



# GEM

## Global Entrepreneurship Monitor

---

REPORTE ESPECIAL SOBRE LA  
INNOVACIÓN SOCIAL EN CHILE.

VESNA MANDAKOVIC  
ADRIANA ABARCA

SANTIAGO, CHILE

  
**Universidad del Desarrollo**  
Facultad de Economía y Negocios

 |   
instituto de **innovación social**  
Fundación Miguel Kast - Universidad del Desarrollo

## Acerca de los autores

---



### Adriana Abarca

Ingeniera Comercial y Magíster en Ciencias de la Administración de la Universidad del Desarrollo. Actualmente se desempeña como Coordinadora del GEM Chile y es co-autora del GEM Reporte Nacional de Chile, 2015.



### Vesna Mandakovic

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

En la actualidad dicta cátedras de la línea de Microeconomía en la Facultad de Economía y Negocios. Su investigación se focaliza en entender la dinámica del emprendimiento en países en desarrollo. Para comprender los fenómenos utiliza metodología econométrica fundamentalmente de paneles dinámicos y análisis multinivel. Es co-autora del GEM Reporte Nacional de Chile, 2015.

## Innovación Social: Un fenómeno de estudio

---

A pesar del creciente interés por la innovación y el emprendimiento social en Chile, este es un tema del que aún se conoce poco. No tenemos claridad con respecto a quiénes son los emprendedores sociales, cuántos son y cómo se distribuyen a lo largo y ancho del país, ni tampoco se dispone de información relativa a cómo se da este fenómeno en nuestro país comparado con el resto del mundo, así como los factores que lo promueven o debilitan. La Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo en conjunto con el Instituto de Innovación Social de la Fundación Miguel Kast y la Universidad del Desarrollo, están trabajando en distintas líneas para poder contar con un diagnóstico que nos permita conocer y entender de mejor forma el fenómeno de la innovación social. El objetivo último es poder disponer de más y mejores antecedentes que sirvan de insumo para la discusión de políticas públicas orientadas a facilitar el desarrollo de la innovación y el emprendimiento social en Chile. Estamos convencidos de que el emprendedor social, en su rol de agente de cambio, puede jugar un papel de gran importancia para resolver problemas que afectan a la comunidad en los más diversos ámbitos, y en los cuales ni el Estado ni el sector privado con la mirada tradicional han podido abordar en buena forma.

El estudio que a continuación se presenta se enmarca en un reporte especial del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), dedicado al tema del emprendimiento social. El mencionado reporte se realizó a partir de una base de 167.000 encuestas, realizadas en 58 países, en donde se encuestó a la población adulta y a expertos nacionales. El estudio que presentamos resalta los resultados obtenidos en el caso de Chile, y los compara con la realidad observada en otros países del mundo.

Cabe resaltar que, de acuerdo a este informe, Chile se posiciona como uno de los países con mayor tasa de emprendimiento social a nivel global: Ocupamos la cuarta posición a nivel mundial y la tercera a nivel latinoamericano. Dentro de las características propias, Chile presenta una brecha de género mayor a la del resto del mundo en cuanto hombres y mujeres que declaran ser emprendedores sociales. Además, son personas con mayor nivel educacional si los comparamos con aquellos emprendedores no sociales.

Con la publicación de este informe estamos dando a conocer información relevante e inédita acerca de la innovación social en Chile. Pero nuestra tarea no finaliza aquí. Junto con generar conocimiento a través de este informe y de otros estudios, nuestra tarea es difundir y articular instancias de discusión sobre este tema. Lo que nos anima es el desafío de contribuir al desarrollo del emprendimiento social, a través de herramientas que mejoren las políticas públicas que lo promueven y la gestión para ponerlo en práctica de una mejor manera. Es un desafío ambicioso, pero cualquier esfuerzo que se haga se verá recompensado con creces.

**Cristián Figueroa**  
*Director Ejecutivo Instituto de Innovación Social  
Universidad del Desarrollo – Fundación Miguel Kast*

## GEM: Global Entrepreneurship Monitor

---

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM, ha estado presente en Chile desde el año 2002, desde entonces ha venido monitoreado la dinámica emprendedora de la población adulta del país y de sus regiones, con la finalidad de analizar los factores que impulsan la creación y desarrollo de nuevas empresas, y detectar las áreas de oportunidad que ayuden al diseño de mejores programas y políticas en favor del emprendimiento. El proyecto GEM Internacional se ha convertido en un reconocido referente internacional en la medición de indicadores sobre la valoración social del emprendimiento, características de la actividad emprendedora y, sobre todo, respecto de los diagnósticos de los ecosistemas de emprendimiento en diferentes países (Mandakovic et al, 2016).

El GEM Social 2015, es un reporte especial del GEM que está basado en 167.793 encuestas a la población adulta en 58 economías, y por lo tanto es el estudio sobre emprendimiento social comparativo más grande del mundo. Chile es uno de los países que integran esta investigación global y este informe se desprende de preguntas adicionales que se incluyeron en la encuesta GEM 2015 tanto a la población adulta (APS) como a los expertos nacionales (NES).

# 01.

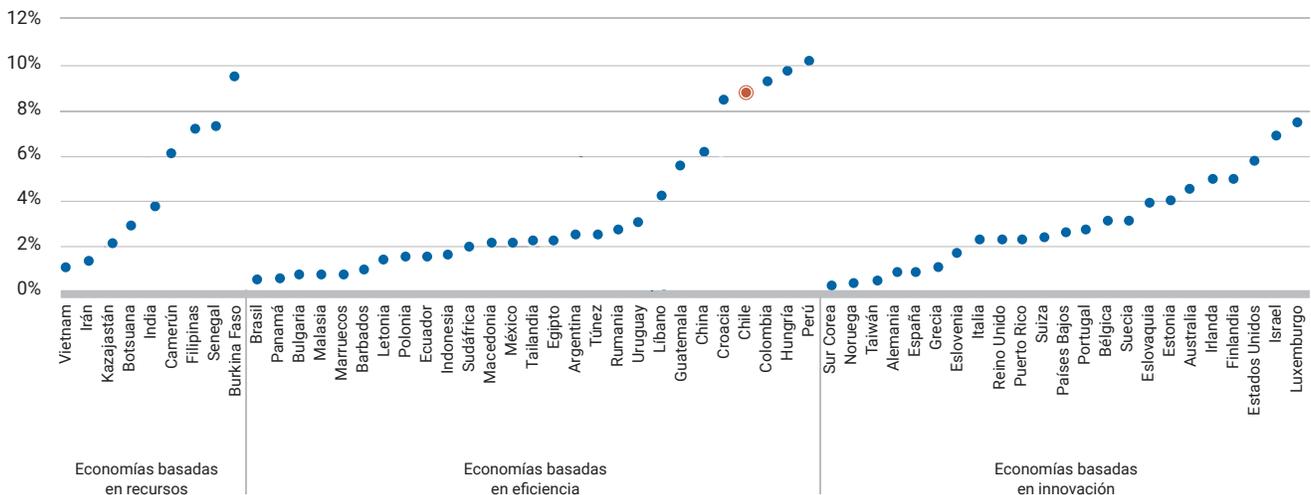
## Contexto de Emprendimiento Social a nivel Global

El emprendedor social en etapas nacientes, se define en el GEM 2015 como aquel individuo que solo o con otros, está actualmente involucrado en una actividad, organización o iniciativa que tiene particularmente un objetivo social, ambiental o comunitario y, que ha realizado acciones concretas en los pasados 12 meses para apoyar el inicio de esa iniciativa. Según esta definición en Chile un 8.4% de la población adulta entre 18-64 años es emprendedora social en etapas nacientes.

La **Figura 1.1** muestra la prevalencia de la actividad emprendedora social en etapas nacientes para los 58 países participantes del GEM ciclo 2015, los países se encuentran separados por el nivel de desarrollo de las economías (basadas en recursos, eficiencia e innovación). En promedio un 3.2% de la población activa, considerando todas las economías participantes, se declara emprendedores sociales.

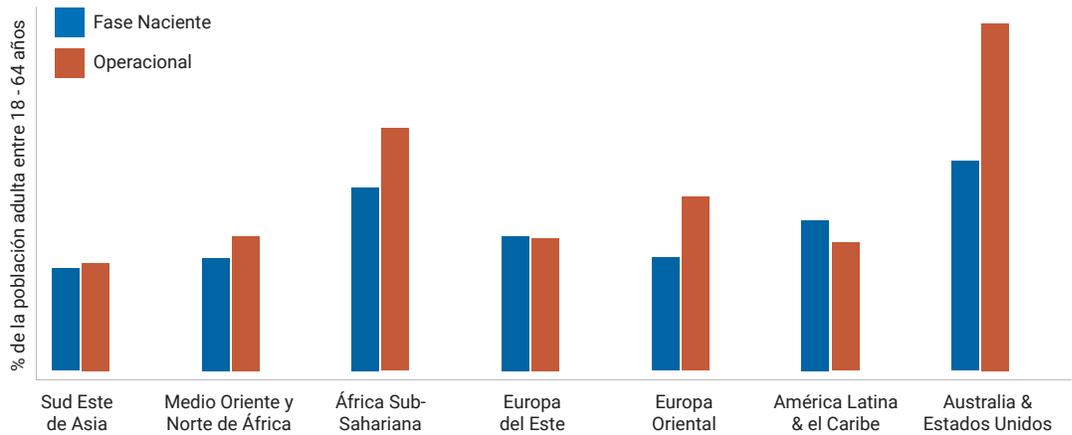
En el contexto de las economías basadas en eficiencia, donde se encuentra Chile, los menores porcentajes de emprendimiento social los presentan Brasil y Panamá con un 0.54%. El país con mayor emprendimiento social en etapas iniciales es Perú con un 10.1%, que es la medición más alta de toda la muestra. Chile, en tanto, con un 8.4% tiene la cuarta posición respecto al total de países y la tercera entre los países latinoamericanos, solo superado por Perú y Colombia.

**Figura 1.1**  
 Prevalencia de la actividad emprendedora social naciente, por economía (% de la población adulta entre 18-64 años).



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2015.

La **Figura 1.2** muestra por regiones globales las distintas fases de actividad emprendedora en el contexto del emprendimiento social: la fase naciente y la fase operacional. La primera incluye a los emprendimientos sociales en etapas iniciales (start-ups) y la segunda corresponde a emprendimientos sociales ya establecidos. Australia & Estados Unidos muestran los niveles más altos de emprendimientos sociales en las dos fases, seguido por África Sub-Sahariana. América Latina & el Caribe, muestra al igual que Europa del Este un porcentaje de emprendimientos sociales nacientes mayores a los ya establecidos. Situación inversa a la observada en el resto de las regiones presentadas, donde los emprendedores establecidos superan a los nacientes.



**Figura 1.2**  
 Prevalencia de la actividad emprendedora social por fase, por regiones globales

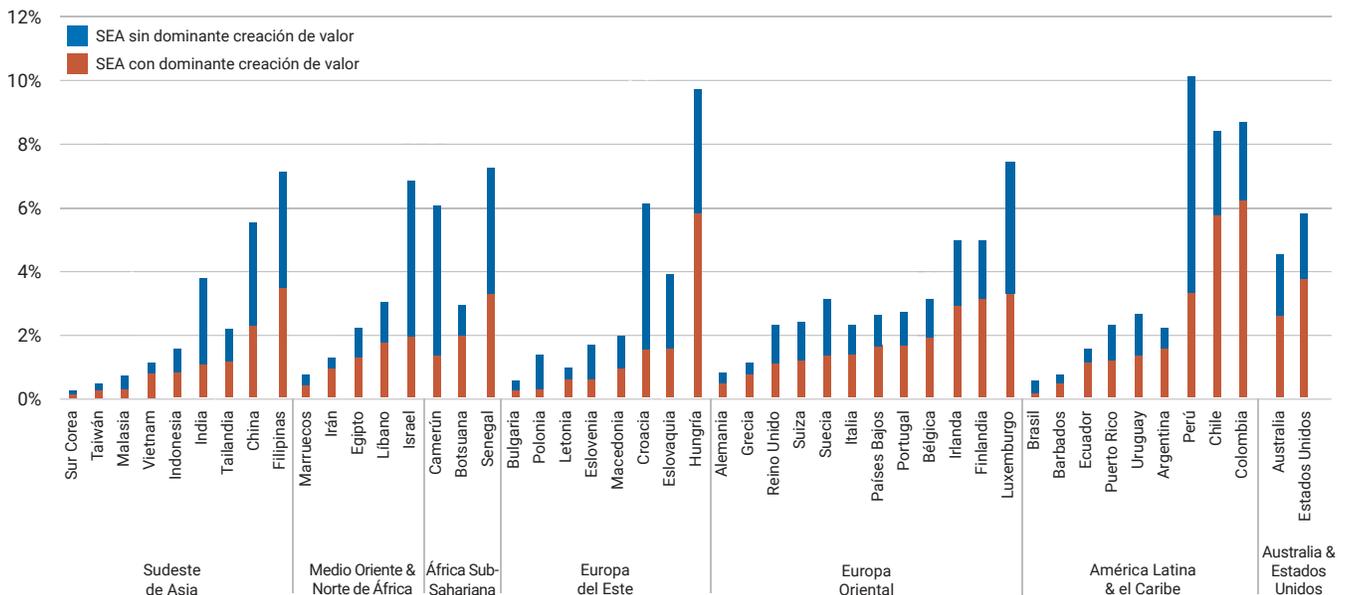
Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2015.

*“Para los emprendedores sociales, la misión social es explícita y central. Esto claramente afecta a como los emprendedores sociales perciben y evalúan sus oportunidades. El impacto relacionado con la misión se convierte en un criterio central, y no la creación de riqueza” (Dees, 1998).* Sin embargo, enfrentan un dilema entre el potencial impacto financiero contra el impacto social de sus emprendimientos.

Resulta entonces, interesante observar los emprendimientos sociales en términos de creación de valor. Para este ciclo se les consultó a los emprendedores sociales si: “Para su organización generar valor para la sociedad y para el ambiente es más importante que generar valor financiero para su compañía” en una escala de uno a cinco. La **Figura 1.3** muestra las respuestas de aquellos emprendedores sociales que respondieron cuatro o cinco en esta escala. El 50% de los emprendedores en etapas operacionales de toda la muestra, declaran que crean valor para la sociedad y para el medio ambiente (creación de valor).

El promedio de América Latina & el Caribe de emprendedores sociales con creación de valor es de un 2.4% de la población activa y sin creación de valor un 1.8%. Para Chile el porcentaje de los emprendedores sociales en etapas establecidas que declaran crear valor es de un 5.8%, porcentaje superior al 2.6% que privilegia el valor financiero de la compañía. El indicador más alto lo presentó Colombia, en donde el 6.2% de los emprendedores sociales se declaran con creación de valor y solo un 2.5% sin esta y, la medición más baja la obtuvo Brasil con un 0.2%.

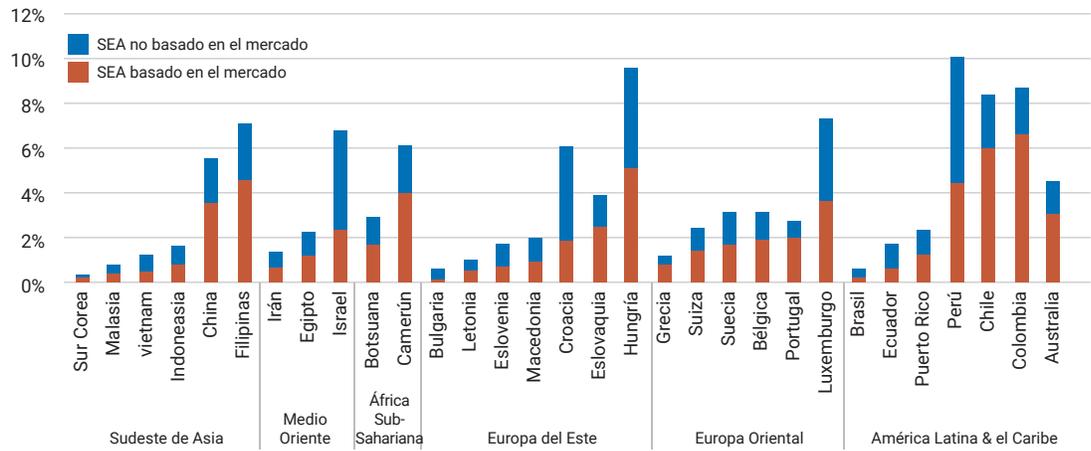
**Figura 1.3**  
 Actividad emprendedora social actualmente operativa y creación de valor (social y medioambiental)



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2015.

Otra subdivisión dentro de la definición general que presenta el GEM de emprendimientos sociales, es si estos están basados en mercado (proveen bienes y servicios) o no basados en mercado (ONG). La **Figura 1.4** nos muestra la relación que declaran los emprendedores de las economías participantes en si son basadas en el mercado o no. El promedio global es que un 2.1% declara pertenecer a actividades basadas en el mercado, mientras que un 1.7% declara no hacerlo. En América Latina & el Caribe el 3.2% declara estar basado en el mercado y el 2.1% declara que no es basado en el mercado. En el caso de Chile, un 6.0% de la población entre 18-64 años que declara ser emprendedor social dice que sus actividades están basadas en el mercado frente a un 2.4% que dice no estar basado en él.

**Figura 1.4**  
 Actividad emprendedora social actualmente operativa: basada en mercado versus no basada en mercado



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2015.

# 02.

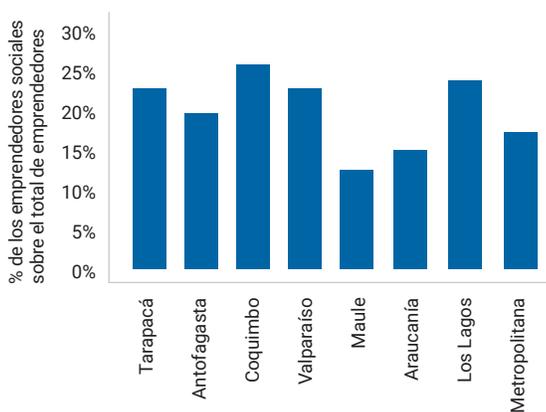
## Características Demográficas del Emprendedor Social en Chile

Para el ciclo 2015 del GEM se observa que en Chile el 25.9% de la población entre 18-64 años declara estar en fase inicial de actividad emprendedora (TEA). Es decir, 1358 individuos declararon encontrarse en esta situación el año pasado, de ellos 270 se declaran emprendedores sociales (SEA), aquellos que están empezando o actualmente liderando cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa que tiene un objetivo social, ambiental o comunitario.

La **Figura 2.1** nos muestra la distribución de emprendedores sociales por región, podemos apreciar que Coquimbo es la región que tiene el porcentaje más alto con un 26%, seguido de Los Lagos con un 24%. Las dos regiones con indicadores más bajos fueron Araucanía con 15% y Maule con un 13% de emprendedores sociales.

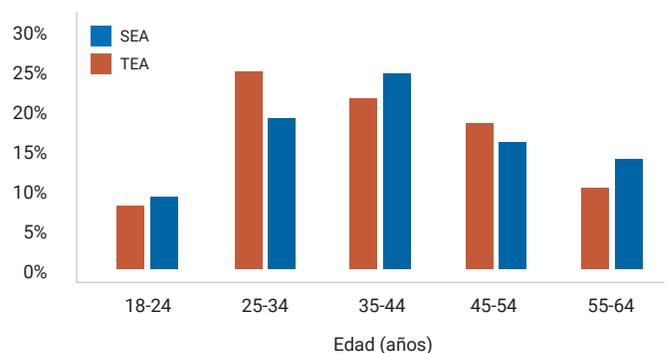
El emprendimiento social está tradicionalmente asociado a jóvenes idealistas con ansias de cambiar el mundo (GEM Report on Social Entrepreneurship, 2015). La **Figura 2.2** muestra que los emprendedores sociales nacientes en Chile no se concentran en los grupos más jóvenes, sino que se observa la misma tendencia que en el emprendimiento tradicional: solo el 11% de ellos está en el primer rango etario y el 50% de ellos tiene entre 35 y 54 años de edad, esto generalmente se debe a que la mayoría de los emprendedores decide adquirir competencias profesionales o capital propio antes de afrontar una nueva iniciativa.

**Figura 2.1**  
 Emprendimiento social a nivel regional



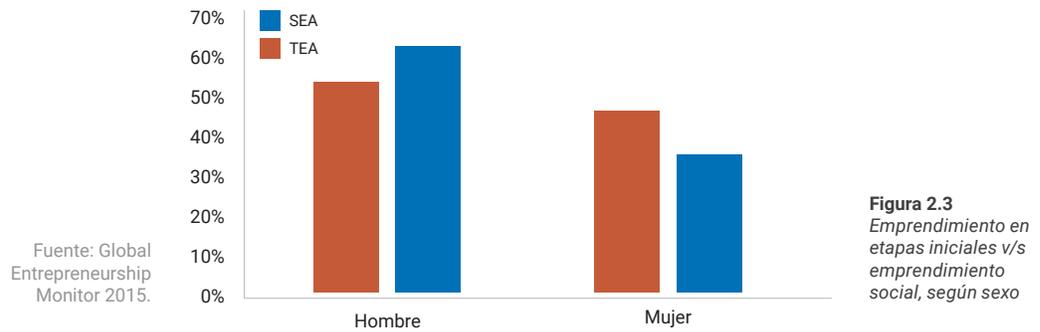
Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2015.

**Figura 2.2**  
 Emprendimiento en etapas iniciales v/s emprendimiento social, según grupo de edad

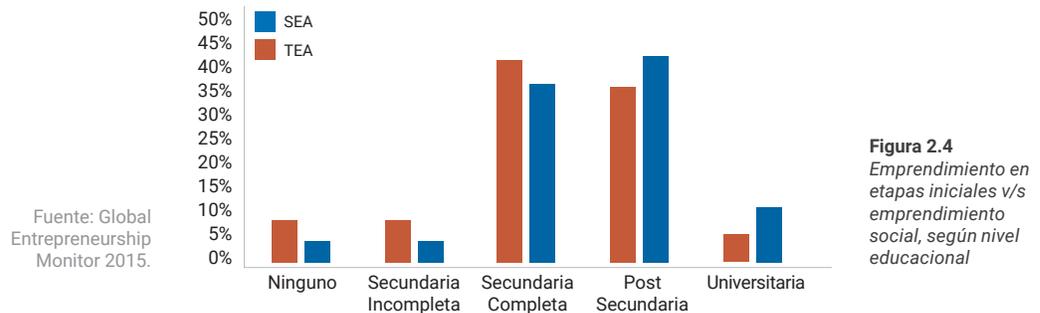


Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2015.

La actividad emprendedora históricamente está mayormente representada por hombres, el GEM confirma que en distintas economías, los hombres emprendedores superan a las mujeres en una proporción de dos es a uno. Para el ciclo 2015 y como se muestra en la **Figura 2.3** el 54% de los hombres se declaraba ser emprendedor en etapas iniciales y solo el 46% de las mujeres declaraba serlo. En el caso de emprendedor social la brecha es aún mayor, en donde el 64% de los emprendedores sociales son hombres mientras que las mujeres solo el 36%. Esto es distinto a lo observado en el resto del mundo donde las brechas de género asociadas a emprendimiento se acortan en el caso de emprendimientos sociales.



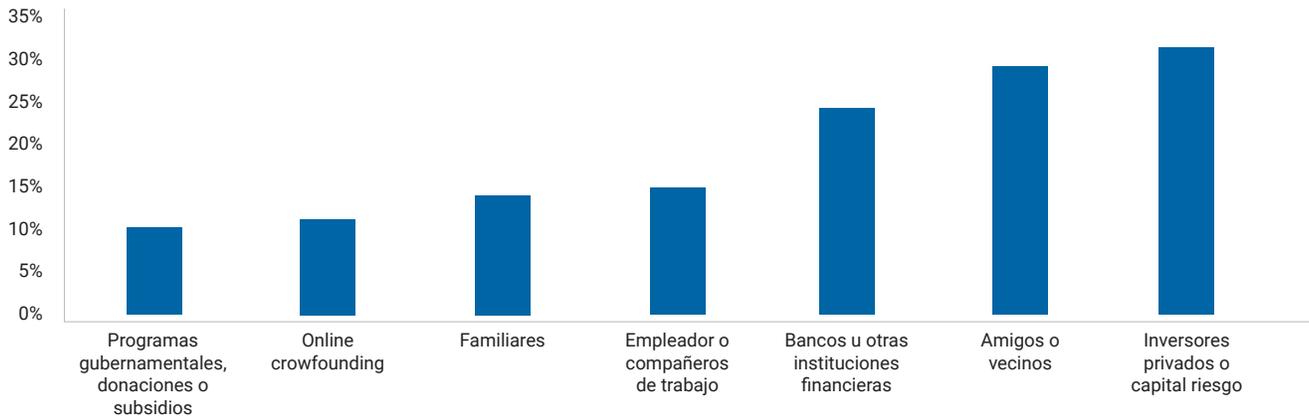
En la **Figura 2.4** observamos cinco categorías del nivel educacional de los emprendedores sociales, podemos ver que solo el 4% dice no tener ninguna, a diferencia del 8% de los emprendedores en etapas iniciales. Se observa que los emprendedores sociales tienen mayor nivel educacional que aquellos que declaran solo ser emprendedores, ya que a nivel post secundario y universitario los emprendedores sociales tienen mayores índices (43% y 11% respectivamente versus 37% y 5%).



La encuesta del GEM recoge ciertos aspectos financieros ligados al emprendimiento, a los emprendedores se les consulta acerca de la procedencia de los fondos para poner en marcha su nuevo negocio. Para el año 2015 el 95% de los emprendedores declara que utiliza fondos personales para comenzar un negocio, este porcentaje ha ido aumentando a través de los años ya que en el año 2004 solo el 66% de ellos lo declaraba y en el 2006 solo un 62%.

Si realizamos el mismo análisis para emprendedores sociales, podemos observar que la realidad difiere, en la **Figura 2.5** se observa que la principal fuente de fondos (31%) proviene de inversores privados o capital de riesgo, seguido de amigos o vecinos (29%) y por bancos u otras instituciones financieras (24%). Es importante resaltar que solo el 10% del financiamiento proviene de programas gubernamentales, donaciones o subsidios.

**Figura 2.5**  
Fuentes de financiamientos emprendedores sociales



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2015.

# 03.

## Ecosistema del Emprendedor Social

---

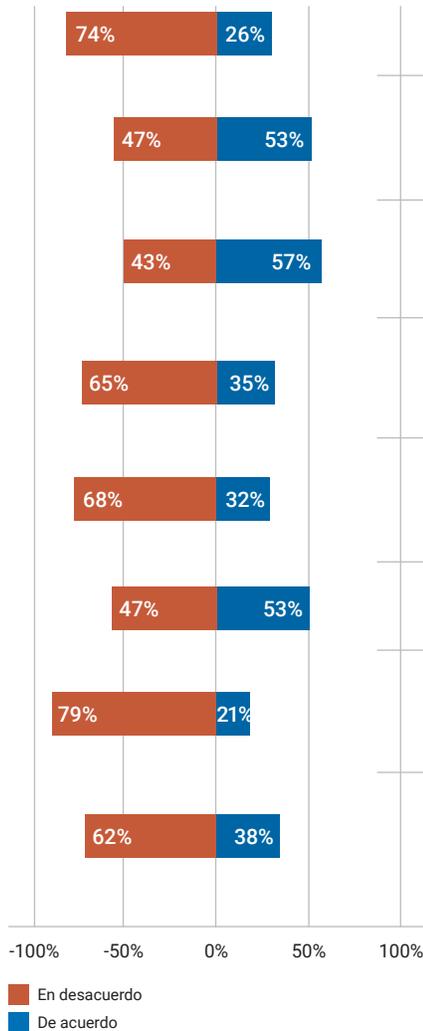
Para esta sección se utilizó la Encuesta NES (Encuesta Nacional a Expertos), cuyo propósito es estudiar las condiciones en donde se realiza el emprendimiento. Para el ciclo 2015 se les consultó a 317 expertos de nueve áreas distintas de especialización (financiera, educacional, política, de infraestructura, etc.) acerca de la situación del Emprendimiento Social en nuestro país. Para ello se utilizó una escala Likert de cinco puntos donde se agrupa la valoración positiva v/s valoración negativa ante las afirmaciones.

En la *Figura 3.1* podemos visualizar que el 26% de los expertos está de acuerdo en que la gente en situación de pobreza no puede confiar en las organizaciones sociales civiles, el 53% está de acuerdo en que se pueden identificar muchas empresas que cubren las necesidades básicas de la población necesitada que, generalmente, son cubiertas por el Gobierno y organizaciones civiles en otros países.

Otro aspecto a destacar es que el 68% de los emprendedores coincide en que el Gobierno no muestra una buena capacidad para reunir a emprendedores potenciales, empresarios y organizaciones sociales civiles en torno a proyectos específicos de índole social, ambiental o comunitario y el 74% está en desacuerdo con que existe suficiente financiamiento público y privado para empresas nuevas y en crecimiento que se dedican a la resolución de problemas sociales y medioambientales.

En relación a los consumidores el 53% está de acuerdo con que estos presionan a las empresas para que hagan frente a las necesidades sociales y medioambientales.

Figura 3.1  
 Emprendimiento Social en Chile



La gente en situación de pobreza no puede confiar en el Gobierno o en las organizaciones sociales civiles.

Se pueden identificar muchas empresas que cubren necesidades básicas de la población necesitada que, generalmente, son cubiertas por el gobierno y las organizaciones sociales civiles en otros países.

Generalmente, las empresas tienden a resolver de manera más efectiva los problemas sociales, medioambientales y comunitarios, comparando con la gestión del Gobierno y de las organizaciones sociales civiles sobre los mismos.

Las asociaciones y grupos de Emprendedores suelen ir contra las regulaciones (leyes) existentes que perjudican a determinados grupos de la población o al medioambiente.

El Gobierno muestra una buena capacidad para reunir a emprendedores potenciales, empresarios y organizaciones sociales civiles en torno a proyectos específicos de índole social, ambiental o comunitario.

Los consumidores presionan a las empresas para que hagan frente a las necesidades sociales y medioambientales.

Hay suficiente financiamiento público y privado para empresas nuevas y en crecimiento que se implican en la resolución de problemas sociales y medioambientales.

Los medios de comunicación prestan mucha atención a las empresas nuevas y en crecimiento que combinan la consecución de beneficios con la producción de impactos positivos en temas sociales y medioambientales.

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2015.

## Ficha Metodología GEM Chile 2015

ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA (APS)	
Tipo de Estudio	Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara.
Universo	Población chilena, adulta y mayor de 18 años.
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2012- INE.
Total Muestral	6.231 casos del año.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio 2015.
Encuestador	Questio. Estudios de Mercado y Opinión

ENCUESTA A EXPERTOS (NES)	
Tipo de Estudio	Encuesta auto-administrada
Muestra	318 expertos de 7 regiones del país más la medición a nivel nacional.
Fecha de Trabajo de Campo	Mayo-Julio 2015.
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile

## Referencias

---

- [1] Bosma, N. S., Shott, T, Terjesen, S & Kew, P. (2016). *“Global Entrepreneurship Monitor 2015: Special Topic Report Social Entrepreneurship”*.
- [2] Dees, J.G. (1998). *The meaning of “social entrepreneurship.” Comments and suggestions contributed from the Social Entrepreneurship Founders Working Group*. Durham, NC: Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Fuqua School of Business, Duke University. Available at <http://faculty.fuqua.duke.edu/centers/case/files/dees-SE.pdf>
- [3] Mandakovic, V., Abarca, A., Amorós, J. E. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile 2015*.

---

Diseño María José Ricaurte A.

