

DOBLE CLICK

ECONÓMICO

Más que una columna

06 6ª EDICIÓN

Desafíos del emprendimiento en Chile

Viviana Fernández. Ph.D en Economía, Universidad de California, Berkeley. Profesora Titular, Escuela de Negocios UAI.

El emprendimiento desempeña un papel crucial en el crecimiento económico y la innovación, actuando como un motor que impulsa el dinamismo de la economía en múltiples niveles, aumentando la producción y el consumo. En tal sentido, características fundamentales de los emprendedores son la agilidad y la flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado.¹ Si bien en Chile la intención emprendedora es alta, las barreras tanto culturales como de infraestructura y financieras para su desarrollo, son más profundas en comparación con una economía desarrollada como la de Estados Unidos.

De acuerdo con cifras recogidas por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), la intención emprendedora en Chile, medida como el porcentaje de la población entre 18 y 64 años que es un emprendedor latente y que tiene la intención de iniciar un negocio en un plazo de tres años, alcanzó un 53% en 2023. En tanto, la actividad emprendedora total en etapa inicial (*Total early-stage Entrepreneurial Activity, TEA*), medida como el porcentaje de la población entre 18 y 64 años que es un emprendedor naciente o propietario - gerente de un negocio nuevo, alcanzó un 31% en dicho año. Tales cifras exceden ampliamente los promedios para 45 países alrededor del mundo observados en 2023, a saber, un 23% para la intención emprendedora y un 14% para TEA.

No obstante, el emprendimiento en Chile presenta desafíos, tales como el tipo de emprendimiento a desarrollar, brechas de género, el acceso a financiamiento y la transferencia de investigación y desarrollo, entre otros aspectos.

¿Por qué los individuos emprenden?

La literatura ha identificado tres tipologías de motivaciones emprendedoras. En tal sentido, la conceptualización más antigua corresponde a la diferenciación oportunidad - necesidad, usualmente conocida como *pull-push*.² El emprendimiento, impulsado por la oportunidad, está asociado con perspectivas de negocio prometedoras para el desarrollo de nuevos productos o servicios, mientras que el emprendimiento impulsado por la necesidad, a menudo surge como una alternativa a las escasas oportunidades de empleo.³

¹ Véase, por ejemplo, Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2009). Growth and entrepreneurship: an empirical assessment. *Small Business Economics*, 32(1), 15-30; Naudé, W. (2013). Entrepreneurship and economic development: Theory, evidence and policy. IZA Discussion Papers, (7836).

² Stephan, U., Hart, M., & Drews, C.C. (2015). *Understanding motivations for entrepreneurship: A review of recent research evidence*. Birmingham (UK): Enterprise Research Centre.

³ Véase, por ejemplo, Fairlie, R.W., & Fossen, F.M. (2020). Defining opportunity versus necessity entrepreneurship: Two components of business creation. *Research in Labor Economics*, 48, 253-289.; Batz Liñeiro, A., Romero Ochoa, J.A. & Montes de la Barrera, J. (2024). Exploring entrepreneurial intentions and motivations: a comparative analysis of opportunity-driven and necessity-driven entrepreneurs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(11), 1-28.

La segunda tipología corresponde a una multidimensional en que las dimensiones comúnmente identificadas son: (i) logro, desafío y aprendizaje, (ii) independencia y autonomía, (iii) seguridad de ingresos y éxito financiero, (iv) reconocimiento y estatus, (v) familia, (vi) insatisfacción con las condiciones laborales actuales y (vii) motivación comunitaria y social.⁴ La tercera tipología corresponde a las ambiciones de crecimiento o intenciones de hacer crecer un negocio.⁵

Para efectos ilustrativos, se construyen estadísticas relativas a una economía desarrollada, en este caso, Estados Unidos. Como se aprecia en la Figura 1, a comienzos de los 2000, TEA era relativamente similar en Chile y Estados Unidos. No obstante, la brecha entre ambos países se ha ido incrementado a través del tiempo, siendo Chile un país considerablemente más emprendedor. No obstante, el índice motivacional de la Figura 2⁶ sugiere que, a contar de 2014, el emprendimiento motivado por la oportunidad (pull), relativo a aquel por necesidad (push), es menor que en Estados Unidos. Por ejemplo, en 2018, el índice motivacional alcanzó 6.9 en Estados Unidos, mientras que solo 2.5 en Chile.

Por otra parte, la Figura 3 muestra que, en el periodo 2013 - 2018, la proporción de mujeres involucradas en emprendimientos por oportunidad fue similar a la de los hombres en Estados Unidos, oscilando entre 0.91 y 1.04. En contraste, en Chile, durante el mismo periodo, la razón de tales proporciones fluctuó entre 0.76 y 0.84. En tal sentido, la Encuesta de Microemprendimiento N° 7 de 2022 muestra que en nuestro país un 58,4% de las mujeres emprendió por necesidad, en comparación con un 41,7 % de los

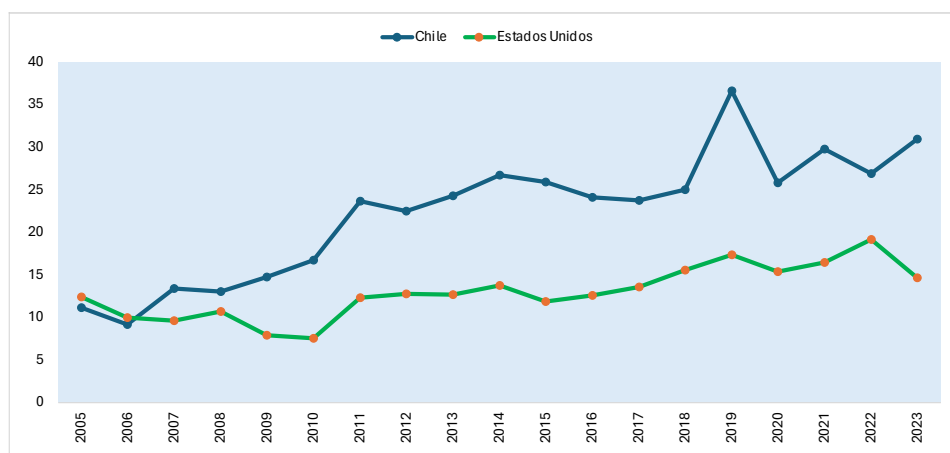


Figura 1: Actividad Empresarial Inicial (TEA)

Nota: TEA corresponde al porcentaje de la población entre 18 y 64 años que es un emprendedor naciente o propietario - gerente de un negocio nuevo. (2):

Fuente: Elaboración propia en base a información de GEM, <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>.

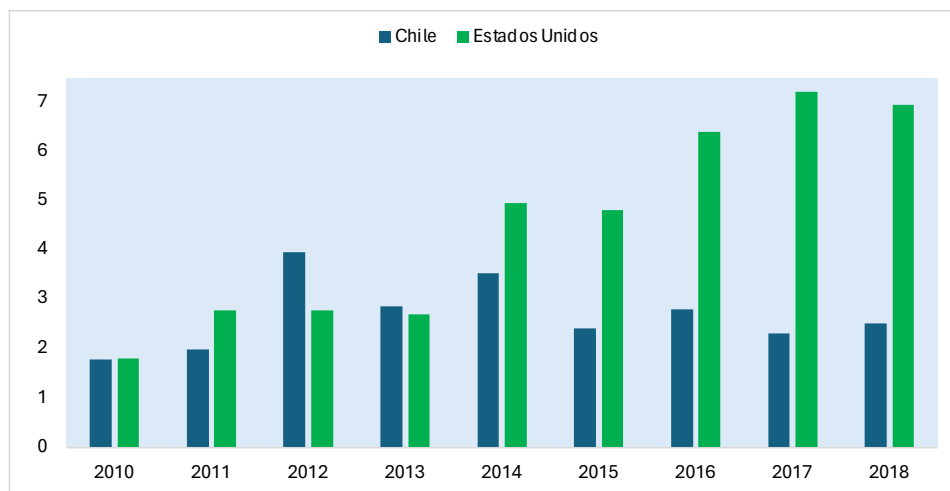


Figura 2: Índice Motivacional

Notas: El índice mide el porcentaje de los involucrados en TEA motivada por la oportunidad de mejora dividido por el porcentaje de TEA motivada por la necesidad.

Fuente: Elaboración propia en base a información de GEM, <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>.

⁴ Véase, por ejemplo, Jayawarna, D., Rouse, J., & Kitching, J. (2013). Entrepreneur motivations and life course. *International Small Business Journal*, 31(1), 34–56; Fernandez, V. (2021). Are extractive ventures more socio-environmentally committed? *Resources Policy*, 74, 102288; Fernandez, V. (2023). Family entrepreneurship around the world. *International Review of Financial Analysis*, 89, 102808.

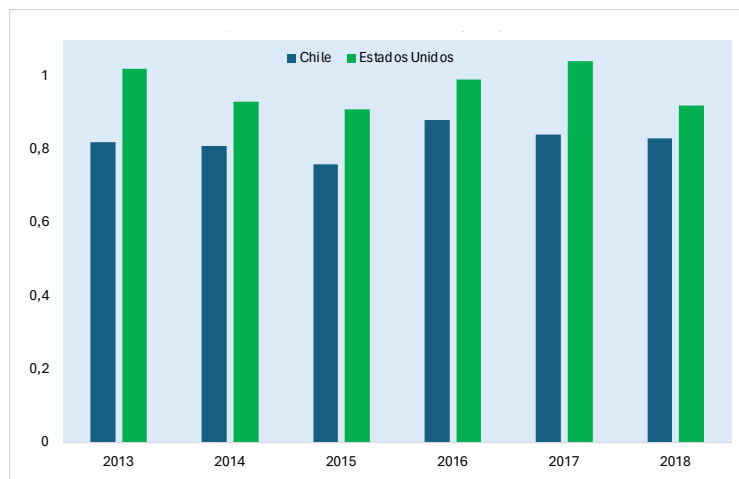
⁵ Véase, por ejemplo, Moen, Ø., Heggseth, A. G., & Lome, O. (2016). The positive effect of motivation and international orientation on SME growth. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 659–678; Estrin, S., Korosteleva, J., & Mickiewicz, T. (2022). Schumpeterian entry: Innovation, exporting, and growth aspirations of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(2), 269–296.

⁶ Este índice mide el porcentaje de los involucrados en TEA motivada por la oportunidad de mejora dividido por el porcentaje de TEA motivada por la necesidad. Su objetivo es distinguir entre los individuos que inician un negocio porque ven una oportunidad prometedora para mejorar su situación (por ejemplo, aumentar sus ingresos, ser independientes) frente a los que lo hacen por necesidad porque no tienen mejores opciones de empleo.

Figura 3: Razón mujeres / hombres de TEA motivada por la oportunidad

Notas: Porcentaje de mujeres que participan en TEA y que (i) afirman estar motivadas por la oportunidad en lugar de no encontrar otra opción de trabajo; y (ii) que indican que el principal motivo para participar en esta oportunidad es ser independientes o aumentar sus ingresos en lugar de simplemente mantenerlos, dividido por el porcentaje equivalente de sus homólogos masculinos.

Fuente: Elaboración propia en base a información de GEM, <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>.



hombres. Asimismo, el 30,0% de las mujeres emprendió por oportunidad frente a un 41,6% de los hombres. En tanto, un 9,7% de las mujeres emprendió por una tradición familiar respecto a un 4,8% de los hombres. Tales cifras sugieren una mayor precariedad y un mayor apego a los valores familiares en el microemprendimiento femenino en Chile.⁷

Obstáculos para el emprendimiento

El emprendimiento conlleva inherentemente riesgo. La búsqueda de ideas y proyectos novedosos implica enfrentarse a una incertidumbre constante, donde el riesgo de fracaso es omnipresente. Los emprendedores suelen invertir importantes recursos personales, tiempo y energía emocional en sus proyectos, lo que hace que los fracasos percibidos se sientan profundamente personales. La Figura 4 muestra el porcentaje de adultos entre 18 y 65 años que reconoce buenas oportunidades de negocio, pero que no emprendería por temor a fracasar. Como se aprecia, dicho porcentaje fue relativamente similar en Chile y Estados Unidos entre 2006 y 2018. No obstante, en 2019, este aumentó abruptamente en nuestro país, posiblemente por el estallido social, y se mantuvo por sobre el de Estados Unidos durante la pandemia.

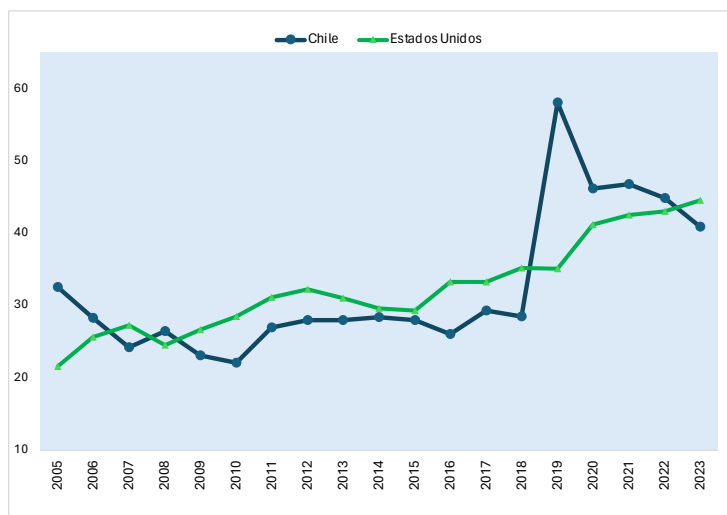


Figura 4: Temor al Fracaso

Notas: Porcentaje de la población de 18 a 64 años que reconoce que ve buenas oportunidades de negocio, pero que no emprendería por temor a fracasar.

Fuente: Elaboración propia en base a información de GEM, <https://www.gemconsortium.org/data/key-aps>.

Las sociedades que valoran el individualismo, los logros y la toma de riesgos tienden a tener tasas más altas de actividad empresarial. Una visión positiva de la creación de riqueza a menudo está entrelazada con estos valores.⁸ Tal como se aprecia en la Figura 5, según la opinión de los expertos encuestados por el National Expert Survey (NES) de GEM, en Estados Unidos las normas culturales y sociales incentivan o permiten a los individuos, en mayor medida que en Chile, desarrollar actividades comerciales que pueden aumentar potencialmente la riqueza y los ingresos personales.

⁷ Para una discusión del microemprendimiento en Chile, véase, por ejemplo, Ruiz-Martínez, R., & Quiroz-Rojas, P. (2022). Mujeres liderando microemprendimientos en Chile. El desafío de la formalización. 360: Revista De Ciencias De La Gestión, (7).

⁸ Véase, por ejemplo, Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity. International Small Business Journal, 29(2), 105–118.

Un factor crucial para un emprendimiento es el financiamiento con que se cuenta. En un comienzo, este suele financiarse con ahorros personales y ayuda de familiares, amigos y conocidos, usualmente denominados 3-F, por su sigla en inglés—family, friends, and fools. En etapas posteriores, los mercados de capital y deuda, las subvenciones y subsidios suelen ser gravitantes. En tal sentido, la Figura 6 muestra que, a contar de 2019, en opinión de los expertos, los emprendedores han contado con mayor apoyo en Estados Unidos que en Chile. Es posible que estas percepciones reflejen en parte la evolución de las inversiones en capital de riesgo en ambos países. En efecto, tras el auge global del capital de riesgo durante la pandemia⁹, Chile experimentó una disminución de un 60% en el capital invertido en 2023 respecto a 2022. Este invierno del capital de riesgo implicó un cambio en la estrategia de los fondos, orientándolos al respaldo de sus carteras existentes. Si bien la inversión en capital de riesgo también cayó en Estados Unidos en 2023, el cambio porcentual experimentado fue de menor cuantía (-16%, según cifras de la OCDE).

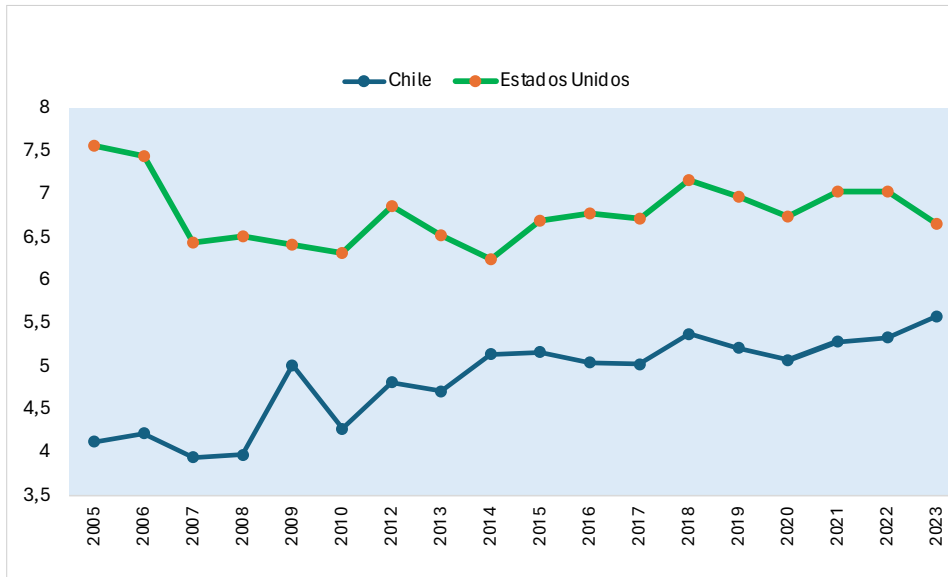


Figura 5: Normas culturales y sociales que alientan el enriquecimiento

Notas: El grado en que las normas sociales y culturales alientan o permiten acciones que conducen a nuevos métodos o actividades comerciales que pueden aumentar potencialmente la riqueza y los ingresos personales.

Escala: 1=totalmente falso a 9= totalmente verdadero.

Fuente: Elaboración propia en base a información de GEM, <https://www.gemconsortium.org/data/key-nes>.

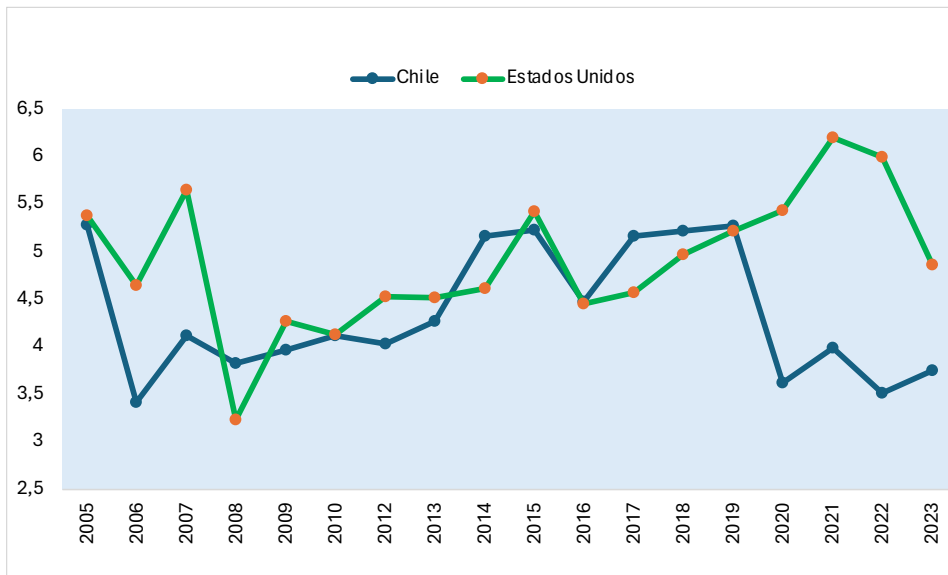


Figura 6: Financiamiento para emprendedores

Notas: Disponibilidad de recursos financieros (capital y deuda) para las PYMES, incluyendo subvenciones y subsidios.

Escala: 1=totalmente falso a 9= totalmente verdadero.

Fuente: Elaboración propia en base a información de GEM, <https://www.gemconsortium.org/data/key-nes>.

⁹ Según cifras de la Asociación Chilena de Venture Capital, en 2021 la inversión de capital de riesgo en Chile creció en 541% comparada con la de 2020. Específicamente, en 2021, Chile alcanzó una inversión récord de USD 1.025 millones, los que se distribuyeron en 339 deals, con un ticket promedio de inversión de USD 3 millones.

Otros desafíos del emprendimiento en Chile es la infraestructura comercial/profesional y la transferencia de nuevas ideas y tecnología al sector comercial. Tal como se observa en la Figura 7, en opinión de expertos, los derechos de propiedad, la provisión de servicios comerciales, contables, jurídicos y de evaluación, y el apoyo e impulso institucional a la pequeña y mediana empresa, han presentado una debilidad relativa en Chile a lo largo del periodo 2005 - 2023. Algo similar sucede con el surgimiento de oportunidades comerciales a partir de nuevo conocimiento científico generado, según muestra la Figura 8. En tal sentido, una infraestructura comercial deficiente dificulta que los emprendedores formalicen sus operaciones, cumplan con las regulaciones y compitan eficazmente. Por otra parte, sin una fuerte transferencia de I+D, el emprendimiento se vuelve menos innovador, más costoso y lento de escalar, lo que limita su financiamiento e impacto económico y competitivo.

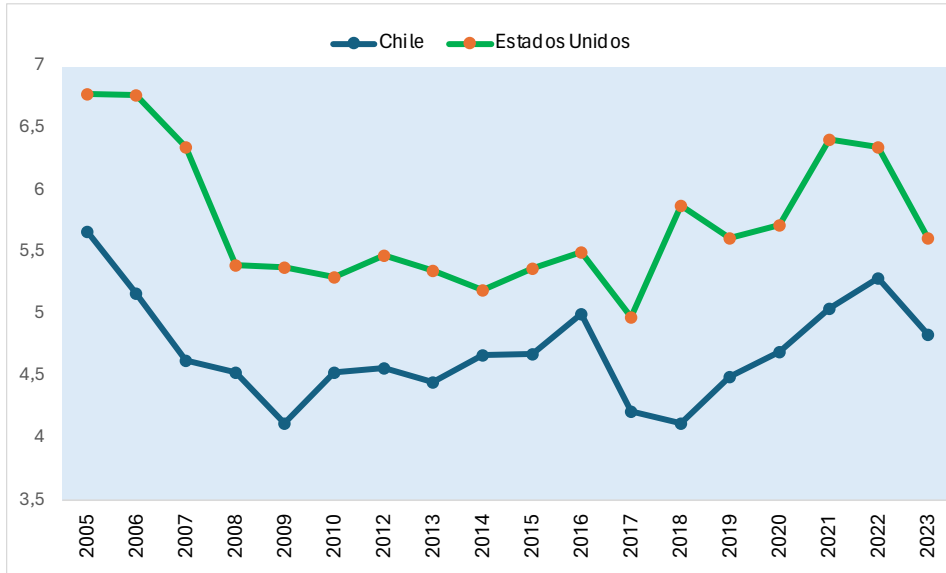


Figura 7: Infraestructura comercial y profesional

Notas: Presencia de derechos de propiedad, provisión de servicios comerciales, contables, jurídicos y de evaluación e instituciones que apoyen o promuevan a las PYMES.

Escala: 1=totalmente falso a 9= totalmente verdadero.

Fuente: elaboración propia en base a información de GEM, <https://www.gemconsortium.org/data/key-nes>.

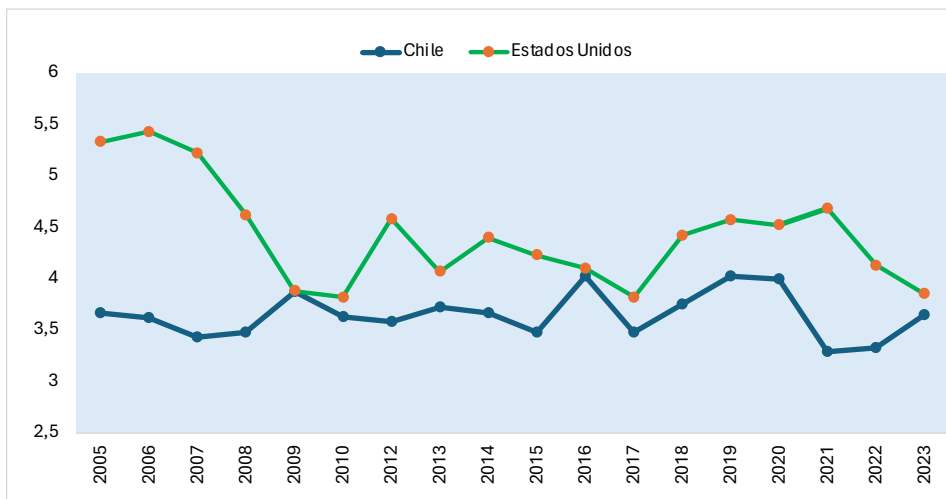


Figura 8: Transferencia de I&D

Notas: En qué medida la investigación y el desarrollo nacionales generarán nuevas oportunidades comerciales y estarán disponibles para las PYME

Escala: 1=totalmente falso a 9= totalmente verdadero.

Fuente: elaboración propia en base a información de GEM, <https://www.gemconsortium.org/data/key-nes>.

BOTTOM LINE

Si bien Chile cuenta con un alto nivel de actividad emprendedora, una parte significativa se basa en la necesidad, pero no en las oportunidades, especialmente en el caso de las mujeres. **Las políticas públicas deberían fomentar el emprendimiento basado en las oportunidades y la innovación, mejorando para ello la estabilidad macroeconómica, la educación y el acceso a los mercados, con especial énfasis en el empoderamiento femenino.** En tal sentido, el emprendimiento por oportunidad puede contribuir a la diversificación de la economía, reduciendo la dependencia de sectores tradicionales y creando nuevas fuentes de crecimiento. La participación de las mujeres en este tipo de emprendimiento contribuye a reducir la brecha de género en el ámbito económico y a promover la igualdad de oportunidades. Las mujeres suelen aportar perspectivas y enfoques diferentes a la hora de identificar problemas y proponer soluciones innovadoras, lo que enriquece el panorama empresarial y puede conducir a la creación de nuevos mercados y la satisfacción de necesidades no cubiertas.



Por otra parte, el aumento del miedo al fracaso, en particular tras el malestar social y la pandemia, sugiere la necesidad de políticas que creen un entorno más favorable para los emprendedores. Esto incluye fortalecer las redes de protección social, mejorar el acceso a herramientas de mitigación de riesgos y promover una cultura que valore la asunción de riesgos empresariales. En tal sentido, cifras del GEM muestran que el temor al fracaso entre 2019 y 2020 fue mayor en Chile respecto a un promedio de 89 países. En efecto, el 51% de los hombres y el 56% de mujeres encuestadas en Chile señalaron sentir temor al fracaso. En la muestra, estos valores alcanzaron 41% y 45%, respectivamente. En cambio, en Estados Unidos, arrojó 40% y 49%, respectivamente.

Estas cifras relevan un hecho conocido: las mujeres son, en general, más temerosas al momento de emprender. Una forma de abordar este fenómeno es mediante la introducción de conceptos de emprendimiento en los niveles primarios y secundarios de educación. Esto puede incluir aprendizaje basado en proyectos, simulaciones y estudios de caso con emprendedoras exitosas. Otros elementos para considerar son la integración de lecciones que desafíen los estereotipos de género relacionados con la toma de riesgos y el liderazgo, y la educación STEM para las niñas, la cual es crucial para la innovación tecnológica.

Asimismo, los emprendedores en Chile enfrentan dificultades para obtener financiamiento. **Ampliar el acceso al capital de riesgo, mejorar la educación financiera y fortalecer las redes de inversionistas podrían impulsar un crecimiento empresarial más sostenible.** En tal sentido, la Asociación Chilena de Venture Capital ha planteado hacer modificaciones a la Ley I+D para que las empresas grandes puedan reducir su carga tributaria en caso de adquirir startups. Por ejemplo, en el Reino Unido, el Plan de Inversión Empresarial Semilla (SEIS, por su sigla en inglés) y el Plan de Inversión Empresarial (EIS) ofrecen importantes beneficios fiscales a los inversores para alentarlos a financiar empresas en sus primeras etapas y en crecimiento, haciendo que esas empresas sean más atractivas para la recaudación de fondos y, potencialmente, para su posterior adquisición.

En tanto, el emprendimiento por oportunidad tiene una mayor capacidad para atraer inversión de capital de riesgo, inversionistas ángeles y otras fuentes de financiamiento, lo que impulsa aún más su desarrollo. Las deficiencias en derechos de propiedad, servicios empresariales y transferencia de tecnología deberían abordarse mediante mejoras regulatorias, incentivos para los servicios empresariales y para una mejor integración entre las universidades y el sector privado. **En tal sentido, iniciativas como el Programa de Financiamiento Estructural I+D+i Universitario (FIU) y Corfo Conecta contribuyen a la innovación desde una conexión entre los sectores público, privado y académico.**

SOBRE UAI Y LA ESCUELA DE NEGOCIOS

Con más de 70 años de trayectoria, la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez es una de las más prestigiosas de Chile y un referente en la formación de líderes empresariales de Latinoamérica. Su excelencia está respaldada por su triple acreditación internacional (Equis, AMBA y QS) desde el año 2015, única en el país, y por la alta calidad de sus posgrados, MBAs y cinco carreras de pregrado. Su destacado cuerpo académico contribuye con investigación de alto nivel, donde destaca el ámbito de la economía y finanzas.

NEGOCIOS.UAI.CL

SOBRE ICARE

ICARE es una corporación privada sin fines de lucro e independiente de intereses gremiales y políticos, fundada en 1953 por empresarios y profesionales vinculados a diversos sectores de la actividad económica nacional con el propósito de promover la excelencia empresarial en el país. Proporciona a los niveles directivos información relevante sobre el medio nacional e internacional, facilitando la comprensión y oportuna evaluación de las fuerzas que mueven los mercados y las tendencias que influyen en el funcionamiento de las empresas. Además sirve de punto de encuentro para la reflexión sistemática sobre la gestión empresarial y su enfoque presente y futuro.

ICARE.CL