

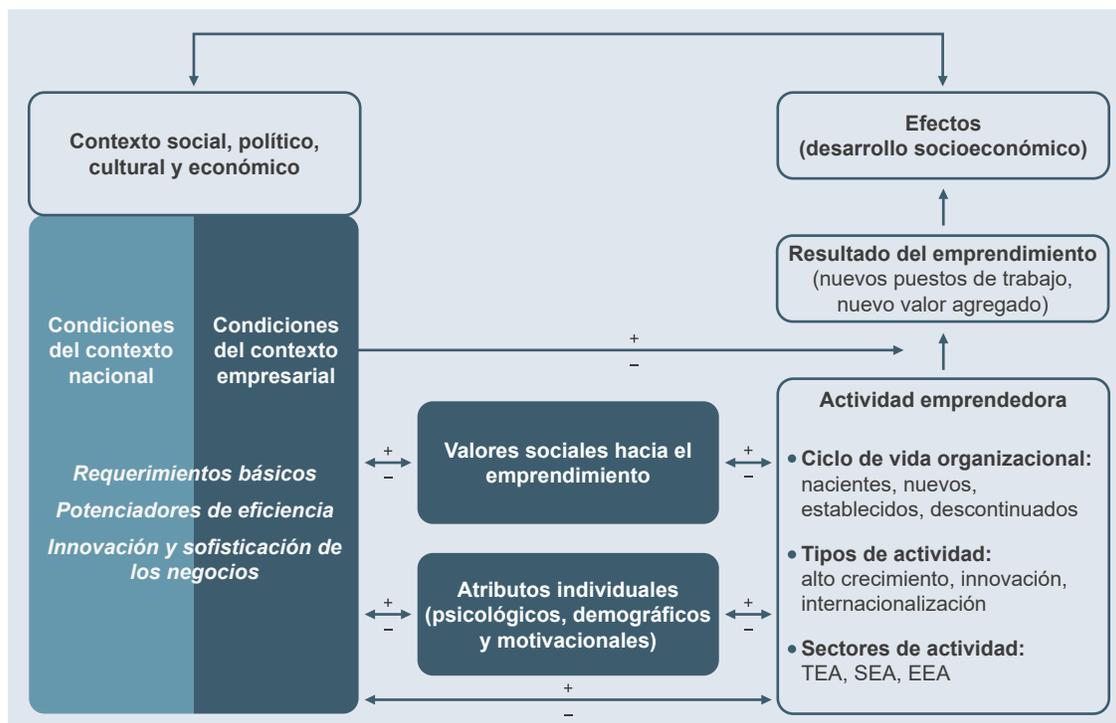
La cuarta etapa se denomina **empresario establecido**, clasificación que reúne a aquellas personas que han estado al frente de la operación de su empresa pagando salarios durante más de 42 meses. Esta se conoce como etapa de persistencia y busca la consolidación de la empresa.

Finalmente, el GEM analiza al **emprendedor discontinuado**, que reúne al porcentaje de población adulta (18-64 años) que en los últimos 12 meses ha suspendido las operaciones o su relación con un negocio.

## 1.4 EL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM

En la edición 2015, el marco conceptual del GEM fue revisado y se establecieron relaciones (bidireccionales en su mayor parte) entre los bloques de variables del modelo que representan las condiciones para emprender, la propia actividad emprendedora y los resultados que se derivan de ella (véase la **Figura 1.2**). El modelo representa el proceso emprendedor en un círculo endógeno de desarrollo económico y social. Para familiarizarse con el funcionamiento de este círculo, resulta necesario conocer, por lo menos, (1) la opinión pública en general de una sociedad hacia el emprendimiento, (2) la información que pueda aportar el propio colectivo emprendedor, y (3) las observaciones que puedan dirigir distintos agentes económicos y sociales implicados activamente en el impulso del emprendimiento.

**Figura 1.2:** El marco conceptual del GEM



Fuente: GEM Global Report, 2021-2022.

## 1.5 METODOLOGÍA DEL GEM

En la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos del GEM hay una colaboración entre cada equipo nacional y el equipo central de datos del GERA para asegurar la calidad y confiabilidad de estos. El equipo de datos del GERA coordina con los equipos nacionales el proceso de recolección de datos, con el fin de obtener muestras representativas a nivel nacional y regional que permitan comparar todos los países participantes. Para capturar las interacciones entre los individuos y el contexto en el que actúan, el GEM utiliza dos cuestionarios para recolectar datos primarios:

- La Encuesta a la Población Adulta (en adelante APS, por su sigla en inglés que corresponde a *Adult Population Survey*) se aplica a un mínimo de 2.000 adultos, entre 18 y 64 años, en cada país participante en el proyecto. Con ella se analiza profundamente la relación de los valores sociales hacia el emprendimiento, los atributos individuales y las actividades emprendedoras de las personas a nivel nacional. En el ciclo 2021, participó un total de 9.407 personas a nivel nacional, 708 pertenecientes a la Región de Valparaíso, logrando obtener representatividad en las 16 regiones del país.
- La Encuesta Nacional de Expertos (en adelante NES, por su sigla en inglés que corresponde a *National Expert Survey*) es una encuesta de percepción que es aplicada a un mínimo de 36 expertos a nivel nacional, que recoge información de las condiciones del contexto empresarial en cada país. En el ciclo 2021, participó un total de 412 expertos a nivel nacional, 42 pertenecientes a la Región de Valparaíso, logrando obtener información detallada de 9 regiones del país.

En la **Figura 1.3** se presenta el proceso de levantamiento de datos en Chile. El GERA proporciona los instrumentos estandarizados y supervisa el trabajo de campo que realizan los equipos nacionales, con el fin de asegurar la calidad de la información. A su vez, en alianza con prestigiosas universidades del país, se ha logrado patrocinar el levantamiento de información adicional que amplía la representatividad a nivel regional para la encuesta a la población adulta y a expertos. Entre los años 2016-2021, los datos de la APS tienen representatividad en todas las regiones del país. La Encuesta a la Población Adulta es implementada de manera centralizada por el equipo del GEM Chile, tanto para la muestra nacional como las muestras adicionales en regiones. La encuesta NES combina una muestra nacional y regional, incorporando el trabajo realizado por el equipo nacional y los equipos regionales. De esta manera, el GEM Chile ha permitido contar con información representativa a nivel nacional y regional sobre los emprendedores, sus negocios y las condiciones del ecosistema para el emprendimiento.

**Figura 1.3:** Proceso GEM en Chile

Fuente: GEM Reporte Nacional de Chile 2021.

## 1.6 SOBRE ESTE REPORTE

Incluyendo la presente edición, la Región de Valparaíso ha participado en 15 ciclos del estudio. La información presentada en este reporte está dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. Analiza los indicadores de la dinámica emprendedora (valores sociales hacia el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora) así como el contexto para emprender en Chile, incluyendo algunos indicadores nacionales de las diferentes regiones que participaron en el GEM Chile 2021.

# 2 LA PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL REGIONAL

En este capítulo se muestra el estado de las actitudes, las actividades y las aspiraciones emprendedoras en la Región de Valparaíso y establece una comparación con las observadas en las otras regiones participantes del Consorcio GEM Chile. Las dos primeras secciones de este capítulo analizan de forma general las actitudes y las actividades emprendedoras de la región y a nivel nacional. La tercera sección estudia las aspiraciones emprendedoras, y la última sección revisa los efectos de la pandemia por COVID19. Cabe mencionar que toda la información publicada por GEM Chile en esta sección corresponde a los principales resultados arrojados en la encuesta a la población adulta (APS), del año 2021.

## 2.1 ACTITUDES EMPRENDEDORAS

Incluyendo la presente edición, la Región de Valparaíso ha participado en 15 ciclos del estudio. La información presentada en este reporte está dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. Analiza los indicadores de la dinámica emprendedora (valores sociales hacia el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora) así como el contexto para emprender en Chile, incluyendo algunos indicadores nacionales de las diferentes regiones que participaron en el GEM Chile 2021.

Como fue mencionado en la introducción, el GEM en su modelo conceptual resalta la importancia de diversos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora. Algunos de estos factores se relacionan con la actitud que tienen las personas respecto al fenómeno del emprendimiento. Algunas de estas actitudes son el deseo de querer iniciar un negocio aprovechando las oportunidades que se generan en el mercado para emprender. De igual manera están los conocimientos y habilidades individuales que definen las capacidades emprendedoras. Otro aspecto relevante es el miedo al fracaso o “penalización” social de haber fallado al realizar un nuevo negocio. Por otra parte, las condiciones que hay en torno al contexto nacional -entendiéndolo como el conjunto de aspectos políticos, económicos y sociales relacionados con el emprendimiento- pueden potenciar o frenar la actividad emprendedora.

Para que, en un país, y sobre todo en una región, 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.

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

Aspectos demográficos -como edad, género, origen étnico, entre otros- ya sea por temas históricos, socioculturales o económicos también pueden ser determinantes en la actitud hacia el emprendimiento. En este sentido, una política pública específicamente enfocada en un grupo determinado puede ser una herramienta eficaz para influir de manera positiva en la propensión a emprender.

Sin embargo, es necesario enfatizar que tener solo una actitud positiva hacia el emprendimiento, no es determinante en la materialización de la idea de negocio por más que aumente la propensión a querer emprender. La decisión de emprender no sólo depende de un análisis consciente de los retornos que se esperarían del emprendimiento al compararlo con ser empleado, por ejemplo, sino que también en algunos casos simplemente es una decisión poco planificada.

La evidencia demuestra que la mayoría de las personas prefieren ser empleadas antes que emprendedores. Esto se acrecienta en aquellos países donde ser empresario no es bien visto, el fracaso empresarial está estigmatizado y las oportunidades de negocio son escasas. De esta manera, el riesgo que se debe asumir es demasiado alto para quienes están pensando iniciar un nuevo negocio. En casos donde se poseen altas remuneraciones la evaluación sobre emprender o no, está determinada entre otras cosas por la capacidad de poder aumentar aún más los ingresos. En el caso de las mujeres, tienden a ver el emprendimiento como una posibilidad de poder compatibilizar el desarrollo profesional con la vida familiar (Amorós et al., 2011).

Por otra parte, el hecho que un individuo tenga una actitud positiva hacia el emprendimiento no significa que él o ella efectivamente vaya a iniciar un nuevo 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, realiza una evaluación de los costos de oportunidad, los cuales incluyen la comparación de los retornos esperados de la actividad emprendedora frente a los esperados en una ocupación de dependencia, por ejemplo, ser empleado. Casi siempre, las personas prefieren “tener un empleo” antes de emprender, especialmente en los países 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 aun cuando la recompensa esperada del emprendimiento es considerablemente más alta, los riesgos 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). Por ejemplo, el miedo al fracaso en un emprendimiento puede afectar de forma significativa la actitud que una persona tiene

al emprender. Generalmente, las personas que poseen un empleo con altas remuneraciones tienden a evaluar las posibilidades reales de aumentarlo antes de emprender. Por otra parte, específicamente el segmento de mujeres tiende a evaluar 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 de negocio que tenía en mente. Como ya se describió, esta situación varía entre países. Por ejemplo, en los países más pobres, 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, sino que simplemente se ve “empujada” a emprender como medio de subsistencia.

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 de 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.

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

La Tabla 2.1 muestra tres indicadores del GEM en temas de actitud emprendedora para cada una de las regiones participantes junto con los resultados a nivel nacional, donde la Región de Valparaíso presenta indicadores resultados coherentes con la naturaleza del acontecer nacional. Considerando la contingencia a nivel global existente durante el año 2021, donde se estaba volviendo a las actividades presenciales de forma paulatina, uno de los indicadores que experimentó un cambio significativo fue el de Percepción de oportunidades, donde Chile alcanzó un 59,75%, un aumento de porcentaje no menor considerando el 46,69% del año anterior y donde la Región de Valparaíso obtuvo un 60,22% versus 45,89% un del ciclo anterior. Esto muestra que, en ciertas situaciones los factores externos incontrolables, que pueden aquejar a los emprendimientos, impulsan el reconocimiento de nuevas oportunidades. Por su parte, la Percepción de capacidades disminuyó mínimamente en la Región de Valparaíso en comparación al mismo indicador a nivel país. Una cifra que indica que se mantiene la opinión positiva, acerca de cuan capaz se siente el emprendedor nacional y, particularmente al de la V Región, al momento de llevar a cabo un emprendimiento, independiente de la etapa de crecimiento de este.

**Tabla 2.1:** Actitudes y percepciones emprendedoras en las regiones pertenecientes al consorcio GEM Chile durante el 2021 por fase de desarrollo económico.

	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso*	Emprendimiento como opción de carrera deseable
I - Tarapacá	67,14%	66,80%	50,72%	82,04%
II - Antofagasta	68,97%	72,24%	52,88%	79,38%
III - Atacama	62,79%	71,17%	51,42%	81,56%
IV - Coquimbo	61,65%	71,13%	46,47%	84,92%
V - Valparaíso	60,22%	72,00%	49,57%	81,04%
VI - Lib. Bdo. O'Higgins	62,68%	73,57%	54,65%	82,13%
VII - Maule	61,66%	71,70%	52,43%	81,29%
VIII - Biobío	64,91%	69,71%	53,65%	76,30%
IX - Araucanía	57,97%	71,93%	48,73%	82,39%
X - Los Lagos	66,36%	74,58%	51,74%	80,28%
XI - Aysén	68,93%	74,62%	49,90%	81,20%
XII - Magallanes	70,49%	73,34%	49,81%	78,30%
XIII - Metropolitana	54,41%	69,52%	47,83%	76,12%
XIV - De Los Ríos	66,06%	72,69%	51,13%	82,82%
XV - Arica y Parinacota	64,68%	67,96%	49,65%	81,22%
XVI - Ñuble	69,90%	68,81%	47,61%	80,05%
Chile	59,75%	70,72%	49,72%	78,83%

Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2021.

Además, el Miedo al Fracaso en la Región de Valparaíso obtuvo un valor del 49,57% menor al 49,72% promedio del país, además, ambas cifras fueron más bajas que sí mismas, del reporte pasado (49,86% y 50,53% respectivamente). En general, por un lado, se tiene el aumento de la Percepción de oportunidades, lo cual es positivo en el mundo emprendedor, mientras que, por otro lado, el Miedo al fracaso tiende a ser menor en la mayoría de las regiones del país. Esto estaría evidenciando un cambio de perspectiva de los emprendedores frente al posible evento emprendedor, siendo más optimistas y relegando paulatinamente su miedo a fracasar.

Por su parte, a diferencia de la entrega anterior, en esta versión del reporte se estudia también el ver el Emprendimiento como opción de carrera deseable, obteniendo una cifra del 78,83% a nivel nacional y del 81,04% en la región de Valparaíso. Esto nos indica entonces que los emprendedores se sienten a gusto con lo que hacen.

## 2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

Como fue mencionado en la introducción, el GEM conceptualiza la actividad emprendedora como un proceso continuo que incluye a (1) los nuevos emprendedores que participan en la creación de un negocio, (2) los emprendedores dueños de nuevos negocios y (3) a quienes poseen un negocio ya establecido. Además, el GEM evalúa el ritmo y la naturaleza de la discontinuación de negocios. Como resultado, se dispone de los indicadores en las diferentes fases del proceso emprendedor. La **Tabla 2.2** resume los porcentajes de actividad emprendedora en cada fase del proceso emprendedor para cada una de las regiones participantes en el GEM Chile 2021.

Uno de los indicadores más “tradicionales” que aporta el GEM es el de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés. El TEA es la proporción de personas entre los 18 y 64 años que actualmente se encuentra involucrada en un emprendimiento en calidad de emprendedor(a) naciente o como propietario(a) o gerente(a) o propietario de un nuevo negocio. A nivel general se observa que el patrón común en relación con la actividad emprendedora es que los países en las regiones más desarrolladas presentan menores indicadores. Esta situación, que se repite con las motivaciones para emprender, se explicaría dado que a medida que un país se desarrolla tiende a disminuir el porcentaje de personas que emprenden motivadas por necesidad, por lo que los países basados en la innovación tienden a presentar tasas más bajas de emprendimientos basados por necesidad. Cabe mencionar que, en relación con los motivadores que impulsan un emprendimiento, existen variaciones en los porcentajes del nivel de desarrollo y ubicación geográfica, ya que cada país tiene un conjunto único de condiciones políticas, económicas y sociales que repercuten en la actividad emprendedora.

La Región de Valparaíso se encuentra ligeramente bajo la media en relación con el índice de actividad emprendedora naciente (19,83%) en comparación con el porcentaje nacional (20,40%) lo que refleja un incremento con respecto al mismo indicador del año pasado (19,81%). Mismo comportamiento para el TEA (Fase Inicial de Actividad Emprendedora) la V Región muestra un 28,73% lo que es sutilmente menor al indicador nacional (29,89%) y resulta ser superior al mismo indicador del año anterior (24,85%). Mientras que, los Negocios, gerentes y propietarios establecidos (7,05%) es ligeramente inferior al mismo índice a nivel país (7,13%) esto habla de la buena continuidad de los dueños y/o administradores de negocios establecidos. A su vez, el índice de Nuevos negocios, gerentes y propietarios, Valparaíso (9,29%) se encuentra también bajo la media nacional (10,28%).

Con respecto a los motivos por los cuales se realiza un tipo de actividad emprendedora se destacan la Actividad emprendedora para ganarse la vida porque los trabajos son escasos (74,42%), Actividad emprendedora por hacer una diferencia en el mundo (55,56%) y Actividad emprendedora para crear una gran riqueza o un ingreso muy alto (55,16%); donde el primer y segundo motivo se encuentran por sobre el promedio nacional (73,92% y 53,47% respectivamente) y los otros levemente bajo dichos umbrales. Por otro lado, la Tasa de discontinuación (8,36%) disminuyó ligeramente versus su misma versión del reporte anterior (8,78%) lo que se correlaciona la disminución generalizada de este indicador a tanto a nivel nacional como a los resultados de las regiones restantes.

**Tabla 2.2:** Actividad emprendedora en las regiones de Chile participantes en el GEM 2021 según fase de desarrollo económico.

	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación	Actividad emprendedora por hacer una diferencia en el mundo (% de TEA)	Actividad emprendedora para crear una gran riqueza o un ingreso muy alto (% de TEA)	Actividad emprendedora para continuar una tradición familiar (% de TEA)	Actividad emprendedora para ganarse la vida porque los trabajos son escasos (% de TEA)
I - Tarapacá	19,94%	9,80%	29,01%	6,16%	5,57%	64,18%	62,54%	37,12%	78,07%
II - Antofagasta	22,43%	6,94%	28,71%	3,79%	5,92%	62,31%	68,78%	37,53%	78,24%
III - Atacama	19,02%	7,31%	26,07%	7,66%	8,17%	60,58%	52,22%	34,36%	72,64%
IV - Coquimbo	17,41%	9,03%	26,44%	7,04%	6,12%	61,28%	50,37%	35,71%	70,87%
V - Valparaíso	19,83%	9,29%	28,73%	7,05%	8,36%	55,56%	55,16%	39,28%	74,42%
VI - Lib. Bdo. O'Higgins	22,36%	4,95%	26,97%	8,25%	6,94%	60,68%	46,42%	32,92%	85,03%
VII - Maule	24,06%	9,99%	33,32%	8,03%	6,22%	61,49%	52,96%	31,72%	78,65%
VIII - Biobío	18,30%	9,46%	26,94%	6,52%	7,70%	53,96%	55,39%	33,85%	73,47%
IX - Araucanía	23,51%	9,18%	32,29%	7,29%	8,96%	50,40%	45,49%	33,71%	78,21%
X - Los Lagos	19,54%	9,70%	28,56%	6,40%	6,93%	59,13%	56,68%	40,01%	76,25%
XI - Aysén	20,63%	10,75%	30,76%	6,78%	8,01%	60,15%	47,44%	26,02%	59,20%
XII - Magallanes	18,33%	6,91%	24,65%	9,18%	6,90%	63,24%	60,54%	33,02%	65,36%
XIII - Metropolitana	20,19%	12,56%	31,55%	7,26%	6,44%	55,19%	52,86%	31,10%	71,44%
XIV - De Los Ríos	19,08%	9,88%	28,33%	9,40%	7,28%	47,36%	47,91%	37,03%	76,15%
XV - Arica y Parinacota	24,62%	7,66%	32,06%	6,44%	8,00%	57,77%	58,10%	41,69%	65,64%
XVI - Ñuble	19,16%	6,64%	25,63%	7,03%	4,24%	64,11%	57,24%	32,80%	75,21%
Chile	20,40%	10,28%	29,89%	7,13%	6,88%	56,58%	53,47%	33,62%	73,92%

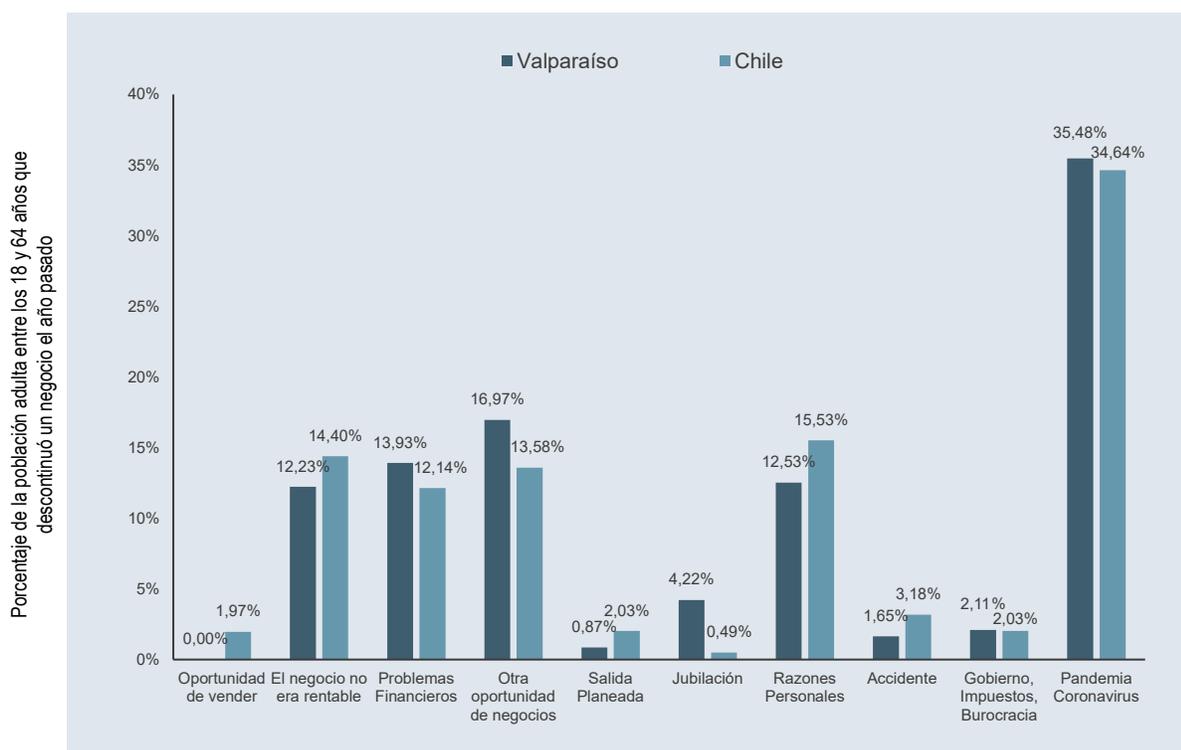
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2021.

Las diferentes distribuciones de los porcentajes emprendedores por cada etapa del negocio mostradas en la **Tabla 2.2** se pueden atribuir a diferencias en las características geográficas, aspectos demográficos, cultura empresarial, grado de bienestar económico e idiosincrasia de cada región. Es importante señalar que en nuestro país cada región presenta una realidad

diferente y particular, que las diferencia unas con otras debido a la geografía del país, lo que genera microentornos diferentes y llamativos.

Para el caso de la Región de Valparaíso, la **Figura 2.1** muestra que primera razón para discontinuar un negocio es la Pandemia por coronavirus (35,48%) contra un 34,64% a nivel nacional, lo cual tiene sentido considerando que esta situación generó una nueva realidad a nivel global, sobre todo en los trabajos que fueron adaptándose al teletrabajo y mundo digital, viéndose impulsados a reinventarse con el fin de seguir siendo rentables; a esta le sigue Otras oportunidades con un 16,97% para la V Región y un 13,58% a nivel país, y la tercera razón más relevante resulta ser Problemas financieros (13,93% Región de Valparaíso y un 12,14% Chile). Todo esto se alinea los impactos y necesidades generadas por la pandemia COVID-19 por la que se encuentra pasando el país.

**Figura 2.1:** Razones expresadas detrás de la discontinuación de un negocio en la Región de Valparaíso



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2021.

La **Figura 2.2** muestra de forma explícita como la Región de Valparaíso mantiene un comportamiento similar, en términos de cifras, con respecto a los mismos indicadores medidos a nivel nacional. Se logra destacar que el 9,29% de la población se encuentra involucrada en nuevos negocios, gerentes y propietarios, levemente bajo Chile (10,28%). Por su parte, un 7,05% de la población de la V Región se encuentra relacionada con negocios, gerentes y propietarios establecidos versus el 7,13% alcanzado a nivel país el mismo índice. Mientras que, solo un 19,83% de las personas de la Región de Valparaíso se encuentra ligada a actividad emprendedora naciente, resultado ligeramente menor al nacional (20,40%).

**Figura 2.2:** Porcentaje de la población que está involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora en la Región de Valparaíso.

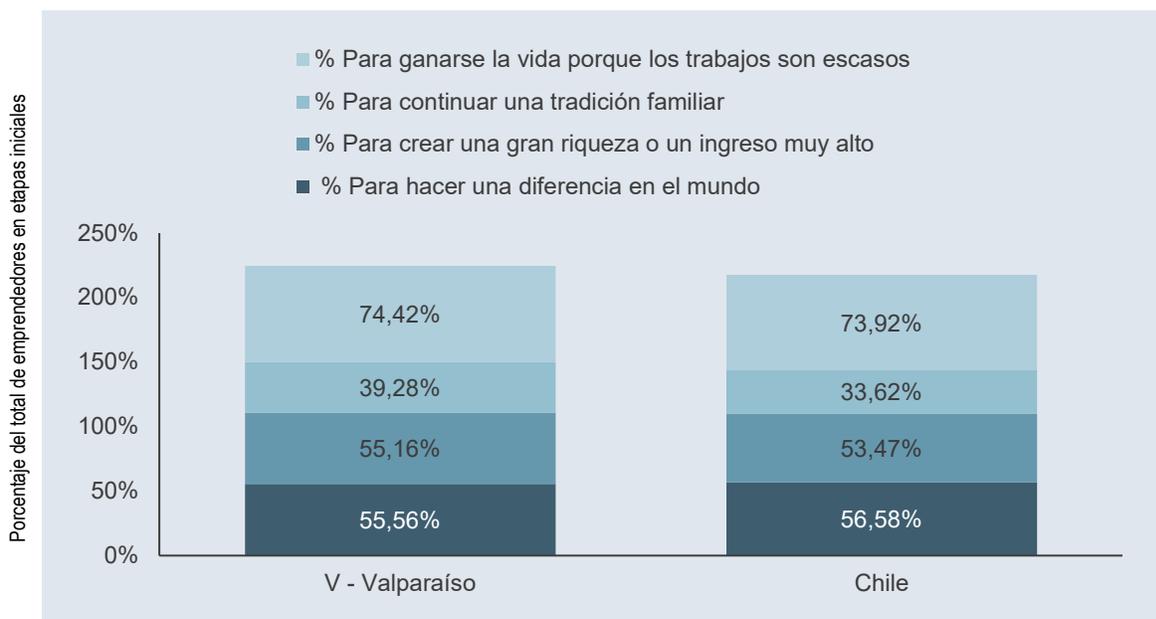


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2021.

## Motivaciones emprendedoras

La **Figura 2.3** muestra la distribución de las motivaciones de la actividad emprendedora en etapas iniciales. Como se muestra, en la Región de Valparaíso existe un alto porcentaje asociado de emprendedores que se encuentran motivados para ganarse la vida porque los trabajos son escasos (74,42%) y otros que realizan estas actividades de tipo emprendedoras para hacer una diferencia en el mundo (55,56%). Esta tendencia también es homologa a nivel país (73,92% y 56,58% respectivamente). Mientras que solo un 39,28% indica que mantiene actividades emprendedoras para continuar una tradición familiar en la Región de Valparaíso. El comportamiento de estos resultados no resulta ser ajeno a un expreso deseo de querer ganarse la vida y realizar aportes, independiente del nivel alcance que pueda llegar a tener un emprendimiento, a su propia comunidad o incluso en el mundo, desestimando la idea de solo generar una gran riqueza o ingreso.

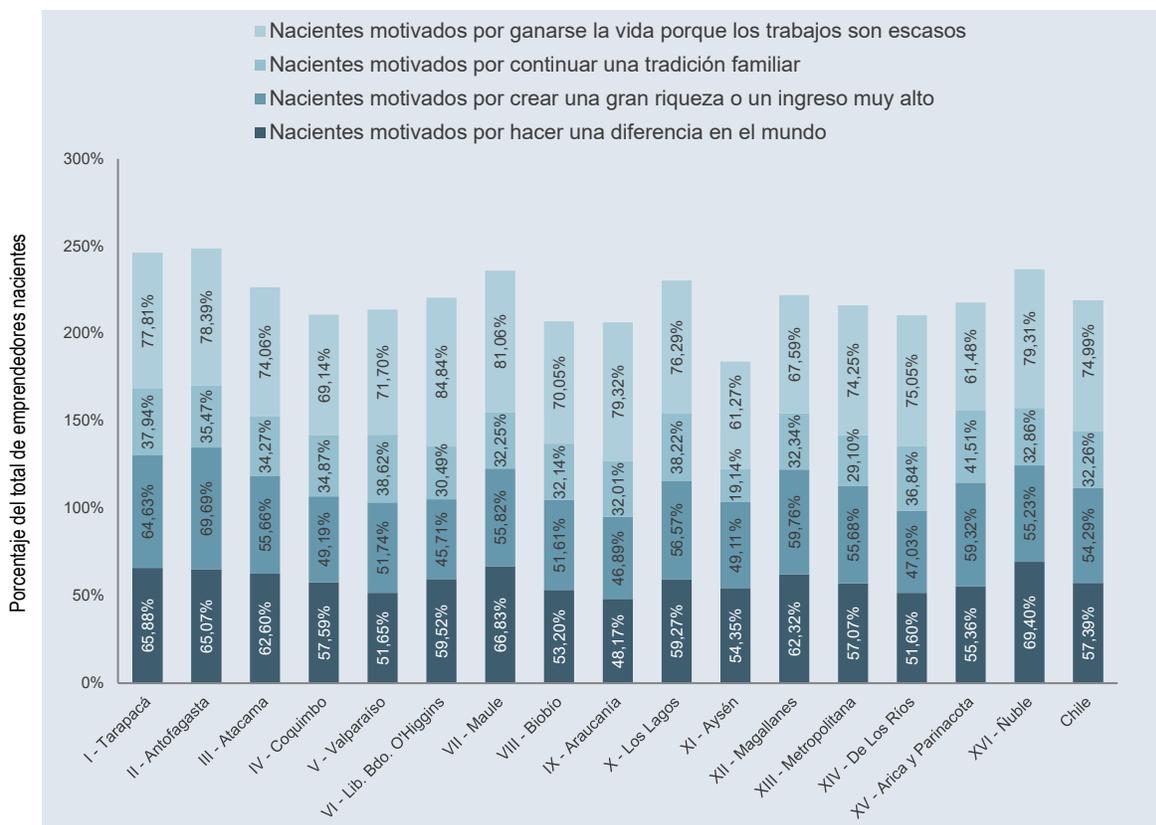
**Figura 2.3:** Composición de la actividad emprendedora según motivación en etapas iniciales



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2021.

Lo anterior también se puede apreciar en la **Figura 2.4** que muestra los porcentajes de cada categoría de emprendedores nacientes según sus motivaciones para emprender en las regiones de Chile participantes de la medición 2021.

**Figura 2.4:** Emprendedores nacientes por motivación para emprender



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile, 2021.

Los valores obtenidos de la Región de Valparaíso son bastante similares a los porcentajes nacionales e incluso superiores a los de otras regiones. En el caso de los emprendedores nacientes motivados por hacer una diferencia en el mundo la V Región obtiene un 51,65%. Por su parte, un 71,70% de los emprendedores nacientes se ven motivados para ganarse la vida porque los trabajos son escasos (versus un 74,99% del promedio nacional) y un 38,62% de los nacientes emprenden para continuar una tradición familiar, valor superior a su homólogo del año 2020 (38,40%,) mostrando un leve aumento en el intento de mantener un legado familiar histórico vinculado a emprendimientos dentro de la V Región.

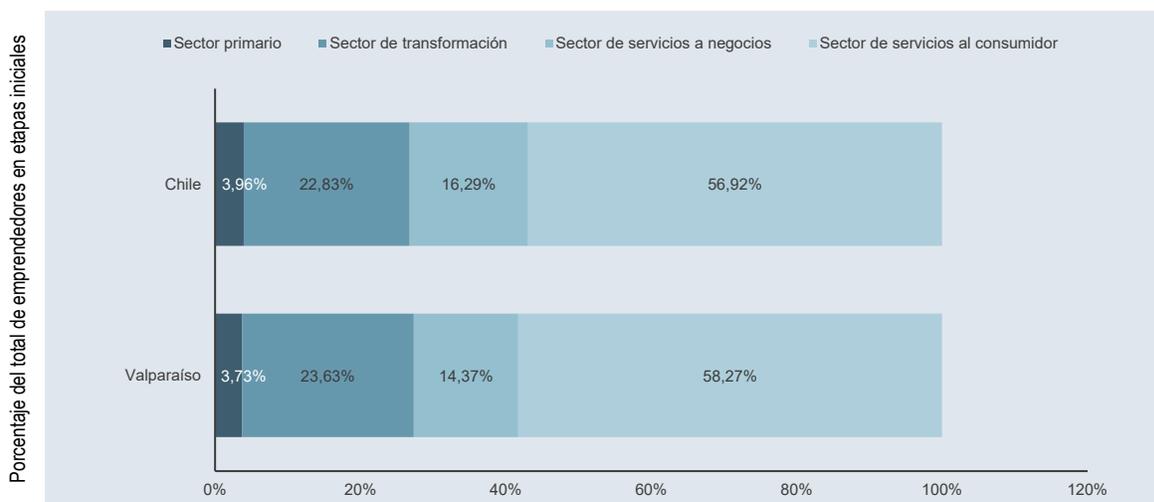
## Distribución por sectores

Las **Figuras 2.5 y 2.6** muestran la distribución de los emprendimientos por sector económico tanto a nivel de la Región de Valparaíso como a nivel nacional, mostrando si dicha actividad es de índole inicial o establecida.

Históricamente la actividad emprendedora en etapas iniciales y establecida se han dedicado principalmente al sector de servicios al consumidor, obteniendo un 56,92% de emprendedores involucrados en dicha elección, resultando un patrón reconocible tanto para Chile como para la Región de Valparaíso. Sin embargo, en este reporte se pueden evidenciar algunos cambios no menores. Parte de estos emprendimientos dedicados a los sectores de transformación, primario y de servicio de negocios se han trasladado al sector de consumidor final. Esto da cuenta de la adaptación de algunos negocios a las necesidades del mercado y la situación de pandemia a la que se debieron enfrentar a nivel global.

En base a esto y de acuerdo con la **Figura 2.5**, como se mencionó anteriormente para el caso de emprendimientos en etapas iniciales un 58,27% expresa estar orientado al consumidor final, frente a un 48,73% mostrado en 2020, esto refuerza la idea planteada en el párrafo previo. Por un lado, un 23,63% se enfoca en el sector de transformación versus un 22,83% a nivel país y un 28,34% del mismo indicador evaluando en 2020, lo cual muestra la disminución del interés de los emprendedores de la Región de Valparaíso en dedicarse a procesos de transformación a nivel país. Por otro lado, los emprendedores dedicados al sector de servicios a negocios también disminuyeron su cifra, el resultado del 2021 corresponde a un 14,37%, valor inferior al 16,29% expresado a nivel nacional y significativamente menor al 20,71% mostrado en el 2020, reforzando más aún la idea expuesta en un principio. Por último, solo un 3,73% se dedica al sector primario valor levemente menor al 3,96% obtenido en el año anterior. Esto muestra una redistribución de los emprendedores con respecto al rubro que se dedican, pudiendo notarse una fuerte inclinación hacia el sector de servicios al consumo, disminuyendo de forma significativa los aumentos que habían experimentados los demás sectores.

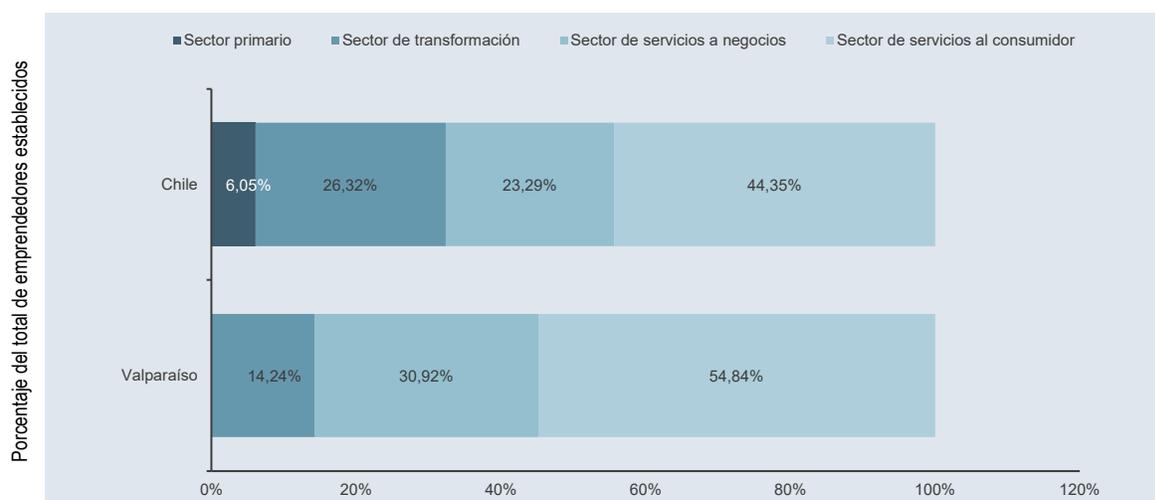
**Figura 2.5:** Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2021.

De igual forma, como se muestra la **Figura 2.6**, la actividad emprendedora establecida en la Región de Valparaíso pasó de un 31,15% del año 2020 a un 54,84%, mostrando un significativo aumento y concentración en este sector de servicios al consumidor, resultado que sigue la misma lógica que los emprendimientos en etapas iniciales, pero más marcado aún. En segundo lugar, se encuentra la elección del sector de servicios a negocios con un 30,92%, un valor significativamente mayor al año previo, dejando atrás la preferencia al sector de transformación que se había presentado en el reporte anterior. En tercer lugar, se encuentra un sector mencionado con anterioridad con un 14,24%, mostrando una importante baja contra el 34,70% obtenido en el 2020. En general, los emprendimientos establecidos experimentaron un cambio notable en relación al año 2020, ya que se aprecia una notoria concentración en un sector en particular, no solo a nivel nacional sino que ocurre el mismo fenómeno dentro de la Región de Valparaíso.

**Figura 2.6:** Actividad emprendedora establecida por sector económico



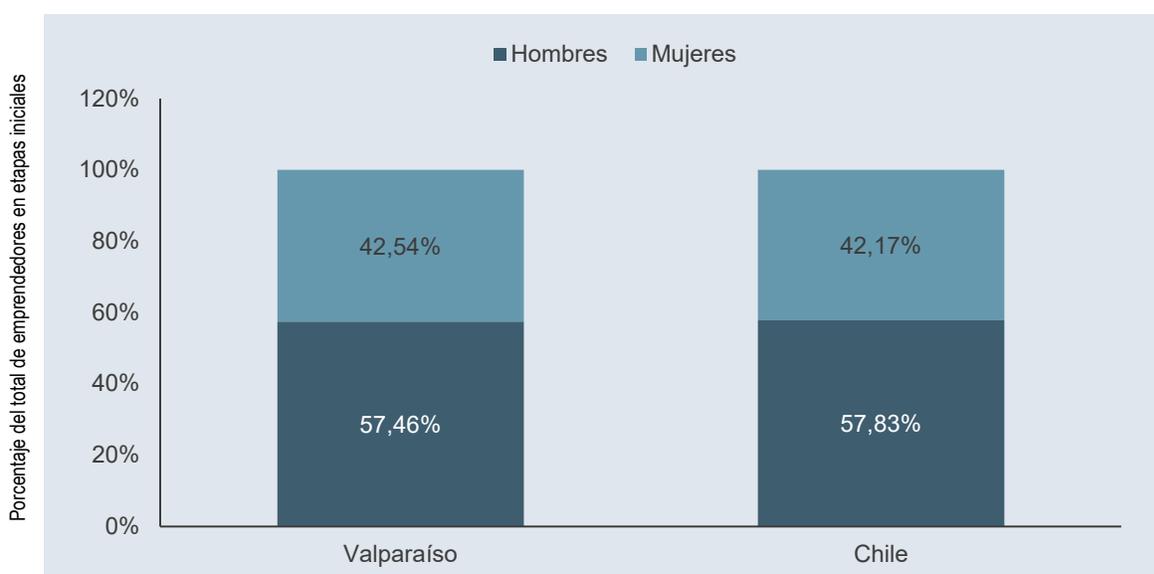
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2021.

## Edad y Sexo

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

Como se ha visto a través de los años de realización del GEM, los niveles de actividad emprendedora difieren entre países y regiones, por lo cual es interesante estudiar algunas de las características propias de los emprendedores. Una perspectiva general en el entorno GEM en las regiones de Chile se muestra en la **Figura 2.7**, donde se puede observar el porcentaje de mujeres por cada hombre involucrado en el total de actividad emprendedora en etapas iniciales. En las regiones chilenas predomina la proporción de hombres frente a las mujeres. Los indicadores para la Región de Valparaíso respecto al total de los emprendedores en etapas iniciales no varían con respecto a esta tendencia, de hecho, muestran que el 57,46% son hombres frente a 42,54% de mujeres, aumentando en un 1,53% el porcentaje de mujeres respecto al año 2020, tendencia que se espera siga aumentando a fin de potenciar la equidad de género que se ha mostrado la V Región. A pesar de esto, estas leves diferencias ocurren por factores completamente externos y que definen el entorno en el cual se desenvuelven las/os emprendedoras/es, por esta razón, para lograr verificar este cambio de tendencia hacia a la igualdad proporcional en términos de sexo, a nivel país y Región de Valparaíso, se deben analizar los datos de futuros reportes.

**Figura 2.7:** Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales

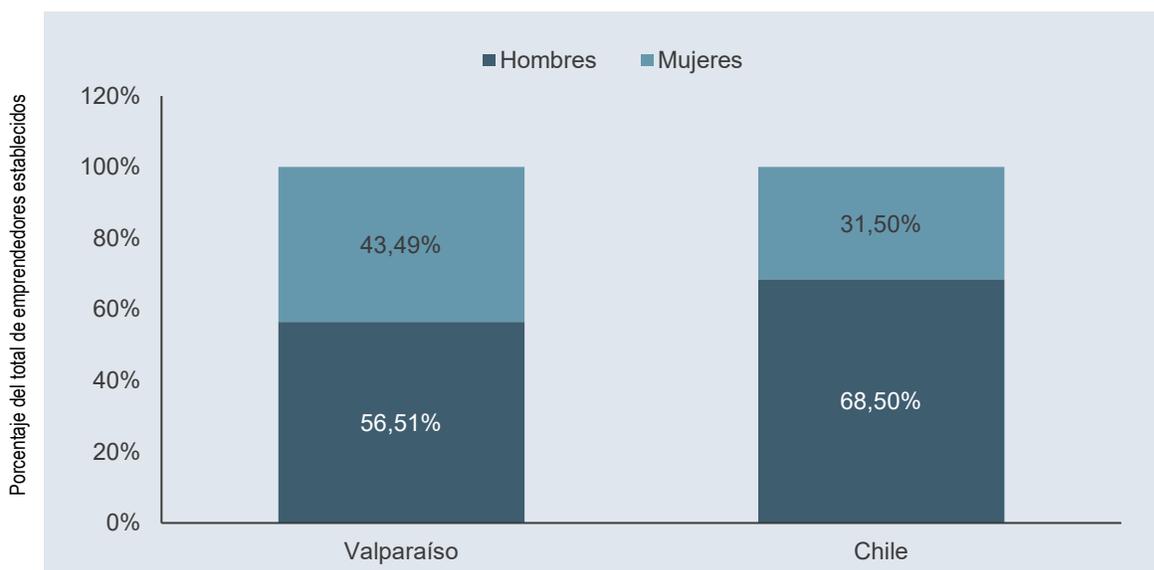


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2021.

Por su parte, la **Figura 2.8** muestra el porcentaje de mujeres por cada hombre involucrado en el total de actividad emprendedora establecida. En el ámbito nacional la distribución corresponde a un 68,50% correspondiente a hombres y un 31,50% de mujeres, lo que muestra un comportamiento similar a lo mostrado en la **Figura 2.7**, haciendo más notoria la tendencia a existir mayor participación de hombres a nivel nacional y con una significativa alza a nivel país versus los mismos indicadores de la medición anterior (58,13% hombres y 41,87% mujeres para el año 2020). Mientras que, en la Región de Valparaíso, el porcentaje de hombres corresponde a un 56,51% y el de las mujeres a un 43,49%, cifra levemente mayor a su indicador homólogo del reporte previo (42,83% año 2020).

Se puede observar que, si bien en la Región de Valparaíso y Chile el porcentaje de hombres predomina por sobre el de mujeres en actividad emprendedora en etapas iniciales y establecida, existe un claro comportamiento variante con respecto a dichas cifras, no hay que olvidar que luego de un tiempo algunos emprendimientos nacientes pasan a ser establecidos, en base a esto, en años previos se ha visto como existen cada vez más mujeres emprendedoras no solo a nivel de la V Región sino que también a nivel nacional involucradas en emprendimientos en etapas iniciales lo que indica que eventualmente las cifras de, al menos, las emprendedoras establecidas irán al alza, abarcado cada vez más terreno al momento de medir la proporción de emprendedoras/es en futuros reportes.

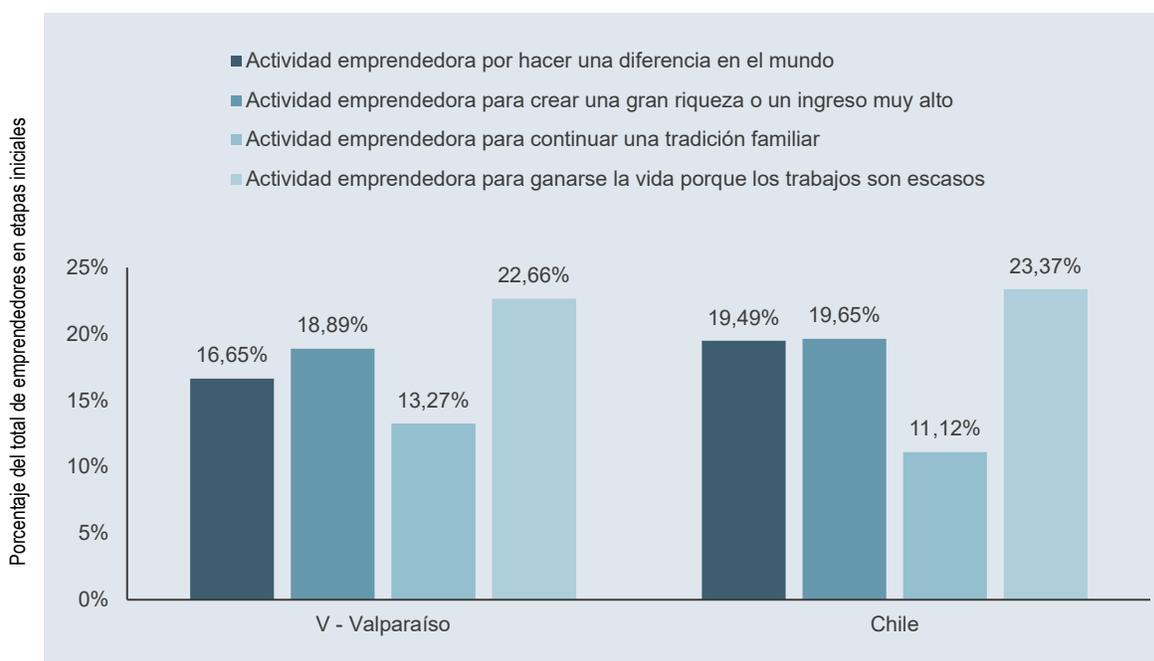
**Figura 2.8:** Porcentaje de mujeres versus hombres para la actividad emprendedora establecida



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2021.

En ese sentido, es necesario considerar las motivaciones de emprender para cada uno de los sexos. Considerando la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación para los hombres de la Región de Valparaíso, un 22,66% comienza una actividad emprendedora para ganarse la vida porque los trabajos son escasos, resultado menor al 23,37% a nivel nacional. El segundo motivo tiene más bien que ver con realizar una actividad emprendedora para crear una riqueza o un ingreso muy alto con un 18,82% también inferior al promedio nacional (19,65%). Por otro lado, un 16,65% declara que su motivación recae en llevar a cabo una actividad emprendedora para hacer una diferencia en el mundo y un 13,27% declara que ejerce una actividad emprendedora para continuar una tradición familiar. El segundo motivo por el cual comienzan una actividad emprendedora experimentó una importante variación de un 5,7% con respecto al año anterior (13,12%) lo que muestra un alza con respecto a los intereses individuales de cada emprendedor en cuanto a la rentabilidad de su negocio, algo que se encuentra cerca de la media a nivel nacional. Por supuesto, cabe recalcar que el comportamiento de los datos obtenidos para la Región de Valparaíso sigue el mismo comportamiento que los resultados expresados a nivel nacional pero en una menor medida, mostrando una similitud y coherencia por parte de las/os emprendedoras/es de la V Región con estas variables medidas motivacionales evaluadas a lo largo de Chile.

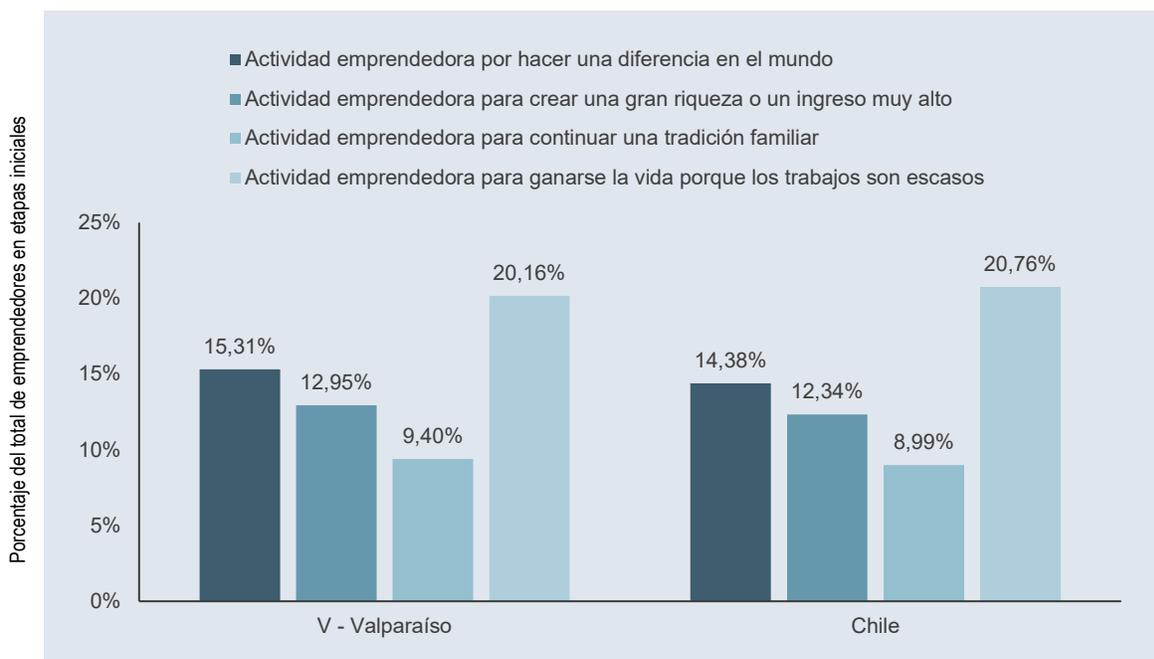
**Figura 2.9:** Porcentaje de hombres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2021.

Por otro lado, en el emprendimiento en etapas iniciales según motivación para las mujeres mostrado en la **Figura 2.10**, se observan conductas similares a las expresadas por los hombres, tanto en la Región de Valparaíso como a nivel nacional, donde el principal motivo para emprender resulta ser realizar una actividad emprendedora para ganarse la vida porque los trabajos son escasos (20,16%), cifra sutilmente menor al 20,76% obtenido a nivel nacional. Tomando en cuenta la **Figura 2.9** aquí surge una diferencia, el segundo motivo para las mujeres involucradas en emprendimientos de etapas iniciales tiene que ver con realizar una actividad emprendedora para hacer una diferencia en el mundo (15,31%), superior al 14,38% mismo indicador evaluado a nivel país. Mientras que el tercer motivo se vincula con ejercer una actividad emprendedora para crear una gran riqueza o un ingreso muy alto 12,95% mientras que, en Chile es un 12,34%. Por último, al igual que en el caso de los hombres, realizan una actividad emprendedora para continuar una tradición familiar se lleva un 9,40% contra el 8,99% alcanzado por Chile. En general, hubo un claro crecimiento por partes de las motivaciones vinculadas con crear una gran riqueza o un ingreso muy alto para el caso de los hombres y de querer hacer una diferencia en el mundo para el caso de las mujeres, en comparación con la versión 2020. Se puede decir que las mujeres de la Región de Valparaíso y de Chile en general, las están influyendo estos otros motivos que tienen que ver con vincularse más con el descubrimiento de una oportunidad que lleva a la emprendedora a realizar una actividad que le permita no solo tener beneficios y estabilidad, sino que también desea aportar la sociedad y realizar cambios positivos a nivel global.

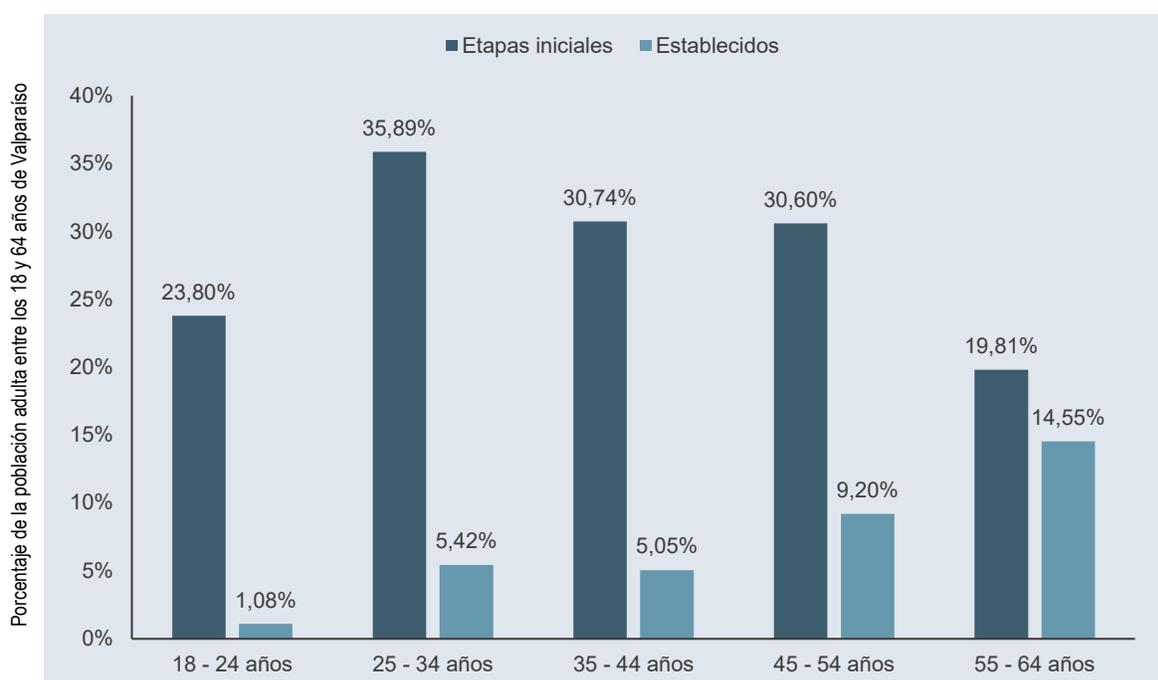
**Figura 2.10:** Porcentaje de mujeres para la actividad emprendedora en etapas iniciales según motivación



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Chile. 2021.

La **Figura 2.11** muestra el porcentaje, para cinco rangos de edad, de las personas involucradas en actividad emprendedora en la Región de Valparaíso, considerando a los que se encuentran en etapas iniciales y a los establecidos. Con respecto a los emprendimientos en etapas iniciales, se puede observar que gran parte se concentra en el segundo rango de 25 – 34 años con un 35,89%, seguido del tercero de 35 -44 años con un 30,74%, luego viene el cuarto rango de 45-54 años con un 30,60% y, por último, rondando el 20% el primer y quinto rango expuesto por la medición. Por su parte, los emprendimientos establecidos, al igual que en años anteriores, se concentran más en el cuarto rango (45-54 años) y quinto rango (55-65 años) con un 9,20% y un 14,55% respectivamente.

**Figura 2.11:** Actividad emprendedora total por edades para la Región de Valparaíso



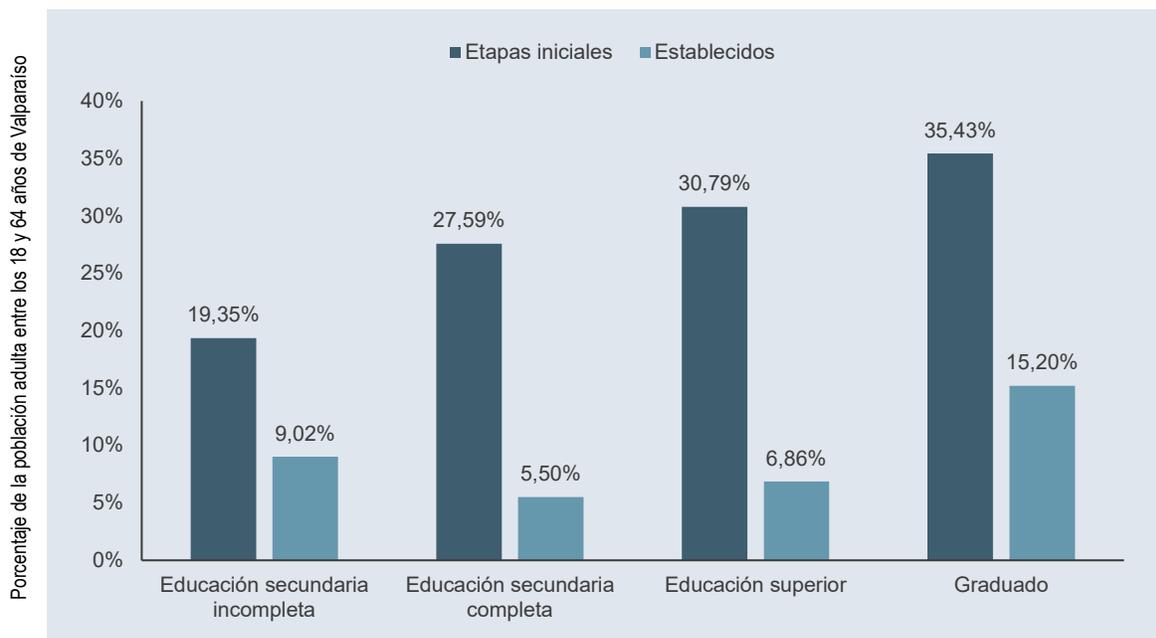
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

Cabe mencionar que hubo un aumento general de los porcentajes con respecto al año 2020 (crecimiento) asociado a factores externos. Se puede apreciar además un significativo aumento de emprendedores en etapas iniciales, resaltando el aumento del 7,9% del rango 25-34 años respecto a la cifra del año 2020 (27,93%), indicando que cada vez más la población joven se atreve a realizar actividades emprendedoras. Sin embargo, para el caso de los establecidos el aumento de las cifras no es significativo, lo que estaría indicando que fue difícil mantener el emprendimiento o que la mayoría de ellos no se encontraba en el momento de realizar el cambio de un emprendimiento en etapas iniciales hacia uno establecido. Además, para el quinto rango de edad (55 - 64 años) muchas/os emprendedoras/es se convierten en negocios establecidos, evidenciando que en dichas edades es más frecuente encontrar emprendedores ya establecidos en un mercado local/nacional.

## Nivel Educativo

El GEM estandariza los indicadores de nivel educativo con la finalidad de poder hacerlos comparables. Utiliza cuatro categorías que incluyen estudios de educación secundaria incompleta, educación secundaria completa, alguna educación superior (incluye educación técnica completa y universitaria incompleta) y graduado (incluye educación universitaria completa y postgrados). La **Figura 2.12** muestra el porcentaje de emprendedores en etapa inicial y establecidos dentro de cada nivel educativo previamente definido. Por un lado, en las etapas iniciales destacan las personas que tienen calidad de graduado (35,43%) y educación superior (30,79%), donde el primer valor señalado tuvo una baja importante con respecto al año 2020, ya que la cifra obtuvo un 42,47%. Por otro lado, se logra apreciar un significativo aumento en las personas pertenecientes a este mismo tipo de emprendimiento con educación secundaria incompleta y educación secundaria completa, ya que las cifras alcanzadas para este reporte son de un 19,35% y un 27,59% respectivamente, contra un 10,24% y un 22,78% en dichos índices, pero del año 2020. Misma situación para los establecidos y dichos niveles educativos mencionados con anterioridad, personas con educación secundaria incompleta alcanzan un 9,02% y aquellos con educación secundaria completa tan solo un 5,50%, cifras levemente superiores en comparación con el 9,11% y 4,49% alcanzados en el 2020, correspondientemente. Por último, los establecidos con educación superior llegan a un 6,86% y los graduados a un 15,20%, esta última un 2,08% más baja al 17,10% del reporte anterior.

**Figura 2.12:** Nivel educativo en los emprendedores de la Región de Valparaíso



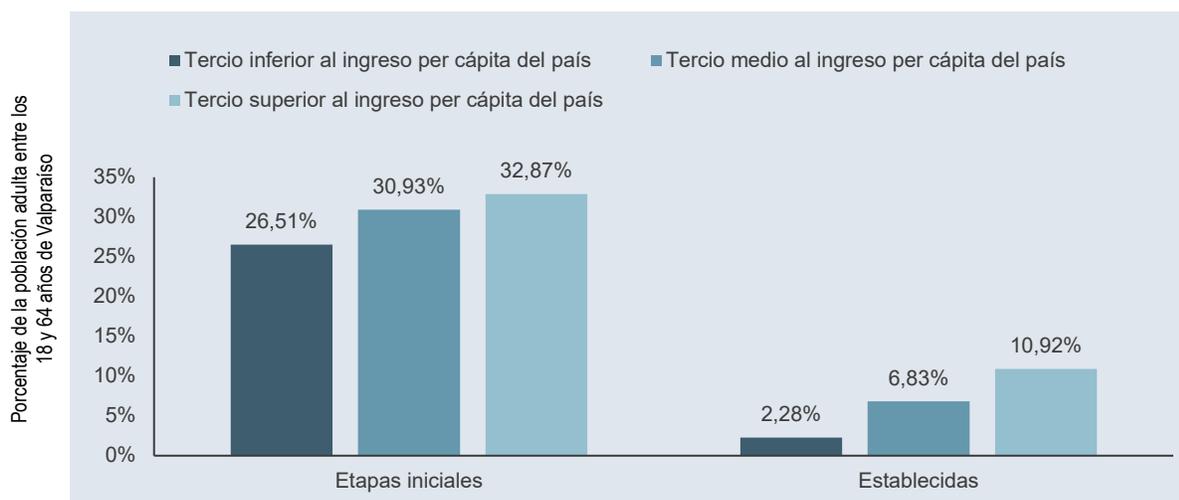
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

En términos generales, el nivel de educación resulta fundamental para lograr mantener un emprendimiento y tiene una relación directa con el desarrollo de habilidades emprendedoras y con el descubrimiento de nuevas oportunidades. En base a lo expuesto en el Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Región de Valparaíso 2020-2021, se esperaba que en el largo plazo las actividades emprendedoras establecidas experimentarían un ascenso en su nivel educativo, ahora tomando los resultados actuales, la tendencia es bastante clara al respecto: tanto en los emprendedores en etapas iniciales y establecidos se experimentaron un cambio sustancial en relación a la distribución de los porcentajes declarados, mostrando un alza importante en los tres primeros niveles educativos y esto sin experimentar un largo periodo de tiempo ya que solo transcurrió un año.

## Nivel de Ingresos

Un indicador relevante es situar a los emprendedores en los diferentes niveles de renta. Con el fin de estandarizar la información y hacerla comparativa a nivel internacional, el GEM divide el ingreso de las personas en tres niveles o tercios según el ingreso per cápita del país. Esto permite situar a los emprendedores por arriba o por debajo de la media del ingreso nacional. La **Figura 2.13** muestra estos porcentajes como proporción de la población adulta para la Región de Valparaíso, al respecto, la mayoría de los emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidos se sitúan por sobre la media del ingreso per cápita del país. En las etapas iniciales, un 32,87% se encuentra en el tercio superior, un 30,93% en el tercio medio y un 26,51% se posiciona en el tercio inferior. Por otra parte, de los establecidos un 10,92% se encuentra en el tercio superior, otro 6,83% en el tercio medio y un 2,28% se posiciona en el tercio inferior, la variación de los niveles no muestra una tendencia clara en ninguna de las etapas, ya que algunos tercios experimentaron aumentos y otras disminuciones.

**Figura 2.13:** Nivel de ingresos y actividad emprendedora

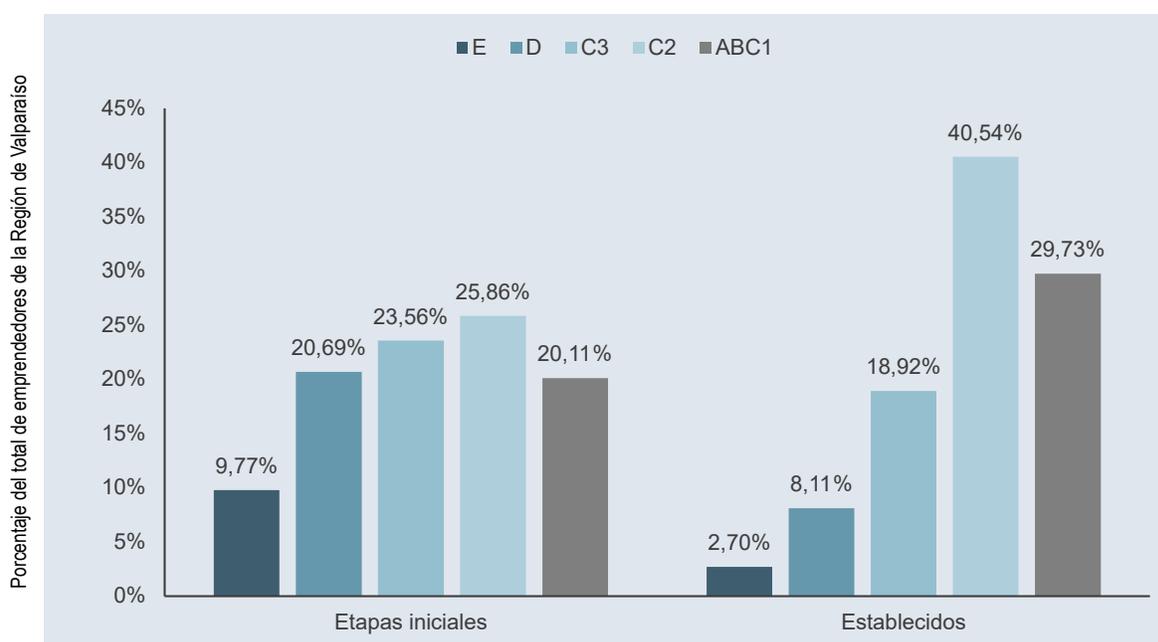


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

<sup>2</sup>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

Utilizando los criterios nacionales que determinan el nivel socioeconómico, la **Figura 2.14** muestra los porcentajes de emprendedores en cada una de las cinco categorías. De manera similar a la Figura 2.13, la actividad emprendedora en etapas iniciales se concentra en los niveles socioeconómicos D(20,69%), C3(23,56%) y C2 (25,86%). Difiriendo ligeramente de lo obtenido en el año 2020, si bien los resultados siguen siendo homogéneos o distribuidos de manera más uniforme en las distintas categorías, se generaron distintas variaciones en cada nivel, aumentando algunos y decreciendo otros. En cambio, la actividad emprendedora establecida registra sus más altos porcentajes en los niveles C3(18,92%), C2 (40,54%) y ABC1 (29,73%), siendo un cambio positivo ya que muchas emprendedoras se trasladaron a las últimas categorías (C3 y C2), lo que es consecuente a las significativas bajas de las categorías E, D y ABC1.

**Figura 2.14:** Actividad emprendedora según ingreso familiar

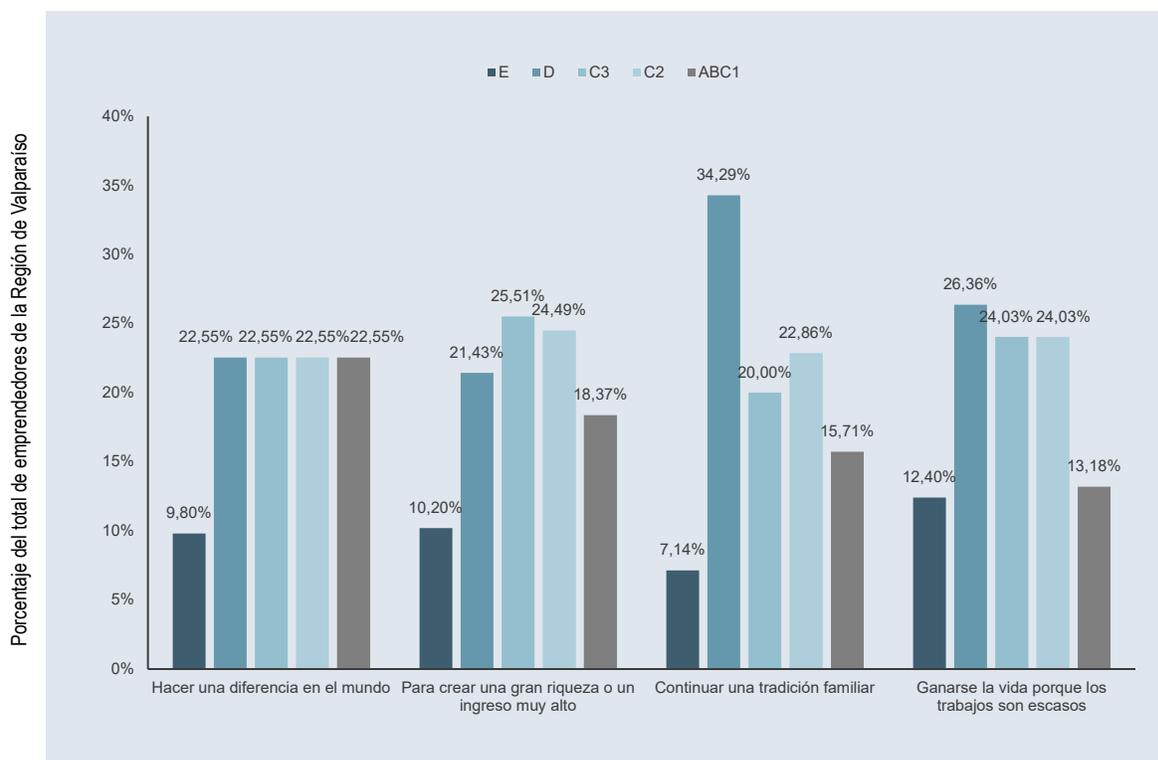


Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.



Finalmente, se debe aclarar que la actividad emprendedora en etapas iniciales se puede desagregar según el tipo de motivación para emprender que, para esta versión resultan ser cuatro categorías, para luego clasificar en alguno de los cinco niveles socioeconómicos. En primer lugar, se logra rescatar que aquellos emprendimientos en etapas iniciales motivados por hacer una diferencia en el mundo muestran la misma cifra en los estratos D, C3, C2 y ABC1 (22,55%), mientras que solo un 9,80% se encuentra en la categoría E. En segundo lugar, aquellos incentivados para crear una gran riqueza o un ingreso muy alto se encuentran en el estrato C3 (25,51%), C2 (24,49%) y D (21,43%). En tercer lugar, aquellos motivados por continuar una tradición familiar se encuentran en el D(34,29%), C2 (22,86%) y C3(20,00%). Y, por último, los que realizan una actividad emprendedora para ganarse la vida porque los trabajos son escasos se agrupan mayormente en los estratos D(26,36%), C3 o C2(24,03% para ambos), ordinalmente.

**Figura 2.15:** Actividad emprendedora en etapas iniciales según nivel socioeconómico y motivación



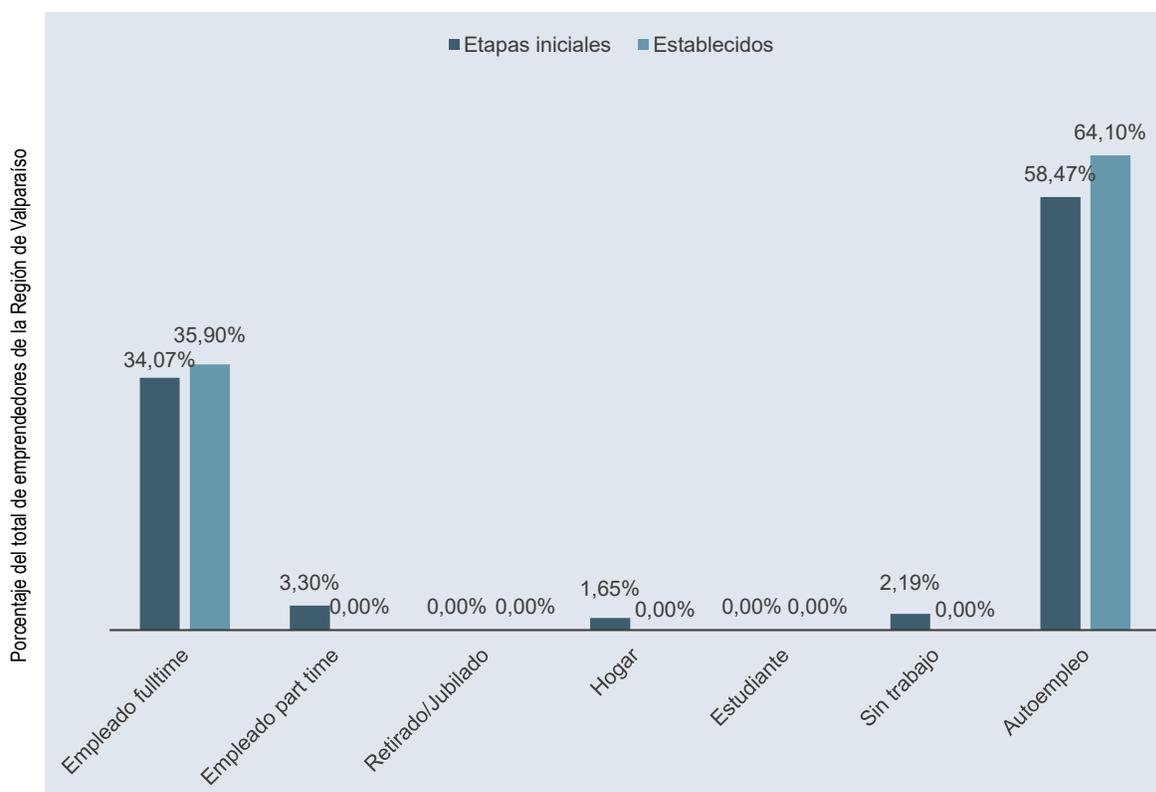
Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

## Situación laboral de los emprendedores

Un aspecto relevante que revisar es cuál es el estatus laboral de los emprendedores, ya que históricamente la gran mayoría, sobre todo los establecidos, muestran que son autoempleados o autónomos, es decir no tienen empleados formales. En este sentido es necesario aclarar que este porcentaje de personas que se declaran autoempleadas muchas veces 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 previsión, sí forman parte de una fuerza laboral importante para el negocio pues desarrollan labores trascendentales dentro de la empresa.

**Figura 2.16:** Actividad emprendedora según tipo de empleo



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

La **Figura 2.16** muestra la distribución porcentual del tipo de empleo, tanto en emprendedores en etapas iniciales como establecidos. Para a la actividad emprendedora en etapas iniciales, se destaca que el 58,47% de los encuestados se encuentra en un estado de autoempleo, seguido de este un 34,07% es empleado full-time y un 2,19% se encuentra sin trabajo, donde en comparación con la medición del 2020, esta última experimenta una importante baja cercana al 10%, lo cual concuerda con el significativo aumento de las primeras dos clasificaciones más destacadas cuyas diferencias se distribuyeron hacia las categorías tipo empleado part time, asesores del hogar. Por otra parte, los establecidos se concentran en la condición de autoempleo, pero con un 64,10% sutilmente mayor a la cifra del 2020 que alcanzó un 63,41%; la segunda categoría que más emprendedores concentra son los que se consideran como empleado fulltime con un 35,90% mayor al 24,39% mostrado en el reporte del periodo anterior. Cabe destacar que las personas con autoempleo o empleados full-time, son las categorías con mayores porcentajes, es decir, los emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidos dedican al menos 20 horas laborales semanales en una actividad emprendedora.

## 2.3 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

El último aspecto por analizar en este capítulo son las aspiraciones de los emprendedores respecto a sus negocios. Como se expuso en la introducción, el GEM ha venido estudiando con diferentes indicadores aspectos que permiten entender mejor la “naturaleza” y reflejar de mejor forma aspectos más cualitativos de la actividad emprendedora. No es lo mismo ser un autoempleado que elabora comida en su casa para vender, que ser un empresario que inició y consolidó una cadena de restaurantes en múltiples países. Ambos son emprendedores y ambos, incluso dependiendo de los aspectos legales de cada país, podrían ser contabilizados como empresas. Sin embargo, el impacto económico y social de ambos emprendimientos es muy diferente. Así los indicadores que utiliza el GEM para medir las aspiraciones emprendedoras tienen que ver con aspectos de competitividad e innovación y del deseo de hacer crecer el negocio.

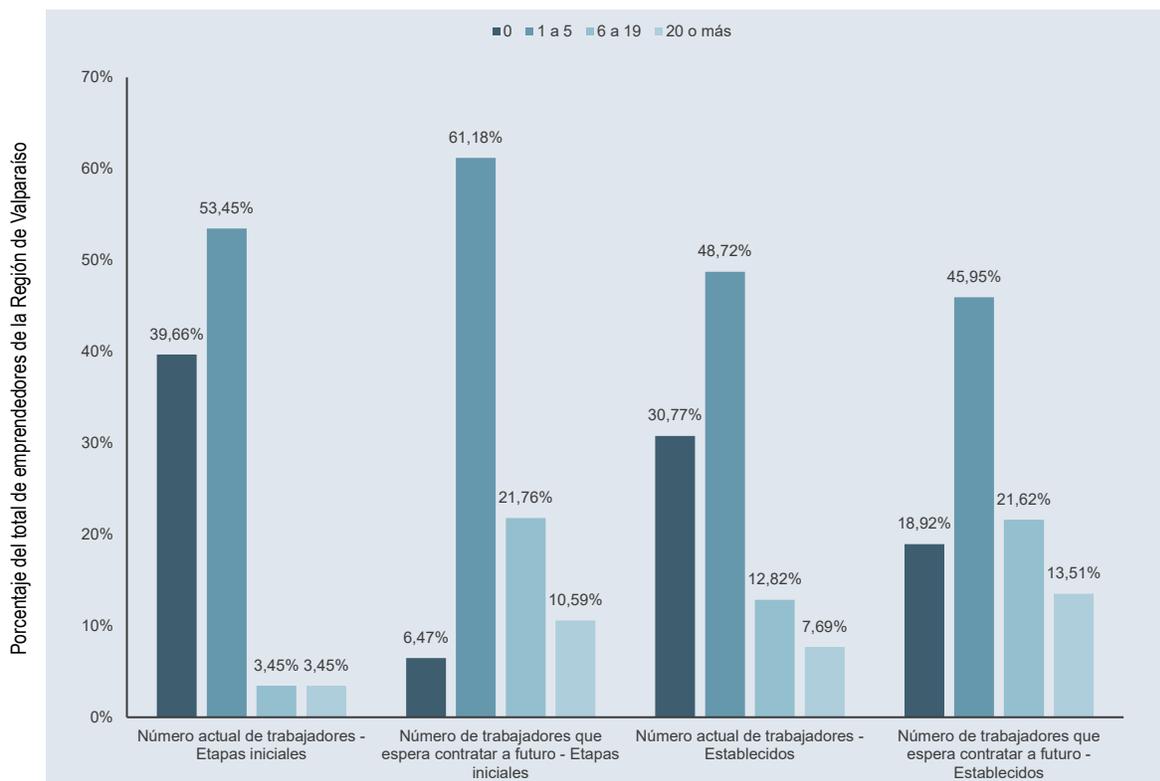
### Expectativas de alto crecimiento

La metodología empleada por el GEM permite categorizar desde las primeras etapas a los emprendedores hasta las expectativas de alto crecimiento. Para esto, el GEM le pide a todos los encuestados que manifestaron ser emprendedores que indiquen cuántos trabajadores esperan contratar dentro en el futuro (sin contar los propietarios).

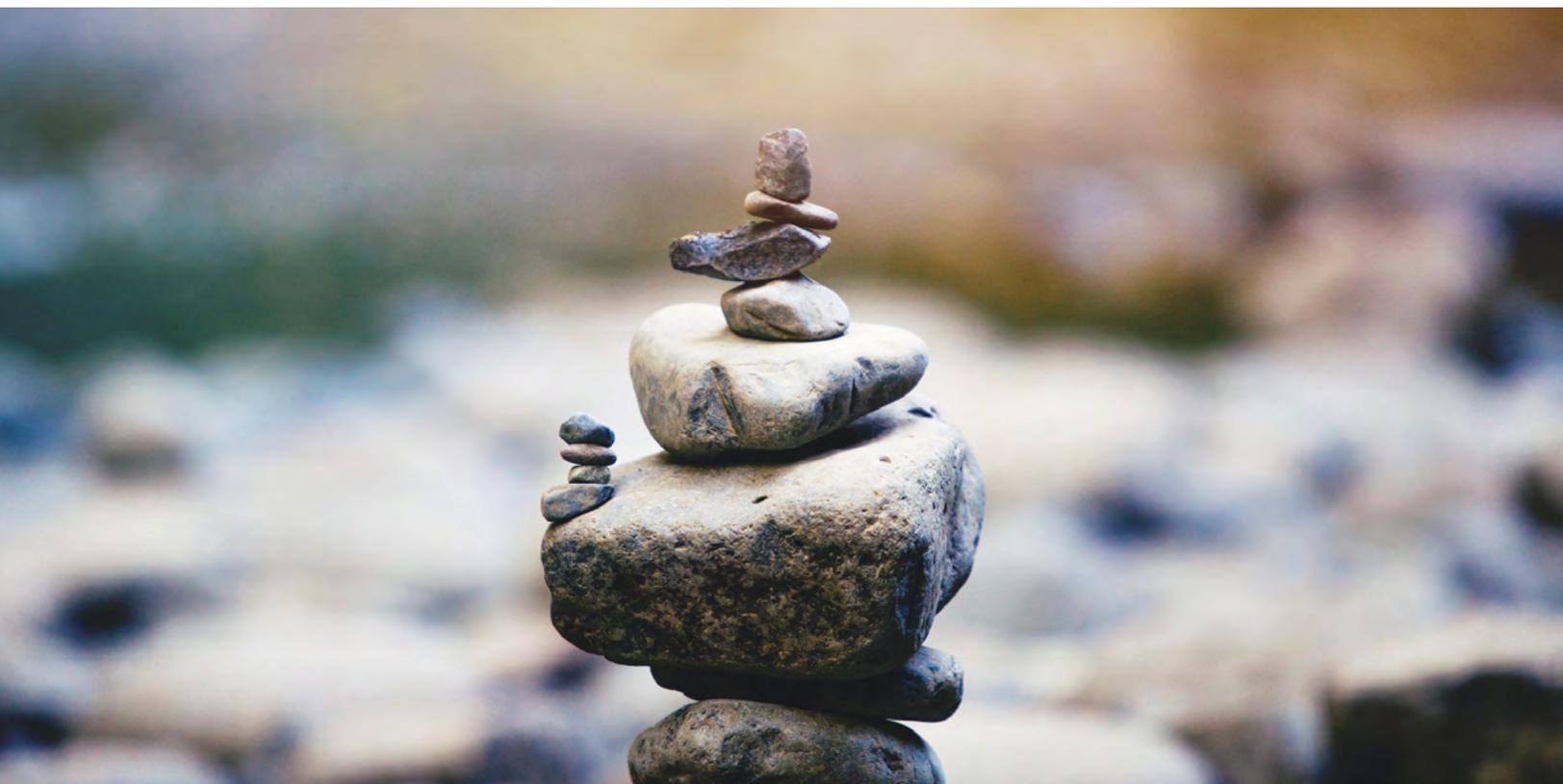
Dado que la medición realizada por el GEM en el ámbito de las aspiraciones de crecimiento está vinculada a las expectativas de generación de puestos de trabajo, hay que reconocer que los emprendedores en etapas iniciales pueden ser optimistas en sus ambiciones, sin embargo, éstas desde luego no siempre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

Como se puede observar en la **Figura 2.17**, la categoría que se destaca en etapas iniciales son los negocios que poseen un número actual de 1 a 5 trabajadores (53,45%), misma consecuencia para los establecidos (48,72%), seguido de cero trabajadores actualmente con un 39,66% para etapas iniciales y un 30,77% para los establecidos, concentrando así más del 85% de las respuestas independiente de la etapa en la cual se encuentre el emprendimiento. Además, hay que destacar una cifra importante para los establecidos ya que para esta medición un 12,82% de ellos respondió que poseen entre 6 a 19 trabajadores, un resultado positivo y diferente al 14,29% expresado para el año 2020 pero igualmente alto. Por otro lado, en cuanto al número de trabajadores potenciales, tanto para etapas iniciales como establecidos, la categoría que predomina es contratar de 1 a 5 con un 61,18% y un 45,95% respectivamente. A su vez, la segunda elección más preferida corresponde a contratar de 6 a 19 trabajadores con un 21,76% para etapas iniciales y un 21,62% para los establecidos, cabe mencionar que esta última cifra disminuyó cerca del 7%, sin embargo la opción de 20 o más aumenta en un 10,95% respecto al reporte 2020, lo cual es sumamente destacable y evidencia la predisposición de los emprendimientos establecidos a contratar más fuerza laboral para poder optar a un crecimiento general del negocio.

**Figura 2.17:** Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.



## Competitividad

Un aspecto importante de la actividad emprendedora tiene que ver con la capacidad de innovación, la competitividad y sustentabilidad de esta. El economista Joseph Schumpeter (1934) sentó las bases para vincular el emprendimiento con la innovación. Su teoría de la “destrucción creativa” plantea que los emprendedores son capaces de “romper” el equilibrio en el mercado porque pueden introducir nuevos productos, servicios o innovaciones. Estas innovaciones pueden hacer más competitivo el mercado y a su vez, ampliar las posibilidades de eficiencia y productividad. Así, la innovación es un medio por el cual los emprendedores pueden contribuir al crecimiento económico. La metodología del GEM utiliza diferentes medidas o factores que permiten tener una visión acerca de cuál es el “comportamiento de innovación y competitividad” de la actividad emprendedora. Un primer factor está relacionado con lo novedoso que es en el mercado el producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor y un segundo factor, está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares.

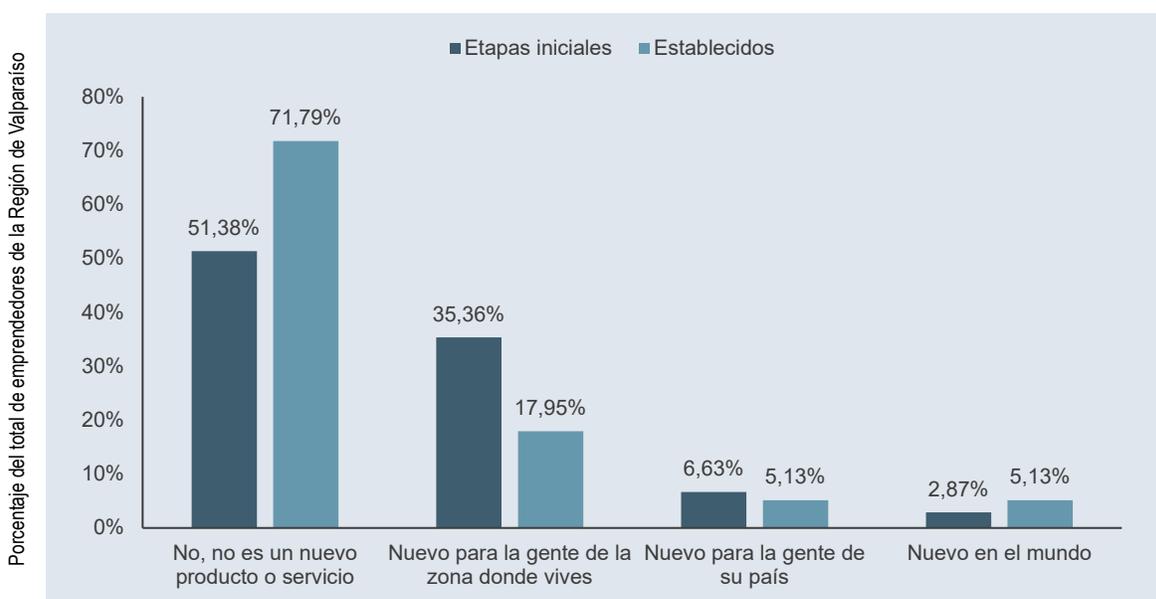
Un aspecto importante de la actividad emprendedora tiene que ver con la capacidad de innovación, la competitividad y sustentabilidad de esta. El economista Joseph Schumpeter (1934) sentó las bases para vincular el emprendimiento con la innovación. Su teoría de la “destrucción creativa” plantea que los emprendedores son capaces de “romper” el equilibrio en el mercado porque pueden introducir nuevos productos, servicios o innovaciones. Estas innovaciones pueden hacer más competitivo el mercado y a su vez, ampliar las posibilidades de eficiencia y productividad. Así, la innovación es un medio por el cual los emprendedores pueden contribuir al crecimiento económico. La metodología del GEM utiliza diferentes medidas o factores que permiten tener una visión acerca de cuál es el “comportamiento de innovación y competitividad” de la actividad emprendedora. Un primer factor está relacionado con lo novedoso que es en el mercado el producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor y un segundo factor, está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares.

Si bien muchos de estos aspectos se pueden referir al entorno competitivo de cada país, es difícil inferir si un país en particular tiene más emprendedores con potencial competitivo que otro porque simplemente los recursos no se distribuyen de forma equitativa. Una consideración importante de este indicador combinado es que, para poder comparar entre países o regiones, las condiciones de competitividad y disponibilidad de nuevos productos y servicios deben ser uniformemente distribuidas. Sabemos que esto no sucede en la realidad y que algunos países presentan altos indicadores en esta medición simplemente porque hay pocos productos o servicios disponibles, por lo cual cualquier introducción es considerada como novedosa y la competencia también es débil. Así, algunos países de economías basadas en eficiencia, Chile entre ellos, presentan los mayores índices. Esto se puede deber a que los mercados internos tal vez no sean tan competitivos o la “novedad” radica en que ciertamente no había algo similar en ese país pero que en otro contexto es de uso habitual. Un mercado relativamente pequeño como el chileno tiende a ser más competitivo internamente. Asimismo, la relativa competitividad ganada por el país en los últimos años también puede reflejar este “optimismo” por parte de los emprendedores.

La metodología del GEM utiliza diferentes medidas o factores que permiten tener una visión acerca de cuál es el “comportamiento de innovación y competitivo” de la actividad emprendedora. Un primer factor está relacionado con lo novedoso que es en el mercado el producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor. Como se puede observar en la **Figura 2.18**, existen cuatro categorías para denotar cuán novedoso es el emprendimiento realizado: “No, no es un nuevo

producto o servicio”, “Nuevo para la gente de la zona donde vives”, “Nuevo para la gente de su país” y “Nuevo en el mundo”. La categoría que más concentra respuestas resulta ser que no es un nuevo producto o servicio tanto en emprendimientos en etapas iniciales (51,38%) y establecidos (71,79%). Luego, se sitúa que el producto o servicio es nuevo para la gente de la zona donde vives, en etapas iniciales (35,36%) y establecidos (17,95%); la tercera razón corresponde a nuevo para la gente del país en etapas iniciales (6,63%) y establecidos (5,13%) y, por último, nuevo en el mundo en etapas iniciales (2,87%) y establecidos (5,13%). Se pueden apreciar importantes cambios en las cifras de la primera, segunda y cuarta categoría. Para el caso de no es un nuevo producto o servicio los emprendedores en etapas iniciales disminuyeron más del 20%, mientras que para esta misma etapa lo nuevo para la gente de la zona donde vives aumentó en un importante 18,69% respecto al 2020, lo que resulta ser muy bueno. En cuanto a la cuarta categoría Nuevo para el mundo, en la etapa establecidos se experimenta un aumento del 5,13%. Esto muestra que gradualmente los emprendimientos, indistintos de su etapa, cada vez ofrecen productos o servicios más novedosos, lo que demuestra el ideal innovativo que buscan los negocios emprendedores en la V Región.

**Figura 2.18:** Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

Por su parte, otra variable se relaciona con la capacidad de explotar o usar nuevas tecnologías en procesos de producción. Usualmente, se puede asociar el uso de nuevas tecnologías a una mejor utilización de los recursos, mayor productividad, mejor calidad, entre otros. La **Figura 2.19** muestra que un 60,00% de los emprendimientos en etapas iniciales pertenecen a no nuevas tecnologías o procedimientos en sus actividades productivas y para los establecidos esta cifra alcanza un 74,36%, valor mayor al 66,67% alcanzado por estos en el año 2021. En cuanto a la segunda categoría, un 29,44% de los emprendimientos en etapas iniciales mencionó que el uso de nuevas tecnologías o procesos son nuevos para la gente de la zona donde viven y un 15,38% de los establecidos se declara de la misma manera, ambas cifras varían respecto al año 2020, lo cual se alinea con la disminución de no nuevas tecnología en Etapas iniciales y al aumento de la misma para los Establecidos. En cuanto a la tercera clasificación, un 6,67% y un 2,56% declaran usar nuevas tecnologías o procesos a nivel país, etapas iniciales y establecidos respectivamente frente a un 6,32% y un 11,90% etapas iniciales y establecidos respectivamente en el año 2020, evidenciando una significativa baja para en los Establecidos. Finalmente, un 3,89% de los emprendedores en etapas iniciales y un 7,69% de los establecidos, muestra que el uso dado de nuevas tecnologías o procesos son nuevos en el mundo versus un 2,87% y un 2,38% etapas iniciales y establecidos respectivamente en el año 2020. En la edición anterior (2020) existía un mayor porcentaje de emprendedores en etapas iniciales que consideraban que el uso de nuevas tecnologías o procesos no pasaban de ser nuevos para la gente de la zona, en esta versión hubo un cambio sustancial en dichas cifras donde muchos emprendedores establecidos consideran que están utilizando tecnologías nuevas para el país e incluso en el mundo, lo que muestra la paulatina evolución de los emprendimientos en la Región de Valparaíso que cada vez más se vinculan y asocian con tecnologías innovadoras que permiten alcanzar un mayor impacto en el rubro de sus negocios.

**Figura 2.19:** Uso de Nuevas Tecnologías o Procesos



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

El último indicador está relacionado a la actividad emprendedora y de exportación de los emprendedores de la Región de Valparaíso, estableciendo 4 categorías relacionadas con el alcance de la actividad: “Solo el ámbito del mercado local”, “Alcance del mercado nacional”, “Alcance del mercado internacional” y “No se conoce el alcance”. Como se puede observar en la **Figura 2.20**, un 68,32% de los emprendedores en etapas iniciales se desenvuelve en el ámbito del mercado local, un 29,51% lo hace con un alcance de mercado nacional y tan solo un 1,69% tiene un alcance del mercado internacional, cifra que disminuyó respecto al reporte anterior (3,64%) debido claramente a las restricciones que se generaron debido a la pandemia que se vive. Por otro lado, un 93,99% de los establecidos reconoce que no se conoce el alcance de su actividad emprendedora y de exportación.

**Figura 2.20:** Actividad Emprendedora y Exportación



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

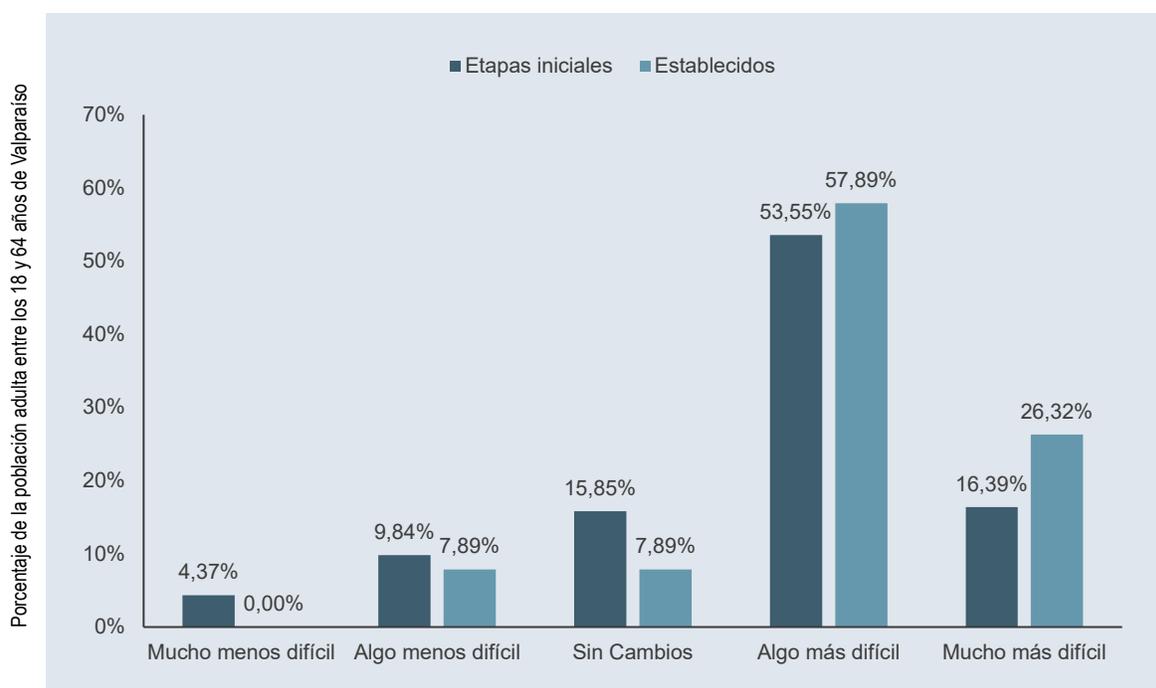
En síntesis, los indicadores mostrados de la Región de Valparaíso y otras regiones, junto con los promedios a nivel nacional, resultan posicionar de buena forma a la V Región, con emprendedores en etapas iniciales y establecidos cada vez más comprometidos con el cambio y la innovación de sus respectivos negocios, asumiendo liderazgo en sectores históricamente no tan explorados, como el sector de prestación de servicios a negocios o el sector de transformación. Además, el rol de la mujer paulatinamente va ganando terreno importante en todas las regiones del país. Por su parte, muchos emprendimientos surgen por hacer un cambio en el mundo y para ganarse la vida, motivaciones que se mantienen y explicar de mejor manera las razones por detrás de seguir con una actividad emprendedora, con una fuerte alza en el incentivo de continuar con tradiciones familiares. También, se evidenció un alza en el nivel educacional y una positiva evolución de los emprendimientos establecidos, que buscarán incrementar su volumen de fuerza laboral a futuro. Indudablemente tanto Chile como la Región de Valparaíso experimentaron retrocesos en ciertas áreas explicadas por factores exógenos como la pandemia, pero las cifras logran establecer un buen prospecto de cara al futuro, moviendo la economía, generando empleos y desarrollando nuevas ideas que, sin duda, darán que hablar en un futuro próximo.

## 2.4 EL IMPACTO DE LA PANDEMIA POR COVID-19

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor ha implementado una serie de indicadores para seguir los efectos económicos y sociales derivados de la pandemia causada por el COVID-19. Este capítulo tiene por objetivo proporcionar información sobre la evolución de las expectativas de crecimiento, la adopción de nuevas tecnologías y la respuesta del gobierno ante la crisis, entre otros.

Acerca de la dificultad para emprender, la **Figura 2.21** muestra que la mayoría de los emprendedores en etapa inicial (53,55%) y establecidos (57,89%) reconocen que es algo o mucho más, difícil emprender en el año 2021 respecto al año 2020. Esto demuestra que la dificultad de emprender es una percepción consensuada en el colectivo emprendedor, además, es relevante destacar que los emprendedores en etapa establecida son quienes más percibieron que emprender es mucho más fácil que el año pasado (26,32%) versus los empresarios en etapa inicial (16,39%).

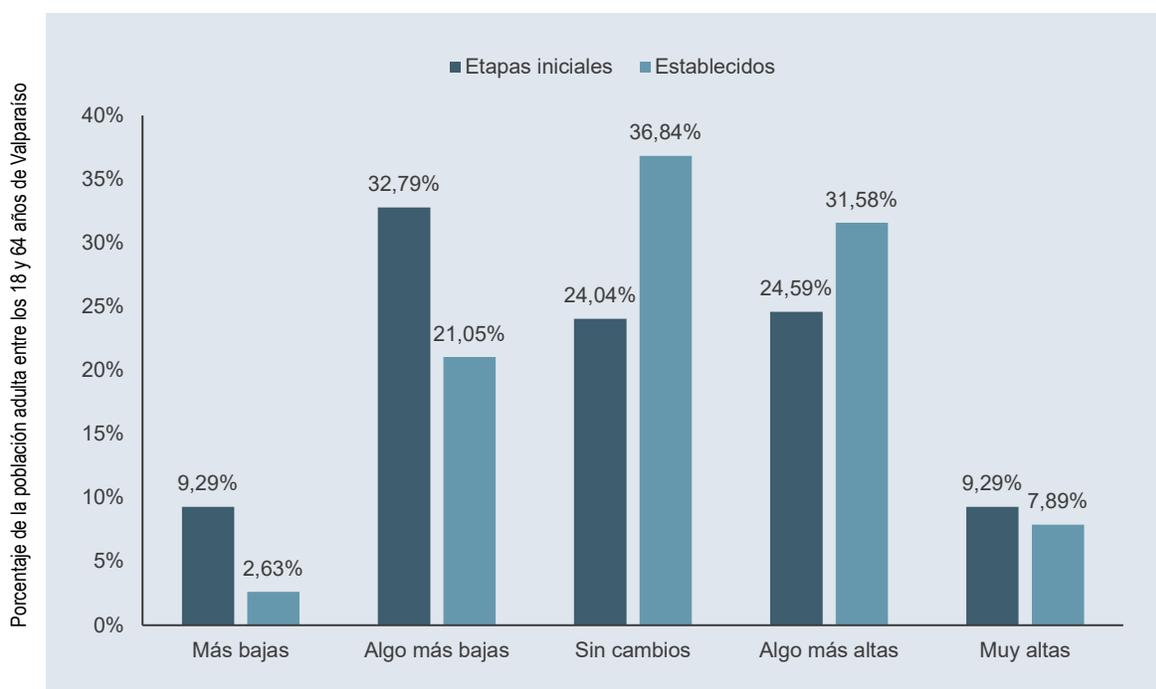
**Figura 2.21:** Dificultad de crear una empresa respecto al año anterior



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

Según las expectativas de crecimiento, se puede observar en la **Figura 2.22** que los emprendedores se mantienen conservadores respecto a la posible recuperación económica. Los emprendedores pertenecientes a ambas etapas del proceso emprendedor anticipan que sus expectativas de crecimiento respecto al 2020 no han tenido cambio, son algo más bajas o mucho más bajas. A pesar de lo anterior, existe un pequeño grupo de emprendedores que indica que sus expectativas respecto a 2020 son algo más altas o muy altas. Es importante destacar, que la segunda preferencia es distinta dependiendo de la etapa en que se encuentre el emprendimiento, por un lado, se tiene que para un 32,79% empresarios iniciales las expectativas son algo más bajas, mientras que, por otro lado, en el caso de los emprendedores establecidos se tiene que un 31,58% de ellos cuenta con expectativas algo más altas.

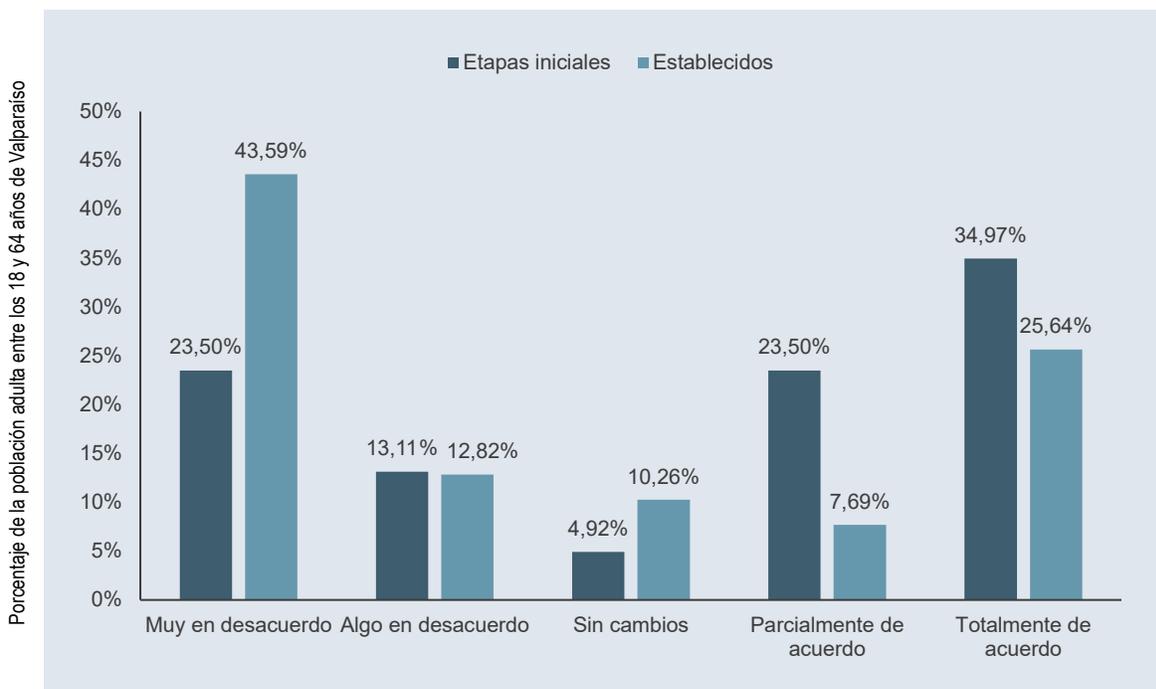
**Figura 2.22:** Expectativas de crecimiento respecto al año anterior



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

Respecto a las oportunidades de negocio generadas a raíz de la pandemia, la **Figura 2.23** muestra que la mayoría de los emprendedores en etapa inicial (34,97%) reconoce que la pandemia ha generado nuevas oportunidades de negocio, mientras que, por el contrario, la mayoría de los empresarios establecidos (43,59%) está en completo desacuerdo con la afirmación, es decir, se mantienen divididos frente a la identificación de nuevas oportunidades de hacer negocios.

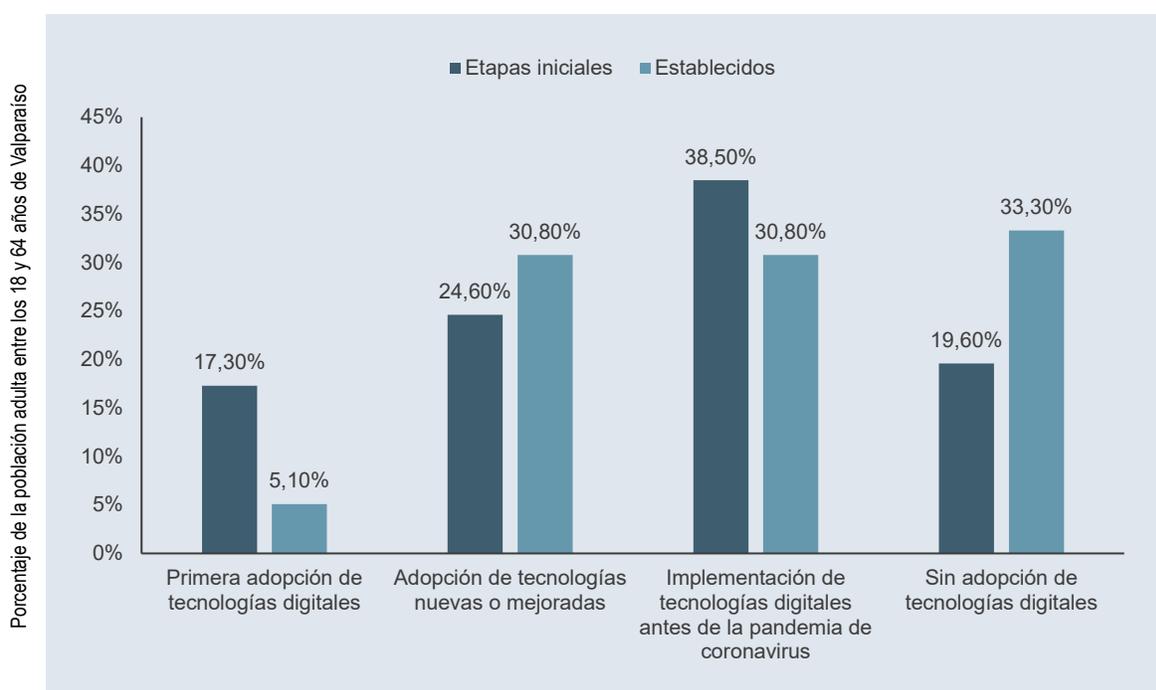
**Figura 2.23:** Oportunidades generadas por la pandemia COVID-19



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

En materia de transformación digital, la **Figura 2.24** refleja el impacto que ha tenido la pandemia COVID-19 en la adopción de tecnologías digitales. En cierto grado estos procesos se han visto acelerados por causa de la pandemia, para el caso de los emprendedores en etapa inicial la tendencia es clara, en su mayoría (38,50%) han implementado tecnologías desde antes del comienzo de la pandemia. Sin embargo, los emprendedores en etapa establecida tienen preferencias divididas, como se puede observar, tanto la opción de adopción de tecnologías nuevas o mejoradas, implementación de tecnologías digitales antes de la pandemia y sin necesidad de adopción de tecnologías digitales, cuentan con un porcentaje de preferencia que rodea el 30%.

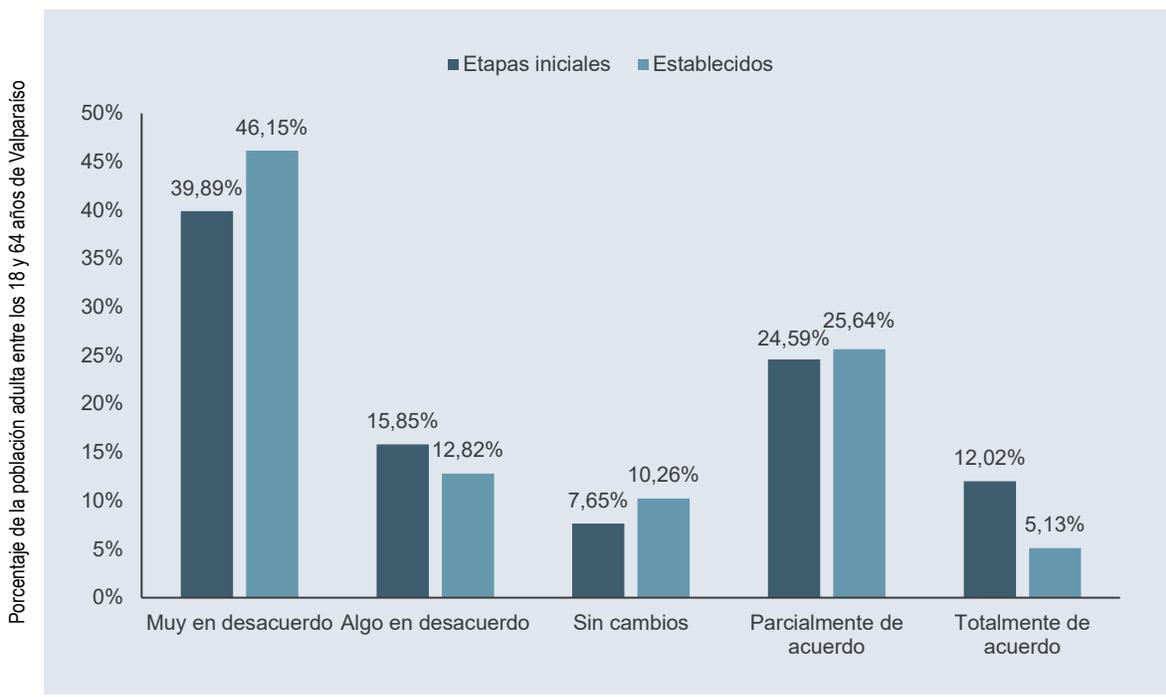
**Figura 2.24:** Adopción de tecnologías originadas por la pandemia COVID-19 - Chile



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

En relación con la respuesta de las instituciones gubernamentales a la pandemia, es posible observar en la **Figura 2.25** que la mayoría de los emprendedores mantienen una percepción bastante negativa respecto a la efectividad de las acciones implementadas por el Gobierno. Gran parte de los emprendedores en etapa inicial (39,89%) como de los establecidos (46,15%), creen que el gobierno no ha respondido de forma efectiva a las consecuencias del COVID-19. Aún así, es importante mencionar que alrededor del 30% está al menos de acuerdo o en conformidad con las medidas implementadas.

**Figura 2.25:** Respuesta de instituciones gubernamentales a la pandemia COVID-19



Fuente: GEM, Encuesta a población adulta (APS), Región de Valparaíso 2021.

# 3 CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO

El marco conceptual del GEM reconoce nueve condiciones del contexto que determinan la actividad emprendedora de un país. La evaluación de estas condiciones es capturada a través de la Encuesta Nacional de Expertos (NES). En este capítulo se presenta el análisis de cada uno de los componentes del contexto que son indispensables para entender el proceso de creación de nuevos negocios y para potenciar la dinámica de los negocios existentes.

## 3.1 MODELO GEM Y ENCUESTA A EXPERTOS

Adoptando el marco conceptual del GEM y la literatura sobre emprendimiento, la actividad intra-emprendedora está condicionada a una serie de factores que la pueden fortalecer o retraer en el contexto en el que se desarrolla (Reynolds et al., 2005; Welter et al., 2011). Recientemente, estudios han asociado estas condiciones a un “ecosistema emprendedor” que es un grupo interconectado de personas emprendedoras (potenciales, nacientes y establecidas), de agentes financiadores (empresas, capital de riesgo, inversionistas ángeles, bancos) y de organizaciones promotoras (universidades, agencias del sector público) asociadas a la diversidad de iniciativas emprendedoras (social, inclusivo, alto potencial de crecimiento, serial) y con una orientación de generar valor en el territorio (Mason & Brown, 2014, p. 5). De ahí la importancia del análisis de las condiciones óptimas para emprender en ciertos entornos (Stam & Spigel, 2016) en el desarrollo de las agendas públicas de diversos gobiernos en materia de emprendimiento (Acs et al., 2015).

La encuesta NES está diseñada para conocer las principales condiciones del contexto que conforman el ecosistema emprendedor. En concreto, la **Tabla 3.1** resume nueve condiciones que adopta la metodología del GEM para medir el ecosistema emprendedor de una ciudad, región o país. La metodología de la encuesta NES requiere de al menos 4 expertos o informantes claves en cada una de las nueve condiciones (un mínimo de 36 expertos regionales). El perfil de los expertos entrevistados está vinculado a su experiencia en cada una de esas condiciones buscando una representatividad de género y profesional (emprendedores, académicos, técnicos de apoyo al emprendimiento, tomadores de decisión y agentes financieros, entre otros).

**Figura 3.1:** Condiciones de la Actividad Emprendedora que analiza la encuesta a expertos del GEM

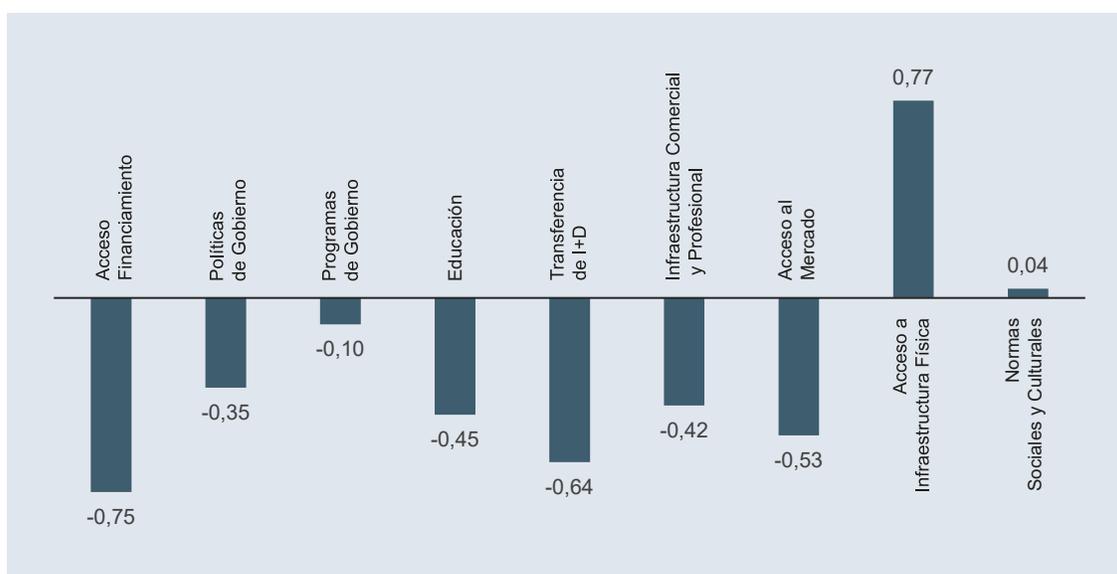
<b>Apoyo financiero</b>	Se refiere a la disponibilidad y facilidad de acceso a recursos financieros —capital y deuda— para empresas nuevas y en crecimiento (incluyendo subsidios, inversión informal, capital de riesgo y crowdfunding, entre otros). Desde 2021, tiene dos componentes: (i) Financiamiento al emprendimiento. (ii) Facilidad de acceso.
<b>Política pública</b>	Se refiere al grado en que las políticas del gobierno apoyan el emprendimiento. Tiene dos componentes: (i) Relevancia económica del emprendimiento. (ii) Impuestos y regulaciones son neutros o promueven nuevas empresas y aquellas en crecimiento.
<b>Programas de gobierno</b>	Se refiere a la existencia y calidad de los programas para ayudar directamente a las nuevas empresas y a aquellas en crecimiento a nivel nacional, regional y municipal.
<b>Educación para el Emprendimiento</b>	Se refiere a la medida en que el entrenamiento para crear o dirigir empresas es incorporado en el sistema educacional y de formación. Tiene dos componentes: (i) Educación para el emprendimiento en educación primaria y secundaria. (ii) Educación para el emprendimiento en educación post secundaria..
<b>Transferencia de I+D</b>	Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales que estén al alcance de empresas nuevas y en crecimiento.
<b>Infraestructura profesional</b>	Se refiere a la disponibilidad de servicios, derechos de propiedad, comercial, contables y tecnológicos, así como de instituciones y profesionales que apoyan empresas nuevas y en crecimiento.
<b>Acceso al mercado interno</b>	Se refiere al nivel de cambio en el mercado y la facilidad con la que las firmas nuevas pueden entrar al mercado. Tiene dos componentes: (i) Dinamismo del mercado interno. (ii) Apertura del mercado interno.
<b>Infraestructura física</b>	Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte y espacios) a un precio que no discrimine entre empresas.
<b>Normas sociales y culturales</b>	Se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales promueven la creación de nuevos negocios que permiten mejorar el ingreso y bienestar personal.

Fuente: Reporte Nacional de Chile 2021.

## 3.2 ANÁLISIS GENERAL DE LOS FACTORES

Los resultados de la encuesta a expertos para las variables de contexto tradicionalmente evaluadas en el reporte GEM se presentan en la **Figura 3.2**. En base a las respuestas de los expertos se logra observar que las dos variables más destacadas y que se encuentran positivas en el gráfico resultan ser Acceso a Infraestructura física (0,77), la cual muestra un significativo aumento en su evaluación, y Normas Sociales y Culturales (0,04). Si bien este comportamiento sigue la misma tendencia que en versiones anteriores del reporte, tanto en aquellas variables mejor como peor evaluadas, para la presente edición se registra una clara disminución particularmente en Normas Sociales y Programas de gobierno.

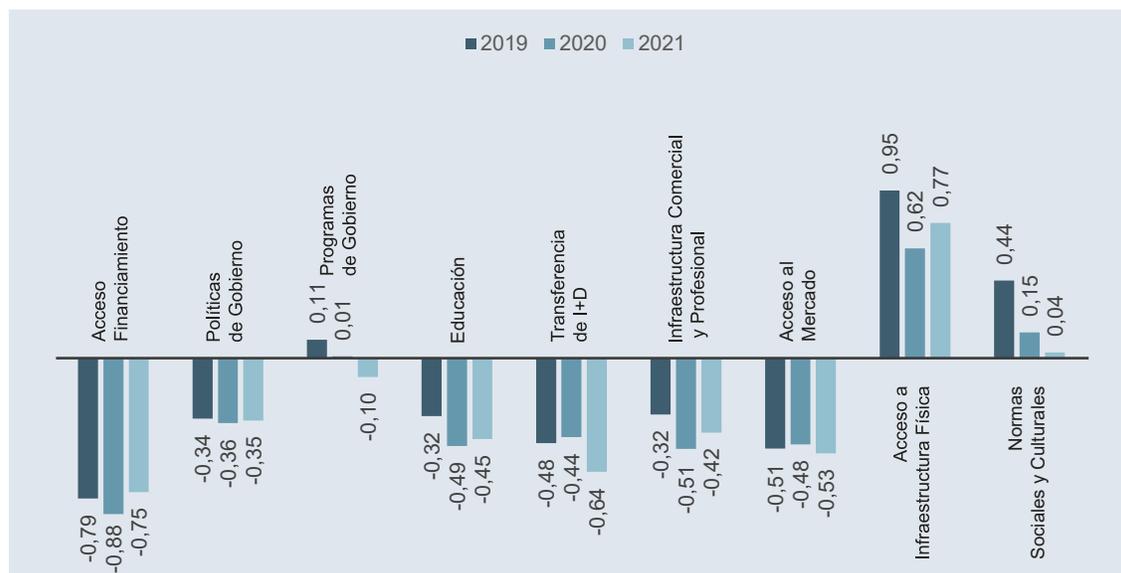
**Figura 3.2:** Evaluación del contexto emprendedor en Valparaíso. Resultados de encuesta a expertos



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2021.

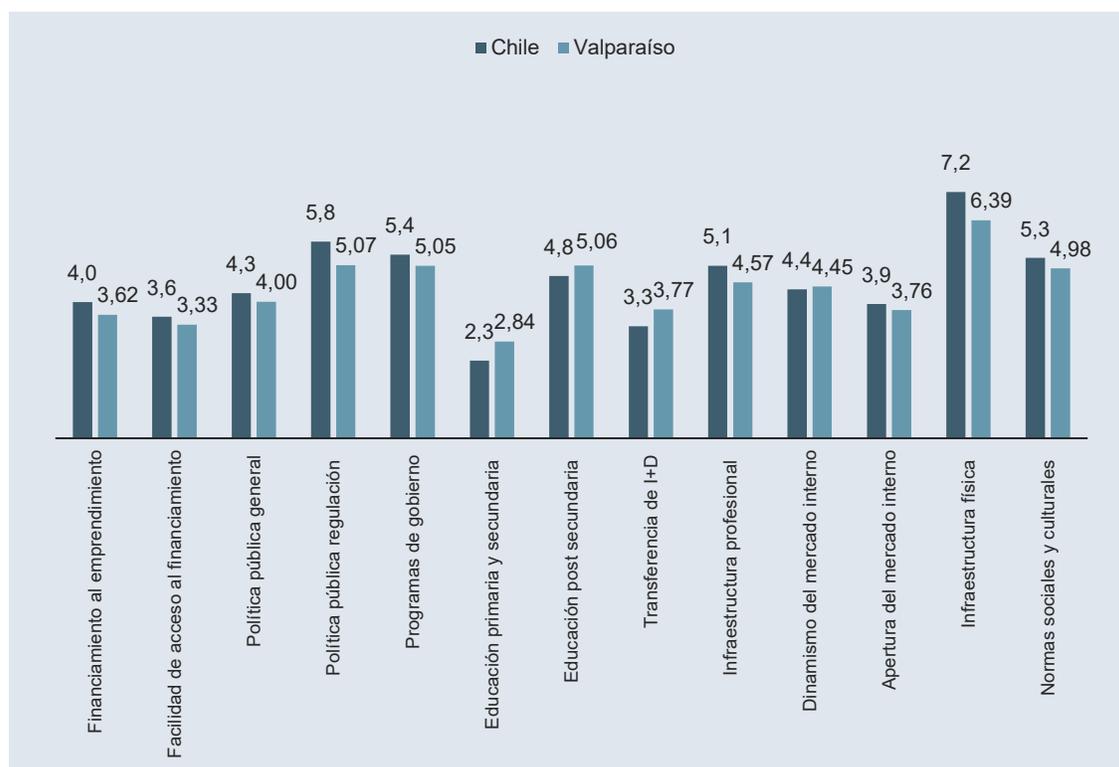
Por otro lado, los indicadores más críticos resultan ser Acceso a financiamiento (-0,75), Transferencia de I+D (-0,64), Acceso al mercado interno (-0,53), Educación (-0,45) e Infraestructura Comercial y Profesional (-0,42), estas últimas dos, si bien siguen siendo negativas, muestran una mejora respecto al año anterior.

**Figura 3.3:** Contexto emprendedor en la Región de Valparaíso comparativo de encuestas a expertos 2019-2020-2021.



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2021.

La **Figura 3.3** muestra cada factor comparado con sus resultados obtenidos en versiones anteriores. Cabe destacar que, si bien general se registran valores negativos, varios factores mejoraron el escenario respecto a la medición. En ese sentido, se puede destacar una recuperación de la situación para las dimensiones de Acceso financiero (-0,88 este año frente a -0,79 en las mediciones anteriores), Educación (-0,45 este año frente a -0,49 y -0,32 de años anteriores), Infraestructura comercial y profesional (-0,42 este año frente a -0,51 y -0,32 de mediciones pasadas), y también Acceso a infraestructura física (0,77 este año frente a 0,62 y 0,95 en las ediciones pasadas).

**Figura 3.4:** Contexto emprendedor comparativo Chile vs Región de Valparaíso de encuesta a expertos 2020

Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), 2021.

Finalmente, al comparar los resultados de la región con aquellos observados a nivel nacional, es posible evidenciar una tendencia similar entre las respectivas evaluaciones donde claramente la Región de Valparaíso muestra indicadores levemente inferiores al país. No obstante, las dimensiones relacionadas a la educación como parte del ecosistema emprendedor regional reciben una calificación más alta que en la medición nacional, lo cual es una buena noticia para el trabajo desarrollado para fomentar el emprendimiento tanto en educación primaria y secundaria como post secundaria incluyendo la formación técnica y profesional además de la transferencia I+D que es altamente valorada por los expertos consultados.

Estos factores logran evidenciar el apoyo que, a mirada de los expertos, reciben los emprendedores de la Región de Valparaíso. Aún se necesita mejorar en algunos ámbitos, pero el trabajo ha ido al alza en comparación con años anteriores, por medio de esto, se puede garantizar un mayor desarrollo de aquellos negocios que posean una iniciativa interesante y que aporte al crecimiento económico regional, sustentándose, a su vez, en modelos de negocios estratégicamente diseñados para hacer que las empresas evolucionen y mejoren con respecto a los objetivos establecidos de manera previa, al iniciar un emprendimiento.

### 3.3 APOYO FINANCIERO

Existen diversas formas de obtener financiamiento, sin embargo, los expertos consultados manifiestan que estos medios no poseen el alcance suficiente para llevar a cabo un emprendimiento naciente novedoso, independiente de la región en cuestión. En primer lugar, un 56% se muestra en desacuerdo con que existen subsidios públicos disponibles en oposición al 35% que manifestaba estar de acuerdo en 2020, lo cual muestra una significativa mejora en las evaluaciones, además un 85% manifiesta estar en desacuerdo con que las entidades financieras privadas entregan los medios necesarios para aportar a las distintas tareas vinculadas con un emprendimiento, coincidiendo de esta forma con el valor del 2020 y un 89% no cree que hay suficiente financiamiento procedente de prestamistas privados tipo “crowdfunding” para las empresas nuevas y en crecimiento (92% en 2020). De esta manera, los expertos, en términos globales, visualizan un panorama más positivo en relación con obtener financiamiento por entidades públicas respecto al año anterior.

Destacando otras evaluaciones que muestran mejoras, un 65% de los expertos se encuentra en desacuerdo con que hay suficiente financiamiento para emprendedores, proporcionado por inversores informales, distintos a los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento (75% en 2020), además, un 87% se encuentra en desacuerdo que hay suficiente financiamiento a través de la apertura bursátil para las empresas nuevas y en crecimiento (90% en 2020).

Analizando el escenario de forma general, si bien se observan mejoras en algunos puntos, los expertos siguen considerando que las vías de financiamiento no son suficientes y es difícil acceder a algún tipo de opción que sea viable para llevar a cabo un emprendimiento, resultando repercutir en expectativas desalentadoras para los emprendedores nacientes y establecidos particularmente en medio de la pandemia.

**Figura 3.5:** Apoyo Financiero



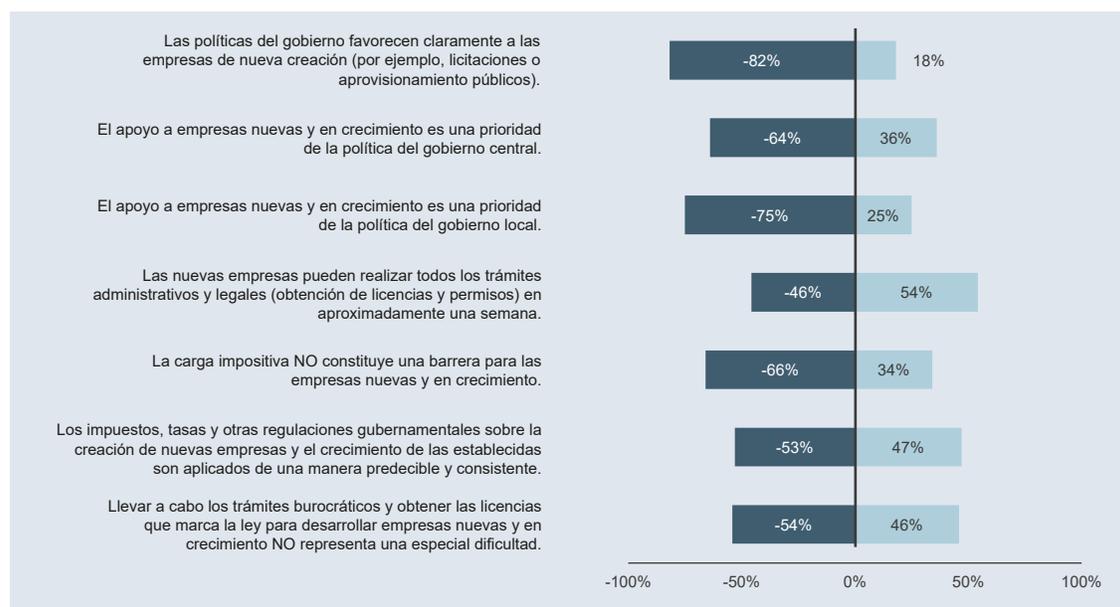
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2021.

### 3.4 POLÍTICA PÚBLICA

En relación con las políticas de gobierno ciertos indicadores tuvieron una mejoría, mientras que otros mantienen una clara similitud a mediciones anteriores. Un 54% se encuentra en acuerdo con que las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana, un crecimiento con respecto a la medición 2020 (49%). Asimismo, la idea relacionada a que la carga impositiva NO constituye una barrera para las empresas nuevas y en crecimiento (34%) también aumenta con respecto al año 2020 (33%). Asimismo, un 46% se encuentra de acuerdo con que llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento NO representa una especial dificultad, respecto al 38% del año anterior.

Respecto a que las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo, licitaciones o aprovisionamiento públicos) se observa un aumento del 2% en el desacuerdo, respecto a la evaluación pasada realizada por los expertos, alcanzando de esta forma un porcentaje igual al 82%. Lo cual muestra un leve empeoramiento en relación con la tramitación de asuntos legales y los esfuerzos de agilizar los procesos por parte de las entidades gubernamentales.

**Figura 3.6:** Política Pública



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2021.

### 3.5 PROGRAMAS DE GOBIERNO

Según los expertos, solo un 43% cree que puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público (ventanilla única) contra el 30% de aprobación el año 2020, evidenciando un significativo aumento. Sin embargo, que los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento, posee tan solo un 27% de expertos en acuerdo (68% en 2020) y un 58% se encuentra en desacuerdo con que casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades (68% en 2020).

Por otra parte, un 55% se encuentra de acuerdo con que existe un número adecuado de programas gubernamentales que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas (53% en 2020) y un 74% está de acuerdo con que los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces (67% en 2020). Esto refuerza la tendencia evidenciada en las últimas mediciones con respecto a una mejor percepción de la agilización de procesos, tanto de registros, consultas y trámites que son llevados por este tipo de profesionales encargados se asesoras a nuevas empresas.

**Figura 3.7:** Programas de Gobierno



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2021.



PEDIR  
AQUI

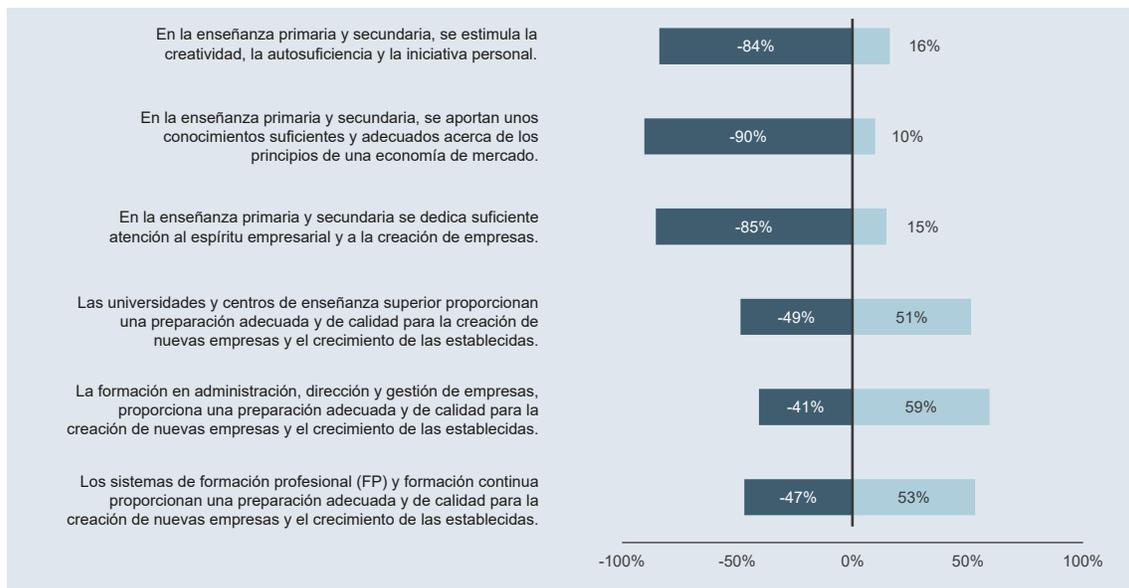
### 3.6 EDUCACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

Los resultados arrojan que el 84% de los expertos no está de acuerdo con que la enseñanza primaria y secundaria estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal, resultado mejor al del año 2020 (92%). Por otra parte, el 90% piensa que estos niveles educacionales no aportan los conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado y, por tanto, no entregan la información necesaria para lograr entender como ingresar o mantenerse en un mercado de alto nivel competitivo, en efecto, un 85% manifiesta que la educación primaria y secundaria no dedica la atención suficiente al espíritu empresarial y a la creación de empresas. Si bien, se muestra una mejora en las evaluaciones respecto al año 2020, existe una tendencia clara y consistente en el tiempo, que declara que el nivel de enseñanza primaria y secundaria no entrega los conocimientos y motivaciones suficientes para promover la actividad emprendedora en jóvenes estudiantes que en consecuencia no consideran una carrera emprendedora como una opción viable relacionada con su futuro laboral.

Promover la idea de emprender y mostrarla como un camino factible materializada en un modelo de negocios debe realizarse en edades tempranas del estudiante para provocar un mayor impacto en su desarrollo como futuros profesionales que busquen crear un emprendimiento sustentable en el tiempo y que permita generar un aporte al desarrollo económico regional, ya sea a nivel local e idealmente, nacional. Por estas razones, los expertos afirman que la educación básica y media del país no logra generar las instancias propicias para alcanzar este objetivo, al contrario, posponen y traspasan esta responsabilidad a las instituciones de educación superior, relegando la posibilidad de innovar en edades tempranas.

En línea con lo mencionado, un 53% piensa que las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas (55% en 2020) y un 59% de los expertos se encuentran de acuerdo con que la formación en administración, dirección, y gestión de empresas, entregue una preparación adecuada para emprender (62% en 2020). Finalmente, un 51% está de acuerdo con que los sistemas de formación profesional y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad (66% del año 2020), evidenciándose de esta forma un empeoramiento en las evaluaciones respecto a la preparación otorgada por parte de los centros superiores.

**Figura 3.8:** Educación para el Emprendimiento



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2021.



### 3.7 TRANSFERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

En relación con la transferencia de Investigación y Desarrollo en las actividades emprendedoras los niveles de aprobación siguen siendo bajos en gran parte de los indicadores y, además, se experimentó una baja de esta misma respecto a las mediciones pasadas. Los expertos sostienen en tan solo un 29% que las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento (36% en 2020 y 30% en 2019). De igual forma, un 17% se encuentra de acuerdo respecto a que los subsidios y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas (33% en 2020), similar al 21% que manifiesta estar de acuerdo con que existe apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas (32% en 2020). Asimismo, existe también un empeoramiento en la percepción (44% de acuerdo) respecto de que la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global (65% en 2020).

Similar a la evaluación pasada, solo un 18% se encuentra de acuerdo con que las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas (20% en 2020) y, siendo la única en experimentar mejora, un 20 % está de acuerdo con que las empresas nuevas y en crecimiento pueden costear las últimas tecnologías (7% en 2020).

En pocas palabras, se ha aumentado significativamente la percepción negativa acerca de la idea relacionada con que la innovación y tecnología aporta a la creación de empresas con bases sólidas. Además, la innovación y la tecnología no se transfieren de forma eficiente y su acceso es sumamente restringido, lo que dificulta la proliferación de nuevas ideas y la mejora continua de nuevas tecnologías descubiertas, lo cual a su vez se suma a la falta de apoyo económico hacia científicos e ingenieros que trabajan en empresas en crecimiento.

**Figura 3.9:** Transferencia de I+D



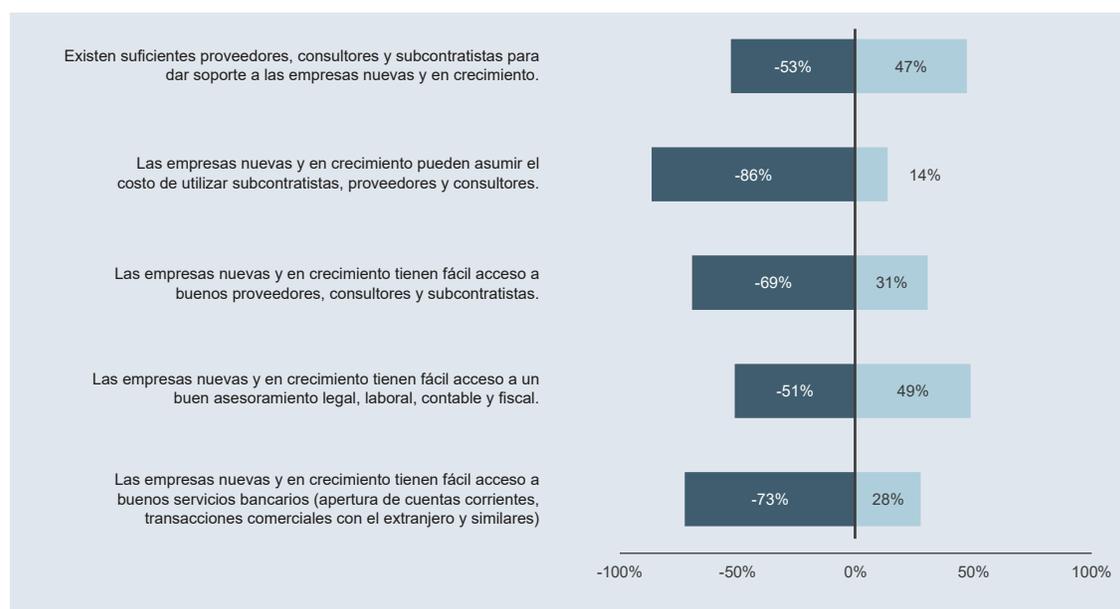
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2021.

### 3.8 INFRAESTRUCTURA PROFESIONAL

Este año la opinión de los expertos muestra una disminución en su inconformidad con respecto al acceso de proveedores, asesoramiento y servicios bancarios, en efecto, un 51% se encuentra en desacuerdo con que las empresas nuevas y en crecimiento tienen un fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas (73% en 2020), lo que va de la mano con el 51% en desacuerdo con que las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal (61% en 2020). Estas ideas encajan con que las empresas nuevas y en crecimiento no tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios tales como apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero y similares (73% en desacuerdo). Por otra parte, un 14% de los expertos concuerda con que las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de utilizar subcontratistas, proveedores y consultores, porcentaje que si bien aumentó respecto a la evaluación pasada sigue siendo sumamente bajo en relación con los otros enunciados (10% en 2020).

De igual forma, un 47% de los expertos se encuentra de acuerdo con la idea de que existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento (64% en 2020).

**Figura 3.10:** Infraestructura Profesional



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2021.

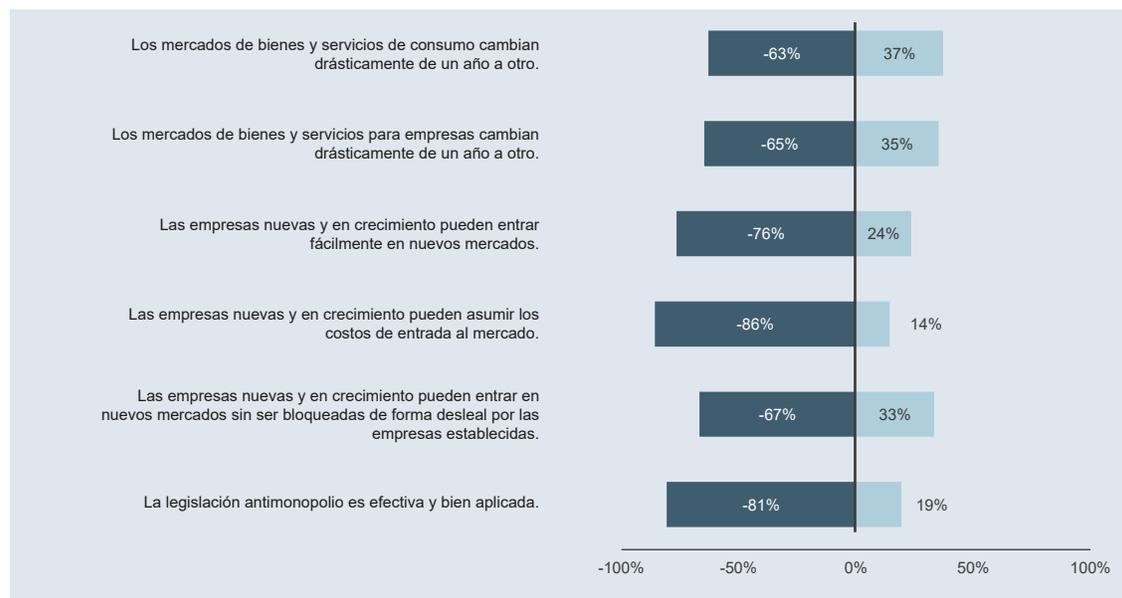
### 3.9 APERTURA AL MERCADO INTERNO

Con respecto a la Apertura al Mercado, la opinión de los expertos es que los mercados de bienes y servicios de consumo muestra un empeoramiento de un año a otro (37% de acuerdo). Misma idea con que los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un año a otro (35% de acuerdo).

En cuanto a la existencia de una libre competencia de mercado existe una mejora, en efecto, un 33% piensa que efectivamente las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas, mejor al 18% del año previo. Sin embargo, un 19% se encuentra a favor de la idea de que la legislación antimonopolio es efectiva y bien aplicada, porcentaje inferior al 21% del año 2020.

Finalmente, un 24% cree que las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados (28% en 2020). De esta manera, a pesar de que, los mercados de bienes y servicios, tanto de consumo como para empresas, ven su movimiento con tendencia a la baja respecto a las mediciones de años consecutivos, se considera que la entrada de nuevas empresas es ligeramente más accesible que otros años, proporción que va aumentando periodo tras periodo.

**Figura 3.11:** Apertura al Mercado Interno



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2021.

### 3.10 ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

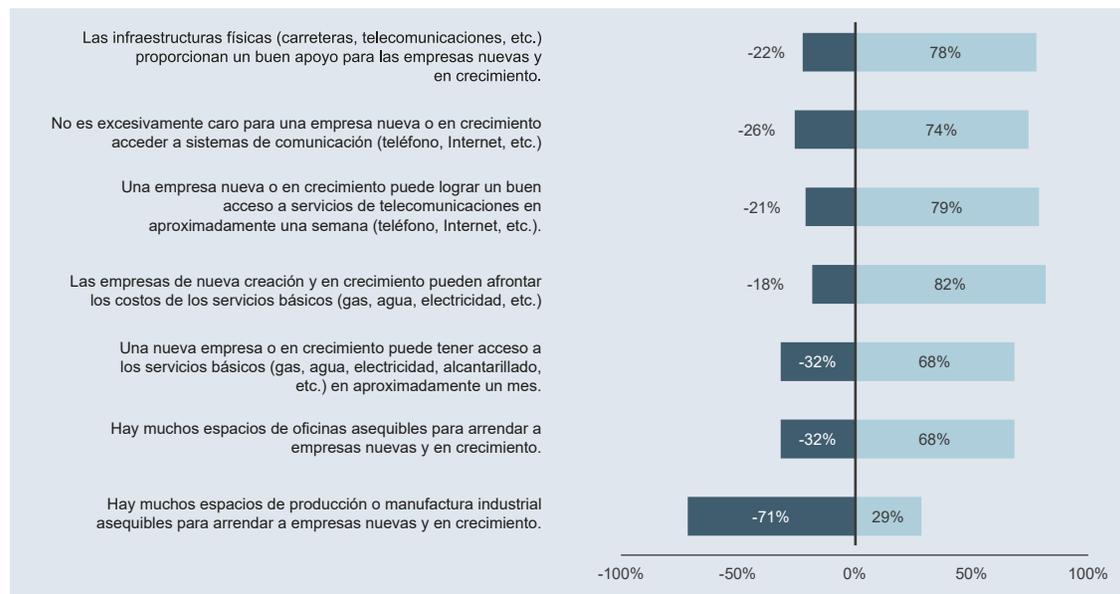
El acceso a la infraestructura física siempre a logrado reunir y presentar opiniones favorables de los expertos en la materia, alegando un buen apoyo en términos estructurales, acceso a servicios básicos, entre otros. Durante la medición del año 2021 esta positiva percepción se mantiene constante y en aumento para la mayoría de los enunciados. Un 78% de los expertos se encuentra de acuerdo con que las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento (73% en 2019). Asimismo, un 82% considera que no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación tales como teléfono, Internet, entre otros (67% en 2020) y un 73% piensa que las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.), inferior al 74% de 2020 y 82% de 2019.

Por otra parte, un 68% apoya la idea de que una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos tales como gas, agua, electricidad, alcantarillado, entre otros, en aproximadamente un mes (77% en 2020).

En suma, el ambiente resulta ser propicio al igual que en años anteriores, es decir, las nuevas empresas o en crecimiento pueden obtener aquellos servicios básicos necesarios para su funcionamiento en un tiempo razonable y, además, no resulta ser un gasto excesivo.

Cabe mencionar que se observa un relevante aumento en el porcentaje de desacuerdo (71%) respecto a que hay muchos espacios de producción o manufactura industrial asequibles para arrendar a empresas nuevas y en crecimiento, en relación con la medición pasada (46%).

**Figura 3.12:** Acceso a la Infraestructura Física



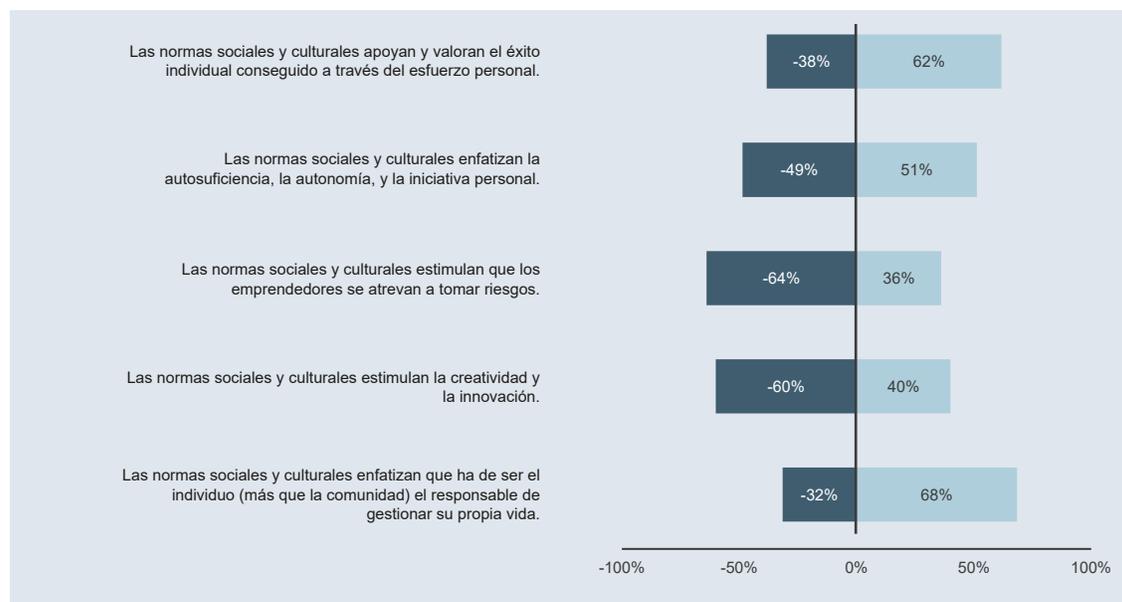
Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2021.

### 3.11 NORMAS SOCIALES Y CULTURALES

Al igual que el punto anterior, el ítem de Normas Sociales y Culturales históricamente ha presentado opiniones favorables por parte de los expertos en cuanto a la percepción del entorno hacia el emprendimiento y las personas que practican actividades emprendedoras, ya que son aceptados y vistos de buena forma por la sociedad. No obstante, para la presente edición se registra un peor escenario de los indicadores a nivel general, lo cual sin duda tiene relación con la pandemia y medidas de restricción de desplazamiento.

En ese sentido, un 51% se encuentra de acuerdo con que las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal (56% en 2020). Ahora, enfocándose en las capacidades individuales de los emprendedores, un 68% se encuentra de acuerdo con que las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida (66% en 2020). Mas aún, un 62% de los expertos consideran que las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal, registrando un descenso respecto de la última medición (66%). Además, solo un 40% piensa que las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación, inferior al 44% obtenido del año 2020. Y por último, los expertos consideran que las normas sociales y culturales no estimulan que los emprendedores se atrevan a tomar riesgos (64%).

**Figura 3.13:** Normas Sociales y Culturales



Fuente: GEM. Encuesta a Expertos (NES), Región de Valparaíso, 2021.



## CONSIDERACIONES FINALES

El GEM permite contar con indicadores anuales de las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de la población adulta, así como también de la opinión de expertos nacionales y regionales, lo cual sin duda contribuye a que este estudio sea un referente importante dentro del ecosistema emprendedor mundial. Desde el año 2007 ha sido desarrollado en la Región de Valparaíso, lo que ha permitido monitorear los avances y desafíos pendientes que existen para transformar al emprendimiento en uno de los principales motores de la economía de nuestra región.

Este nuevo ciclo 2021-2022 del GEM Región de Valparaíso incluye también un análisis del impacto de la pandemia por COVID-19 en los emprendimientos de la nuestra región.

El reporte este año da cuenta nuevamente de actitudes favorables hacia el emprendimiento por parte de la población adulta de la región, destacándose así una positiva percepción de las oportunidades para emprender, de las capacidades emprendedoras, y un escaso temor a fracasar poniendo en evidencia el carácter, resiliencia y tenacidad de los habitantes de nuestra región. En este contexto, se destaca por sobre todo la positiva percepción de oportunidades para emprender en comparación al año pasado lo que en parte obedece a un 2021 con medidas de confinamiento menos estrictas que 2020 y, por ende, con menor incertidumbre del escenario económico en la opinión de la población general.

La actividad emprendedora en tanto registra un significativo aumento del indicador actividad emprendedora en etapa inicial (TEA) respecto del año anterior. En cuanto a las motivaciones para emprender, se destacan la actividad emprendedora para ganarse la vida porque los trabajos son escasos y la actividad emprendedora por hacer una diferencia en el mundo siendo ambas motivaciones mayores a la media nacional. Esto refleja una mezcla interesante de investigar entre una declaración de motivación de trascendencia y otra más cercana a un emprendimiento por necesidad, podemos afirmar entonces que los emprendedores de nuestra región sueñan con un mundo mejor pero siempre de forma responsable y realista.

En cuanto a la composición de esta actividad emprendedora, se mantiene relativamente constante respecto de las últimas mediciones, con una tendencia a incorporar una cada vez mayor proporción de mujeres liderando emprendimientos siendo casi equivalente a los emprendimientos liderados por hombres de la Región. Asimismo, en términos etarios se aprecia una mayor participación de jóvenes y en consecuencia un menor nivel educacional concentrando emprendimientos en etapas iniciales. Los emprendimientos en general se concentran en niveles socioeconómicos C2 y C3, no obstante, también se observa una alta concentración en ABC1 para el caso de emprendimientos establecidos. Tanto en etapas iniciales como establecidos se dedican principalmente al sector de servicios al consumidor final.

Las aspiraciones emprendedoras por otra parte muestran un emprendimiento cada vez más confiado en cuanto a sus expectativas de crecimiento, pero sin mayor uso de nuevas tecnologías, expansión e internacionalización. No obstante, es importante recoger que este año se observa un leve aumento en la percepción de la innovación tanto de procesos productivos como de novedad del producto para la región, país y el mundo.

La evaluación del entorno y las condiciones para el emprendimiento por parte los expertos consultados en la presente edición muestran opiniones consecuentes a lo evidenciado en los últimos años evidenciando una leve mejora respecto del período anterior, lo que muestra una

menor incertidumbre producto del relajamiento de las medidas de confinamiento de 2021 frente al 2020. Al respecto, cabe destacar nuevamente este año la positiva valoración de los expertos consultados en cuanto al acceso a infraestructura física y las normas sociales y culturales. Asimismo, destaca para esta edición nuevamente el avance en la valoración de los expertos consultados respecto de la educación para el emprendimiento, la infraestructura comercial y profesional, acceso a financiamiento y las políticas de gobierno. Por otra parte, se evidencia un retroceso en cuando a la valoración de los expertos respecto de los programas de gobierno para el apoyo al emprendimiento, transferencia I+D, y acceso al mercado.

En resumen, la presente medición deja un panorama alentador en cuanto a la positiva actitud y valoración del emprendimiento por parte de la población adulta, además de la positiva percepción de oportunidades y capacidades emprendedoras y cada vez menor temor a fracasar, siendo emprendimientos liderados por personas jóvenes, con mayor participación femenina, y un menor nivel educacional, motivados tanto por mejorar el mundo como por ganarse la vida. Sin embargo, esto se ve mermado por débiles aspiraciones de expansión, internacionalización y uso de tecnologías en sus procesos productivos particularmente en emprendimientos establecidos. En este punto es donde insistimos nuevamente en que un articulado ecosistema emprendedor puede ayudar a generar mejores condiciones que permitan a los emprendedores el logro de sus objetivos, esto lo reflejan los expertos en sus valoraciones respecto de educación, infraestructura comercial y profesional, acceso a financiamiento, acceso a infraestructura física, y normas sociales y culturales.

Finalmente, como equipo GEM Región de Valparaíso reafirmamos nuestro compromiso para que el proyecto GEM Chile, y especialmente nuestra edición regional, puedan seguir aportando al desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva de la investigación académica, y que los datos y análisis realizados incentiven a tener un mejor emprendimiento para Chile y el mundo.

## REFERENCIAS

- Acs, Z. J. (2008). Foundations of high impact entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 4(6), 535-620.
- Acs, Z. J., Szerb, L., & Autio, E. (2015). The global entrepreneurship and development index. In *Global Entrepreneurship and Development Index 2014* (pp. 39-64). Springer, Cham.
- Amorós, J.E., M. Guerra, O. Pizarro & C. Poblete (2011) *Global Entrepreneurship Monitor, Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2010-2011*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad del Desarrollo.
- Autio, E. (2007). *Global entrepreneurship monitor: 2007 global report on high-growth entrepreneurship*. Babson College.
- Bosma, N. (2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurial Research. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248
- Bosma, N. & Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Global Report 2018*
- Bosma, N., Wennekers, S., Guerrero, M., Amorós, J. E., Martiarena, A., & Singer, S. (2013). *Global entrepreneurship monitor special report on entrepreneurial employee activity*.
- Guerrero, M., & Serey, T. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile 2018..*
- Headd, B. (2003). Redefining business success: Distinguishing between closure and failure. *Small business economics*, 21(1), 51-61.
- Kihlstrom, R. E., & Laffont, J. J. (1979). A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of political economy*, 87(4), 719-748.
- Know, S-W. and P. Arenius (2010). "Nations of entrepreneurs: A social capital perspective." *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.
- Mason, C., & Brown, R. (2014). *Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final Report to OECD, Paris*, 30(1), 77-102.
- Mason, C. & R. Harrison (2006). *After the Exit: Acquisitions, Entrepreneurial Recycling and Regional Economic Development. Regional Policy*, 40(1), 55-73.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, n., Servais, I., Lopez-Garcia, P. & Chin, N. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Schumpeter, J. A. (1912, reedit. 1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Stam, E., N. Bosma, A. Van Witteloostuijn, J. De Jong, S. Bogaert, N. Edwards & F. Jaspers (2012). *Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy, AWT report, 41*. The Hague: AWT.
- Stam, F. C., & Spigel, B. (2016). *Entrepreneurial ecosystems. USE Discussion paper series*, 16(13).
- Welter, F., & Smallbone, D. (2011). Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 107-125.

## FICHA METODOLÓGICA

### ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA

Tipo de estudio	Encuestas administradas 100% telefónicamente
Universo	Población chilena entre 18 – 99 años.
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2017- INE.
Total muestral	9.407 casos del año.
Fecha de trabajo de campo	Mayo - septiembre 2021.
Encuestador	Questio - Estudios de mercado y opinión

### ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES

Tipo de estudio	Encuesta autoadministrada
Muestra	412 expertos distribuidos en 9 regiones
Fecha de trabajo de campo	Mayo - septiembre 2021.
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile

### DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS EXPERTOS SEGÚN ESPECIALIDAD

Porcentaje	Especialidad
9,5%	Apoyo Financiero
16,7%	Políticas Gubernamentales
11,9%	Programas de Gobierno
11,9%	Educación para el Emprendimiento
9,5%	Transferencia de I+D
11,9%	Infraestructura Comercial y Profesional
9,5%	Apertura del Mercado Interno
9,5%	Infraestructura Física
9,5%	Normas Sociales y Culturales

### EXPERTOS CONSULTADOS

Agradecemos nuevamente a los 42 expertos regionales que participaron de la encuesta a expertas y expertos 2021. Por políticas de confidencialidad, el Consorcio GEM no expone los nombres de los expertos participantes.

## MÁS INFORMACIÓN DEL GEM REGIÓN DE VALPARAÍSO

Ha sido desarrollado por el Departamento de Industrias a través del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER) perteneciente a la Universidad Técnica Federico Santa María.

[www.industrias.usm.cl](http://www.industrias.usm.cl)

### CONTACTO:

#### **Cristóbal Fernández Robin**

Director del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María y Director del Centro de Ingeniería de Mercados (CIMER).

[cristobal.fernandez@usm.cl](mailto:cristobal.fernandez@usm.cl)

#### **Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER**

El Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, es una unidad especializada en investigación de mercado y marketing; creada a comienzos del 2006 dentro del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María.

CIMER busca entregar soluciones a las problemáticas actuales asociadas al área de marketing de las empresas, entregando respuestas apropiadas a las necesidades de información de éstas y apoyando la toma de decisiones estratégicas y operativas. CIMER ha gestionado y construido para ello estudios, modelos y estrategias de marketing confiables, basados en metodologías tanto cualitativas como cuantitativas.

Paralelamente CIMER tiene dentro de sus objetivos el desarrollo de una potente área de investigación y de apoyo a la docencia, con el fin de ir siempre a la vanguardia en el conocimiento en las áreas de marketing e investigación de mercados.

El equipo de CIMER cuenta con profesionales dedicados a diferentes áreas de la ingeniería, marketing, estadística, psicología, sociología, antropología y diseño, añadiendo una gama multidisciplinaria de profesionales que forman parte de la Universidad Federico Santa María y del Departamento de Industrias. Sumado a esto mantiene un importante número de relaciones de cooperación con importantes empresas y centros de investigación nacionales e internacionales.

[www.cimer.usm.cl](http://www.cimer.usm.cl)

[cimer@usm.cl](mailto:cimer@usm.cl) - [natalia.cortes@usm.cl](mailto:natalia.cortes@usm.cl)

+56 (32) 2654793

## MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE

Actualmente, el proyecto GEM Chile es desarrollado por el Instituto de Emprendimiento de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo (UDD).

Correo: [gem@udd.cl](mailto:gem@udd.cl)

Página web: [negocios.udd.cl/gemchile](http://negocios.udd.cl/gemchile)

## COORDINACIÓN DEL GEM CHILE EN REGIONES

El proyecto GEM Chile materializa una perspectiva regional a través de alianzas con prestigiosas instituciones. A continuación, se presentan los equipos regionales que participaron en el ciclo 2021 y sus respectivos investigadores.

Región	Institución	Equipo
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romani Miguel Atienza
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Paulina Gutiérrez Pablo Pinto Andrés Vallone Guillermo Honores
Región de Valparaíso	Universidad Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Paulina Santander Diego Yáñez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	Maribel Guerrero Tomás Serey Claudia Yáñez-Valdés
Región de O'Higgins	Asociación de Emprendedores de Chile	Osvaldo Zúñiga
Región de Ñuble	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Hugo Baier Néilson Andrade Marcelo Delgado
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción Universidad del Desarrollo	Hugo Baier Maribel Guerrero Tomás Serey Néilson Andrade Marcelo Delgado Claudia Yáñez-Valdés
Región de La Araucanía	Universidad de la Frontera	Ieva Zebryte Mauricio Partarrieu Camilo Rosas Catalina Garrido Álvaro Galliorio
Región de Aysén	Universidad de Aysén	Cristián Alarcón Manuel Vivar

## PATROCINADORES



UNIVERSIDAD TÉCNICA  
FEDERICO SANTA MARÍA

Departamento de Industrias

### *Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María*

El Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María es una unidad académica líder en innovación, emprendimiento y gestión que tiene como misión formar profesionales de excelencia en la gestión empresarial, los cuales son líderes en organizaciones nacionales e internacionales, a través de programas de pregrado, postgrado y postítulo. Además, ofrecer a la comunidad, empresas e instituciones, un servicio de alta calidad para su mejoramiento continuo a través de actividades de extensión, asesoría e investigación.

Dentro de las labores del Departamento, se destaca el desarrollo de las áreas de investigación, innovación tecnológica, gestión operacional, economía y finanzas, lo cual permite efectuar una docencia teórico-práctica de excelencia con una propuesta de valor única en Chile.

Desde su creación en el año 1988, el Departamento de Industrias ha estado orientado a entregar una preparación que contribuye decisivamente en la formación del Ingeniero Civil Industrial gracias a una metodología que aborda tanto los negocios como la tecnología. Esta visión integradora es un sello característico que permite a nuestros alumnos tomar las decisiones adecuadas y oportunas que se traducen en la gestión eficiente de recursos.



### *CORFO (Corporación de fomento de la Producción)*

Somos la agencia del Gobierno de Chile, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo a cargo de apoyar el emprendimiento, la innovación y la competitividad en el país junto con fortalecer el capital humano y las capacidades tecnológicas.

Teniendo como principal objetivo, el de promover una sociedad de más y mejores oportunidades para todos (as) y contribuir al desarrollo económico del país.



### *Houseново*

Houseново es una incubadora de líderes empresariales, ubicada en la región de Valparaíso, que cuenta con Redes Globales para potenciar tu negocio y programas de Formación Empresarial únicos en su clase.



### *Ministerio de Economía, Fomento y Turismo*

La Misión del Ministerio de Economía es promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país, la iniciativa privada y la acción eficiente de los mercados, el desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de la economía del país a fin de lograr un crecimiento sostenido, sustentable y con equidad, mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país y sus organizaciones corporativas y las instituciones relacionadas con el desarrollo productivo y tecnológico del país, tanto públicas y privadas, nacionales y extranjeras.







UNIVERSIDAD TÉCNICA  
FEDERICO SANTA MARÍA

DEPARTAMENTO  
DE INDUSTRIAS



Global Entrepreneurship Monitor



CIMER  
CENTRO DE INGENIERÍA DE MERCADOS

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

Contacto  
[cimer@usm.cl](mailto:cimer@usm.cl)

ISBN: 978-956-356-114-2



9 789563 561142