



**GEM**

# GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

## Reporte de la Región Metropolitana de Santiago 2013

CARLOS POBLETE   JOSÉ ERNESTO AMORÓS   ANTONIO ACHA

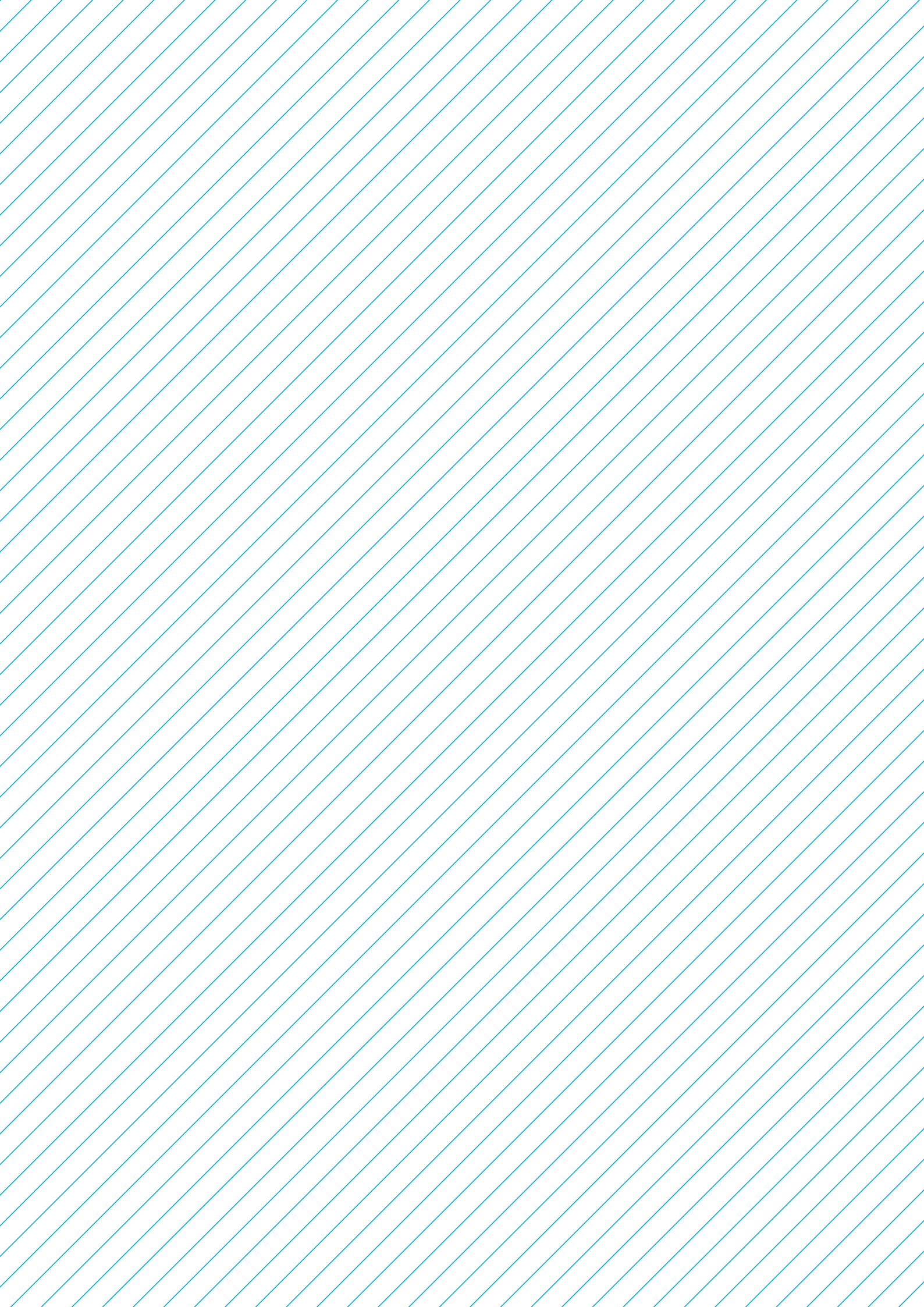
  
Universidad del Desarrollo

Universidad  
del Desarrollo  
**25**  
AÑOS

  
**CORFO**  
sueña emprende crece

**SOFOFA** | centro de  
*innova* | innovación  
y emprendimiento

  
**wayra.**



# GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

## Reporte de la Región Metropolitana de Santiago 2013

© Universidad del Desarrollo, 2014.

**Carlos Poblete,**  
Universidad del Desarrollo

**José Ernesto Amorós,**  
Universidad del Desarrollo

**Antonio Acha,**  
Universidad del Desarrollo

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). El Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report y los micros-sitios de cada equipo nacional pueden ser encontrados en [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org). Toda la información sobre el proyecto en Chile está disponible en [www.gemchile.cl](http://www.gemchile.cl). Tanto el sitio web del GEM Global como el GEM Chile suministran una lista actualizada del creciente número de artículos científicos que se basan en datos del GEM.

Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

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

#### REGISTRO PROPIEDAD INTELECTUAL

Inscripción N°: 248004

Santiago - Chile

ISBN Obra Independiente: 978-956-7961-72-6

Diseño: Centro de Diseño UDD / Universidad del Desarrollo

Impreso en Chile / Printed in Chile

Fotos: Cortesía de Chile Travel

Fono: 56-2-5307914 / RUT: 96.751.950-2



Universidad del Desarrollo



# ÍNDICE DE CONTENIDOS

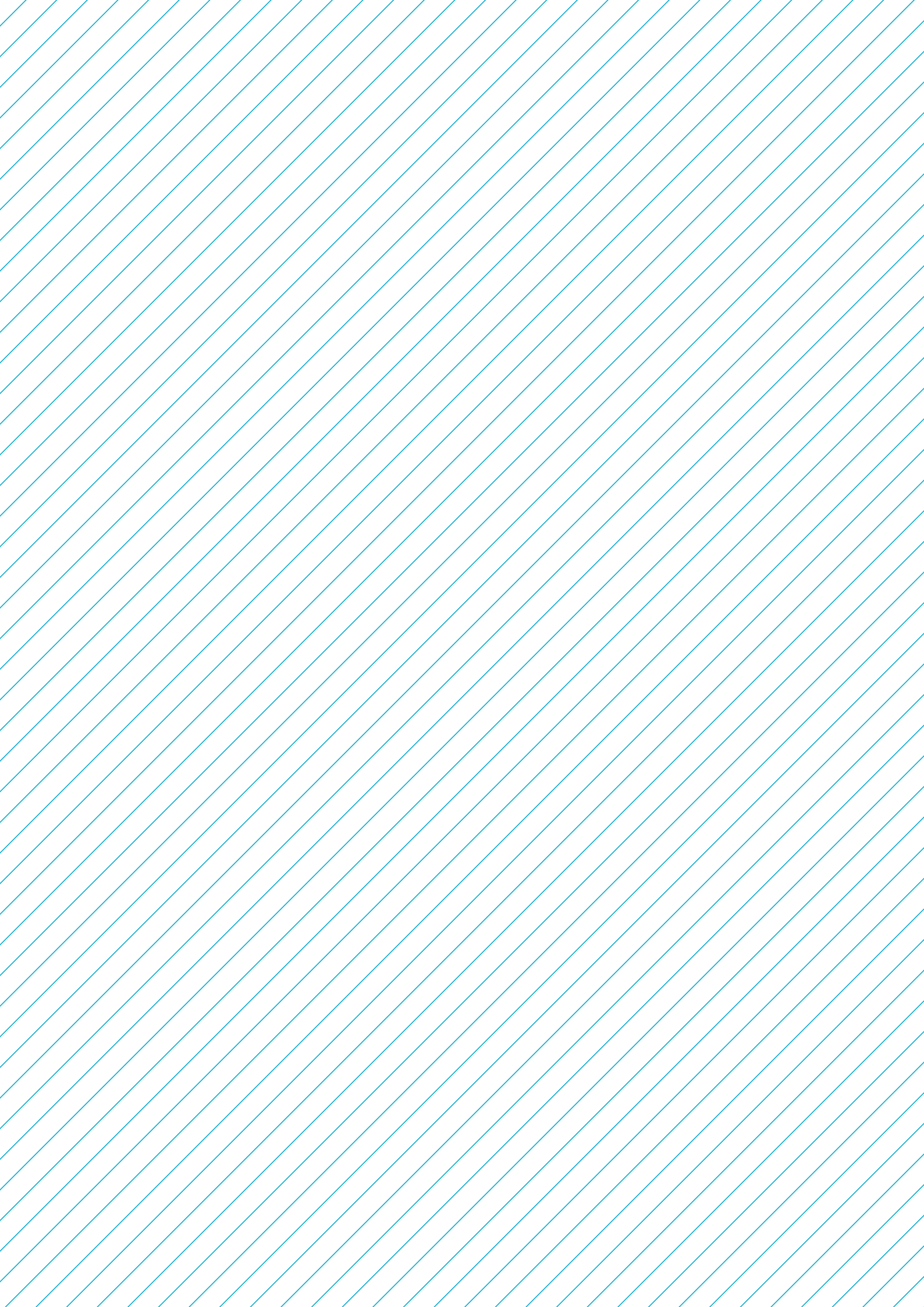
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	9
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	10
<b>1.1 ACERCA DEL GEM</b> .....	10
<b>1.2 CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO EN EL GEM</b> .....	11
<b>1.3 EL MODELO DEL GEM</b> .....	12
EL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO .....	12
EMPRENDIMIENTO: ACTITUDES, ACTIVIDADES Y ASPIRACIONES .....	14
<b>1.4 LA METODOLOGÍA DEL GEM</b> .....	14
<b>1.5 SOBRE ESTE REPORTE</b> .....	15
<b>2. PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN METROPOLITANA</b> .....	16
<b>2.1 ACTITUDES EMPRENDEDORAS</b> .....	16
<b>2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS</b> .....	20
MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS .....	21
DISTRIBUCIÓN POR SECTORES .....	22
EDAD Y GÉNERO .....	22
NIVEL EDUCACIONAL .....	24
NIVEL DE INGRESOS .....	25
SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRENDEDORES .....	25
DISCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS .....	26
<b>2.3 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS</b> .....	27
EXPECTATIVAS DE ALTO CRECIMIENTO .....	27
ORIENTACIÓN A LA INNOVACIÓN .....	27
UTILIZACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS .....	29
POTENCIAL DE EXPANSIÓN DE MERCADO .....	29
<b>3. ENTORNO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN METROPOLITANA</b> .....	32
<b>3.1 ANÁLISIS COMPARATIVO DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO</b> .....	33
<b>3.2 ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN METROPOLITANA</b> .....	34
TRANSFERENCIA DE I+D. ....	35
APERTURA DEL MERCADO INTERNO .....	35
EDUCACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO .....	36
APOYO FINANCIERO .....	36
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL .....	36
NORMAS SOCIALES Y CULTURALES .....	36
PROGRAMAS DE GOBIERNO .....	36
POLÍTICAS DE GOBIERNO .....	36
ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA .....	36
<b>4. CONSIDERACIONES FINALES</b> .....	38
<b>5. REFERENCIAS</b> .....	40
<b>6. EXPERTOS CONSULTADOS</b> .....	41
<b>7. ANEXO: PRINCIPALES INDICADORES DEL GEM USADOS EN ESTE REPORTE</b> .....	42
<b>8 FICHA METODOLÓGICA</b> .....	43
<b>8.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA</b> .....	43
<b>8.2 ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES</b> .....	43
<b>9. ACERCA DE LOS AUTORES</b> .....	44
<b>10. EQUIPO GEM CHILE</b> .....	44
<b>11. COLABORADORES</b> .....	45
<b>12. PATROCINADORES</b> .....	46

## TABLAS

<b>TABLA 2.1:</b> INDICADORES DE ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS) .....	17
<b>TABLA 2.2:</b> FACTORES DE INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS) .....	19
<b>TABLA 2.3:</b> ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN FASE DEL PROCESO .....	20
<b>TABLA 3.1:</b> CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA .....	32

## FIGURAS

<b>FIGURA 1.1:</b> EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM .....	11
<b>FIGURA 1.2:</b> EL MODELO DEL GEM .....	12
<b>FIGURA 1.3:</b> CARACTERÍSTICAS DE LAS FASES DE DESARROLLO Y FOCO PRINCIPAL .....	13
<b>FIGURA 1.4:</b> EL MODELO Y DEFINICIONES DEL GEM .....	15
<b>FIGURA 2.1:</b> ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS) .....	18
<b>FIGURA 2.2:</b> ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN LAS REGIONES PARTICIPANTES EN CHILE ..	20
<b>FIGURA 2.3:</b> BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES .....	21
<b>FIGURA 2.4:</b> BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES .....	21
<b>FIGURA 2.5:</b> DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS .....	22
<b>FIGURA 2.6:</b> EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES SEGÚN GRUPO DE EDAD .....	23
<b>FIGURA 2.7:</b> EMPRENDIMIENTOS EN ESTABLECIDOS SEGÚN GRUPO DE EDAD .....	23
<b>FIGURA 2.8:</b> EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS SEGÚN GÉNERO .....	24
<b>FIGURA 2.9:</b> PROPORCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA .....	24
<b>FIGURA 2.10:</b> ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN INGRESO FAMILIAR .....	25
<b>FIGURA 2.11:</b> ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN TIPO DE EMPLEO .....	26
<b>FIGURA 2.12:</b> RAZONES EXPRESADAS TRAS LA DISCONTINUACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO .....	26
<b>FIGURA 2.13:</b> NÚMERO DE TRABAJADORES Y POTENCIAL NÚMERO DE TRABAJADORES EN LOS NEGOCIOS DE LOS EMPRENDEDORES SEGÚN ETAPA DE EMPRENDIMIENTO .....	27
<b>FIGURA 2.14:</b> NOVEDADES DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS: ¿QUÉ TAN NUEVO ES SU PRODUCTO O SERVICIO PARA SUS CLIENTES? .....	28
<b>FIGURA 2.15:</b> INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA: ¿CUÁNTOS COMPETIDORES OFRECEN SU MISMOS PRODUCTOS O SERVICIOS? .....	28
<b>FIGURA 2.16:</b> USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS: ¿QUE TAN NUEVA ES LA TECNOLOGÍA O LOS PROCESOS QUE UTILIZA LA EMPRESA? .....	29
<b>FIGURA 2.17:</b> EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO .....	30
<b>FIGURA 2.18:</b> PORCENTAJE EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES SEGÚN ORIENTACIÓN A MERCADOS INTERNACIONALES .....	31
<b>FIGURA 3.1:</b> INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN METROPOLITANA Y EL RESTO DE CHILE (1/2) .....	33
<b>FIGURA 3.2:</b> CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN METROPOLITANA Y EL RESTO DE CHILE (2/2) .....	34
<b>FIGURA 3.3:</b> EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN METROPOLITANA .....	35



# PRESENTACIÓN

El emprendimiento y la innovación se han convertido en pilares fundamentales del desarrollo en muchos países y, en Chile, son cada día más las iniciativas, tanto públicas como privadas, que han movilizado esfuerzos y recursos para incentivar el emprendimiento y la creación de empresas. Para quienes hemos estado estudiando y analizando la evolución del emprendimiento en Chile, nos alegramos del gran desarrollo que la actividad emprendedora ha tenido el país, no sólo en lo cuantitativo sino, también, en la calidad de los proyectos. En este contexto, el proyecto GEM ha sido un aporte relevante para entender el ecosistema emprendedor e innovador en Chile.

El GEM ha medido la dinámica emprendedora de más de 100 economías, lo cual lo ha convertido en el más extenso proyecto de investigación sobre emprendimiento a nivel internacional. En Chile, ya con más de una década de mediciones, el GEM se ha constituido un referente dado su alcance nacional y regional, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más grandes del país. El proyecto GEM, que desde el año 2007 realiza estudios regionales, ha estudiado en diferentes periodos doce de las regiones del país, incluyendo la Región Metropolitana de Santiago y, por primera vez en el ciclo 2013, hemos hecho un estudio específico en una comuna, Peñalolén, gracias al esfuerzo de académicos y profesionales del ámbito del emprendimiento y creación de negocios. Esto, sin duda, ha permitido que los datos del GEM sean un importante aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública. Con el enfoque regional, al cual se suma este nuevo reporte de la Región Metropolitana de Santiago, queremos seguir ofreciendo datos de calidad para entender el complejo fenómeno del emprendimiento en el país, con una visión que va desde lo local hasta lo global.

Queremos agradecer a las universidades e instituciones asociadas, a nivel regional, que participaron en el año 2013, Universidad de Tarapacá, Corporación Privada para el Desarrollo de la Universidad Arturo Prat, Corporación para la Competitividad e Innovación Región de Atacama, Universidad Católica del Norte (sede Antofagasta y Coquimbo), Universidad Técnica Federico Santa María (casa central y sede Concepción), Universidad Católica de la Santísima Concepción, Universidad del Desarrollo (sede Concepción) y Universidad de la Frontera, así como a sus coordinadores e investigadores y a sus diferentes auspiciadores. Agradecemos el invaluable tiempo y ayuda a los más de 420 informantes claves que respondieron la encuesta sobre las condiciones nacionales y regionales para el emprendimiento. Asimismo, nuestro más sincero agradecimiento a los más de 6.700 mujeres y hombres encuestados, anónimos, que son un pilar fundamental de esta investigación. Con su ayuda desinteresada podemos tener más y mejor información sobre las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras en Chile y cada una de sus regiones.

José Ernesto Amorós, PhD  
Coordinador GEM Chile



# RESUMEN EJECUTIVO:

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un proyecto de investigación que busca identificar la relación entre emprendimiento y desarrollo económico. Este estudio se inició en 1999 y, desde aquel entonces, han participado más de 80 países de todos los continentes. En 2004, London Business School y Babson College transfirieron el capital intelectual del GEM a la Asociación de Investigación en Emprendimiento Global (GERA, por su sigla en inglés), organización sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos de cada país más las dos instituciones fundadoras y las instituciones patrocinantes.

En Chile, el proyecto GEM se inició en el año 2002 y, desde el año 2007, GEM Chile ha incorporado el análisis de la actividad emprendedora en regiones, generando alianzas con prestigiosas universidades e instituciones regionales que han permitido estudiar la actividad emprendedora en 12 regiones del país: Región de Arica y Parinacota, Tarapacá, , Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, del Libertador Bernardo O'Higgins, del Maule, del Biobío, Los Ríos y la Región de la Araucanía. En el año 2013, se incluyó el estudio particular de la comuna de Peñalolén, en la Región Metropolitana.

El GEM hace una recolección de información primaria, relevante, sobre el emprendimiento. Esto, a través del uso de dos metodologías. La primera es una encuesta aleatoria, la cual consiste en aplicar un cuestionario estructurado a una muestra compuesta por 6.703 adultos, mayores de 18 años. Esta encuesta se conoce como APS. La segunda metodología consiste en la aplicación de una encuesta a expertos, también conocida como NES, sobre temas específicos del contexto para el emprendimiento en el país. Cabe mencionar que, en el ciclo 2013, se encuestó a 422 expertos y expertas en 9 regiones pertenecientes al proyecto GEM Chile, así como a expertos a nivel nacional y otros pertenecientes a la comuna de Peñalolén, la cual fue incluida como muestra, a nivel comunal, en este ciclo. Estas metodologías permiten que, a diferencia de otros estudios, el GEM se focalice en la figura del emprendedor, adoptando una aproximación comprensible y considerando el grado en que las personas se involucran en actividades emprendedoras dentro del país, identificando diferentes tipos y fases del emprendimiento. En el GEM se denominan "emprendedores en etapas iniciales" a la proporción de la población adulta y nacional que es dueño de un negocio, pero que éste no supera los 3,5 años de antigüedad, mientras que se considera un "emprendedor establecido" como todo aquel que es dueño de un negocio que supera los 3,5 años de antigüedad.

## Actitudes Emprendedoras

Un 69% de la población mayor a 18 años, que vive en la región, señaló que considera que habrá buenas oportunidades de negocios en los próximos seis meses.

Aún cuando un 29% indica que el miedo al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio, el 45% manifestó intención de emprender.

Cerca del 65% indica que los emprendedores exitosos gozan de gran prestigio social y 64% indica que se puede ver, a menudo, noticias sobre nuevos emprendedores que han tenido éxito en sus negocios.

## Actividades Emprendedoras

Actualmente, alrededor del 26% de la población adulta, entre 18 y 64 años, se considera un emprendedor en etapas iniciales en la región. En relación a los emprendedores establecidos, este valor es de 8%. De los emprendedores iniciales, el 81% indicó que su motivación estuvo en que surgió una oportunidad de negocio y el 19% lo hizo por necesidad.

## Aspiraciones Emprendedoras

En la actualidad, el 57% de los emprendedores en etapas iniciales y el 55% de los establecidos declararon tener de 1 a 5 personas trabajando en sus negocios. A futuro, el 18% de los emprendedores en etapas iniciales aspiran a contratar 20 trabajadores o más. En relación a la novedad de sus productos, el 42% de los emprendedores iniciales y el 37% de los establecidos manifestaron que sus productos eran nuevos para todos sus clientes. Un 28% de los iniciales y 14% de los establecidos declararon que la tecnología usada en su empresa es nueva (menor a 5 años) o muy nueva, es decir, inferior a 1 año.

## Contexto Emprendedor en la Región

Las variables "Transferencia de I+D" y "Apoyo Financiero" son los factores peor evaluados y constituyen fuertes barreras para el desarrollo del emprendimiento en la región. Por otra parte, la infraestructura física del país es la única que presenta una evaluación positiva. Comparativamente con el resto de Chile, la región presenta mayores diferencias negativas en los "Programas de Gobierno" y las "Normas Sociales y Culturales", sin embargo, se destaca por sobre el resto en la "Infraestructura Física" y en la "Infraestructura Comercial y Profesional".

# 1. INTRODUCCIÓN



Fotografía por Camila Gonzalez Herrera

En el año 2002, se realizó la primera medición de la dinámica emprendedora en Chile usando la metodología del Global Entrepreneurship Monitor, GEM. En estos 11 años se ha analizado la transversalidad del emprendimiento a través de la generación de diversos indicadores que incluyen, desde el inicio de nuevos negocios, hasta temas especiales, como el emprendimiento social, educación para el emprendimiento o la actividad emprendedora de los empleados. Adicionalmente, se ha puesto énfasis en el tema de mujeres emprendedoras. Desde el año 2007, GEM Chile ha incorporado el análisis de la actividad emprendedora en regiones, generando alianzas con prestigiosas universidades e instituciones regionales. En este reporte, correspondiente al ciclo 2013, se analiza la actividad emprendedora en 9 regiones del país: Región de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, del Biobío y la Región de la Araucanía. Adicionalmente, por primera vez en el estudio GEM, se ha analizado la dinámica emprendedora a nivel de una comuna en particular, la de Peñalolén, en la Región Metropolitana. Los datos de dicha comuna son incluidos como parte de este reporte aunque se publicará un reporte específico sobre ésta.

## 1.1 Acerca del GEM

El proyecto GEM ha contribuido a entender la compleja relación entre emprendimiento y desarrollo. Desde los inicios del proyecto, en el año 1997, donde se estudiaron 10 países, el GEM ha procurado subsanar la carencia de datos por medio de la recolección de información relevante sobre la dinámica emprendedora. Dado el crecimiento del proyecto, en el año 2004 se conformó la Global Entrepreneurship Research Association (GERA) para servir como órgano de supervisión del GEM. GERA es una organización sin fines de lucro regida por representantes de los equipos nacionales, las dos instituciones fundadoras, Babson College y London Business School, así como por miembros de las instituciones patrocinadoras del proyecto. La misión del GERA es contribuir al desarrollo económico global a través de la iniciativa emprendedora. Para lograr esto, el consorcio del GERA busca

incrementar el conocimiento sobre el emprendimiento, en todo el mundo, mediante la realización y difusión de investigación de clase mundial a través de:

- Descubrir y medir los factores que impactan el nivel de la actividad emprendedora entre las economías.
- Ayudar a identificar las políticas que incentivan niveles adecuados de actividad emprendedora. Aumentar la influencia de la educación en el apoyo a la iniciativa emprendedora.

Específicamente, el proyecto GEM se focaliza en tres objetivos fundamentales:

1. Medir las diferencias en los niveles de actividad emprendedora entre países.
2. Develar los factores determinantes de los niveles nacionales de actividad emprendedora.
3. Identificar las políticas nacionales que pueden mejorar los niveles de actividad emprendedora en cada país.

El GEM explora el rol de la actividad emprendedora en la economía, poniendo especial énfasis en la relación entre emprendimiento y crecimiento económico. De este modo, el modelo del GEM reconoce las diferentes fases del desarrollo económico de las naciones, así como las diferencias en el papel y naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas. Con ello, el GEM se basa en tres premisas: la primera es que el emprendimiento es importante para el desarrollo, ya que la prosperidad económica y social depende, en buena parte, de la dinámica emprendedora. Evidentemente, las economías son heterogéneas. En algunas prevalece un mayor nivel de emprendimiento "por necesidad" (que puede ser una respuesta al desempleo), mientras que en las economías más desarrolladas prevalece el concepto de "oportunidad de negocio" vinculada a la innovación. Una segunda premisa es que son los individuos quienes, a través de su motivación y capacidad, inician los nuevos negocios y estos pueden ser reforzados por la percepción social positiva sobre el espíritu emprendedor. Así, el GEM pone énfasis en el concepto de explotación de oportunidades (Shane y Venkataraman,

2000) donde son justamente los individuos los que llevan a cabo la actividad emprendedora. Los beneficios del emprendimiento son relevantes, porque involucran la participación de todos los grupos de la sociedad, incluidas las mujeres, diferentes grupos etarios y con diferentes niveles de educación, así como las minorías desfavorecidas. Por último, una tercer premisa es que la generación de nuevas empresas es un elemento clave para la creación de nuevos empleos y, a su vez, una parte importante de la competitividad nacional depende de las iniciativas emprendedoras innovadoras.

**1.2 Concepto de Emprendimiento en el GEM**

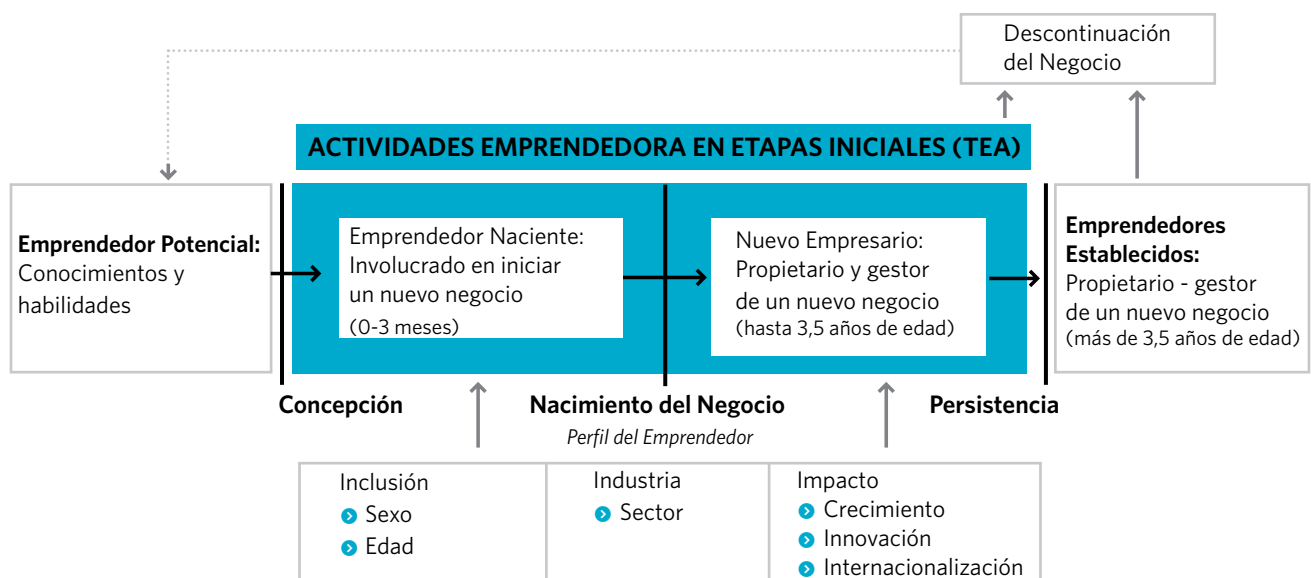
El emprendimiento es un fenómeno complejo que se extiende en varios contextos. Ante esto, el GEM adopta una visión amplia del emprendimiento y se focaliza en el rol jugado por diferentes individuos en el proceso emprendedor. A diferencia de la mayoría de las bases de datos sobre emprendimiento, que miden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

Otro principio rector de la investigación del GEM es que el emprendimiento es un proceso. En función de eso, el GEM compara más allá que actitudes y aspiraciones emprendedoras de aquellos que están o no comprometidos con emprender. También analiza actitudes, actividades y aspiraciones en diferentes fases del emprendimiento, desde las intenciones generales hasta una fase inicial o “naciente” de los negocios que están en gestación, siguiendo con los nuevos negocios que pueden ser identificados como aquellos que han comenzado operaciones, hasta la fase del negocio establecido y, posiblemente, la discontinuación del negocio. Un emprendedor que ha tenido éxito en crear y mantener un negocio ha pasado por todo el proceso. Los procesos emprendedores comienzan antes que el negocio sea 100% operativo. Alguien que recién comienza un emprendimiento y trata de sobrevivir en un mercado muy competitivo es

un emprendedor, a pesar de no tener aspiraciones de gran crecimiento. Por otra parte, una persona que ha estado envuelta en negocios, por un número significativo de años, y es innovador, competitivo y tiene una mentalidad orientada al crecimiento, sigue siendo un emprendedor. Asimismo, el proceso natural de discontinuación del negocio es parte del ciclo de esta dinámica. Incluso, muchos emprendedores, una vez cerrados algunos de sus proyectos, continúan con otros casi de forma inmediata (Bosma y Levie 2010; Hessels y otros 2010). El GEM suministra un paraguas bajo el cual una variedad de características emprendedoras, tales como motivación, innovación, competitividad y aspiraciones de alto crecimiento, pueden ser estudiadas sistemática y rigurosamente.

Dentro de este contexto, la recolección de datos del GEM cubre el ciclo de vida del proceso emprendedor y mira a la persona a partir del momento en el que compromete recursos para iniciar un negocio del cual tiene la expectativa de ser dueño (emprendedor naciente); cuando ya es dueño y dirige un nuevo negocio y ha pagado salarios por más de tres meses, pero por no más de 42 meses (dueño de un nuevo negocio); y cuando es dueño y dirige un negocio establecido que ha estado en operación por más de 42 meses (dueños de negocios establecidos). La Figura 1-1 resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

**Figura 1.1: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM**



Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribuciones por más de tres meses a cualquier persona, incluyendo los dueños, es considerado el “momento del nacimiento” de un negocio. Así, la distinción entre emprendimientos nacientes y propietarios de nuevos negocios depende de la antigüedad de la nueva empresa. Los que han pagado salarios o sueldos por más de tres meses y menos de 42 meses pueden ser considerados nuevos empresarios. El punto de corte de 42 meses ha sido definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La suma de los emprendimientos nacientes y la de los dueños de nuevos negocios es lo que el GEM denomina Actividad Emprendedora de Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity). El TEA representa la actividad de nuevas empresas dinámicas. Aún cuando una parte importante de esos emprendimientos nacientes no tengan éxito en iniciar su negocio, sus actividades pueden tener un efecto beneficioso en la economía, porque tanto el ingreso de nuevos competidores y los eventuales nuevos productos y servicios que éstos ofrecen, pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño.

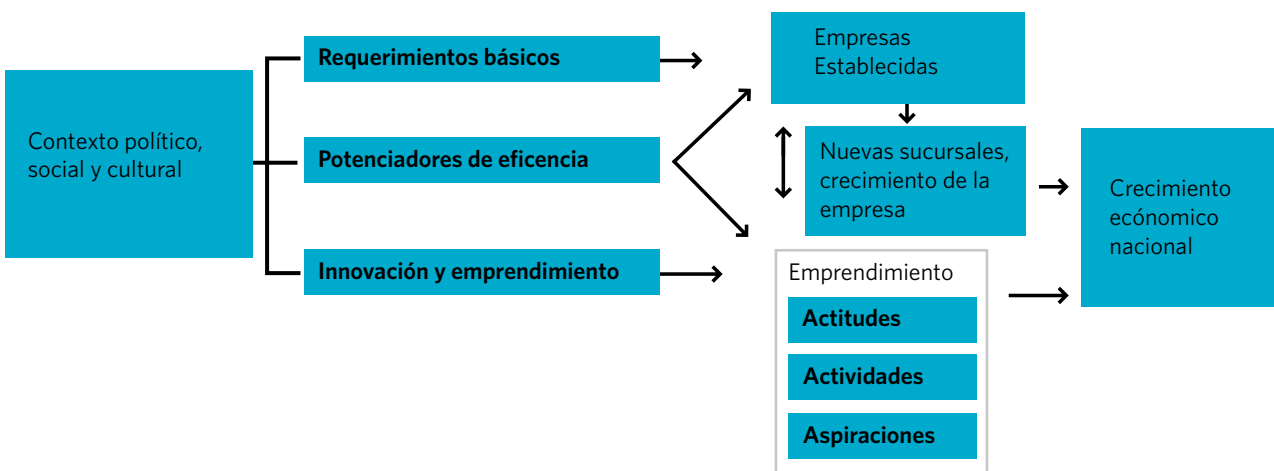
Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como emprendedores establecidos. Sus negocios han sobrevivido el denominado

“valle de la muerte” y han dejado las etapas iniciales. En un país una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la sobrevivencia de las empresas. Sin embargo, si un país exhibe altos niveles de emprendimientos establecidos combinados con un bajo grado de actividad emprendedora en etapas iniciales, indica un bajo nivel de dinamismo en la actividad emprendedora.

### 1.3 El Modelo del GEM

Como se ha comentado, existe un amplio consenso acerca de la importancia del emprendimiento para el desarrollo. No obstante, la contribución de los emprendedores a la economía también varía en relación a la fase de desarrollo económico. El modelo del GEM hace una distinción entre las fases del desarrollo económico, en línea con la tipología de Porter y otros (2002) que utiliza el Reporte Mundial de Competitividad del World Economic Forum, es decir, “economías basadas en recursos”, “economías basadas en la eficiencia” y “economías basadas en la innovación”. Cada una de estas etapas también posee diferentes características, las cuales se ven reflejadas en distintos aspectos de la actividad productiva. Como se muestra en la **Figura 1.2**, el Modelo del GEM recoge estas características para tratar de medir el efecto de la actividad emprendedora en el crecimiento económico de los países.

**Figura 1.2: El modelo del GEM**



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

sostener un gran número de trabajos en sectores de alta productividad. De este modo, a medida que una economía se desarrolla, los niveles de actividad emprendedora por necesidad gradualmente declinan, debido a que los sectores productivos crecen y generan más oportunidades de empleo. Al mismo tiempo, el emprendimiento por oportunidad tiende a elevarse, introduciendo un cambio cualitativo en la actividad emprendedora tomada en su conjunto.

A continuación se describen cada una de las partes principales del modelo GEM.

#### El Contexto para el Emprendimiento

El espíritu emprendedor es un aspecto omnipresente de la acción humana, pero que su manifestación depende del entorno institucional (Baumol, 1990; Boettke y Coyne,

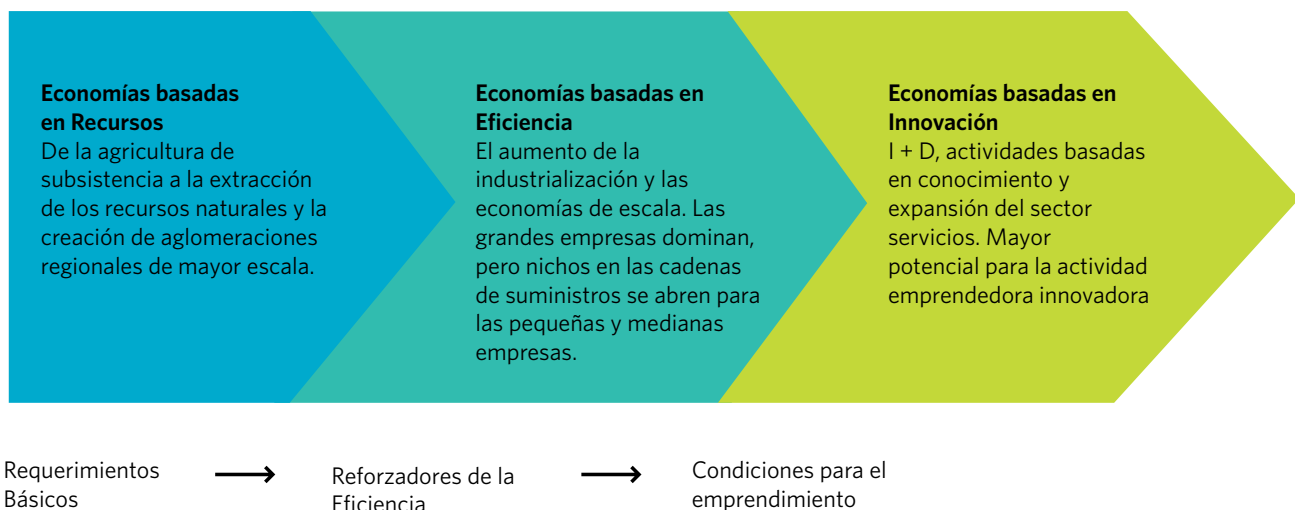
2003). El modelo del GEM resalta la relevancia de las denominadas Condiciones del Marco para el Emprendimiento (Entrepreneurial Framework Conditions) como un indicador del potencial de un país para impulsar el emprendimiento (ver Bosma y otros, 2008). Los requisitos para el emprendimiento reflejan las principales características del ambiente socio-económico del país, las cuales pueden tener un impacto significativo sobre el emprendimiento. A su vez, esos requisitos también dependen de la fase de desarrollo económico en que se encuentre el país.

Las condiciones nacionales relevantes para la actividad económica basada en los recursos y en la eficiencia, también se han adoptado de las mismas que remarca el Reporte Mundial de Competitividad 2012 (Schwab y Sala-i-Martin, 2012). Respecto a las economías basadas en la innovación, el modelo del GEM hace una contribución adicional en relación al desarrollo económico, al identificar las condiciones que son específicas tanto a la innovación y al emprendimiento. Como Acs y otros (2003) proponen, el emprendimiento transforma la innovación en resultados económicos y una falta de emprendimiento puede entonces ser vista como un cuello de botella para que los países basados en la innovación puedan lograr un mayor crecimiento.

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

Para las economías basadas en recursos, el énfasis está puesto en los requisitos básicos: el desarrollo de las instituciones, la infraestructura, la estabilidad macroeconómica, la salud y la educación primaria. Los requisitos básicos ayudarán a sostener el emprendimiento por necesidad, pero no contribuyen del todo a facilitar el emprendimiento por oportunidad. A medida que la economía progresa y las economías de escala se vuelven más relevantes, otras condiciones, que son denominadas reforzadoras de la eficiencia, aseguran que el funcionamiento adecuado del mercado se vuelva algo importante. Aún cuando estas condiciones no están directamente relacionadas con el emprendimiento en el sentido que le dio Schumpeter (1912 [1934]) y su concepto de “destrucción creativa”, sí están indirectamente relacionadas dado que el potencial desarrollo de nuevos mercados atraerá más emprendimientos. Para países cuyo desarrollo está basado en la innovación, las condiciones para el emprendimiento se vuelven más importantes, ya que apalancan el desarrollo económico en mayor medida que los requisitos básicos o los reforzadores de la eficiencia. Los detalles de cuál es el rol del emprendimiento en cada fase del desarrollo económico están descritos en la **Figura 1.3**.

**Figura 1.3: Características de las fases de desarrollo y foco principal**



**Emprendimiento: actitudes, actividades y aspiraciones**

Existen diferentes opiniones sobre emprendimiento y, por lo tanto, diversas definiciones de él. Desde Cantillón (1755) hasta las más recientes visiones y conceptos sobre el emprendimiento se ha resaltado su naturaleza multifacética y holística. Por lo tanto, se han identificado diversos elementos que son comunes al concepto de emprendimiento (Godin y otros, 2008). Tomando en cuenta muchos de estos conceptos, como ya se mencionó, el Modelo del GEM identifica tres componentes principales del emprendimiento: actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras (Acs y Szerb, 2011). Una combinación óptima de estos componentes y su interrelación pueden conformar un sistema emprendedor que ayude al desarrollo económico.

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

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

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

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

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

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

**1.4 La Metodología del GEM**

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

La Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey, APS) se hace a un mínimo de 2000 adultos, entre 18 y 64 años por país participante en el proyecto. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara o una combinación de ambos, principalmente durante los meses de mayo a agosto de cada año. En esta encuesta se hacen preguntas precisas acerca de la participación en –y la actitud hacia– el emprendimiento. Con esto se recopilan los datos con los que se analiza en profundidad los elementos del modelo del GEM que tienen relación directa con las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de las personas a nivel nacional, situando a los diferentes países dentro de este contexto internacional.

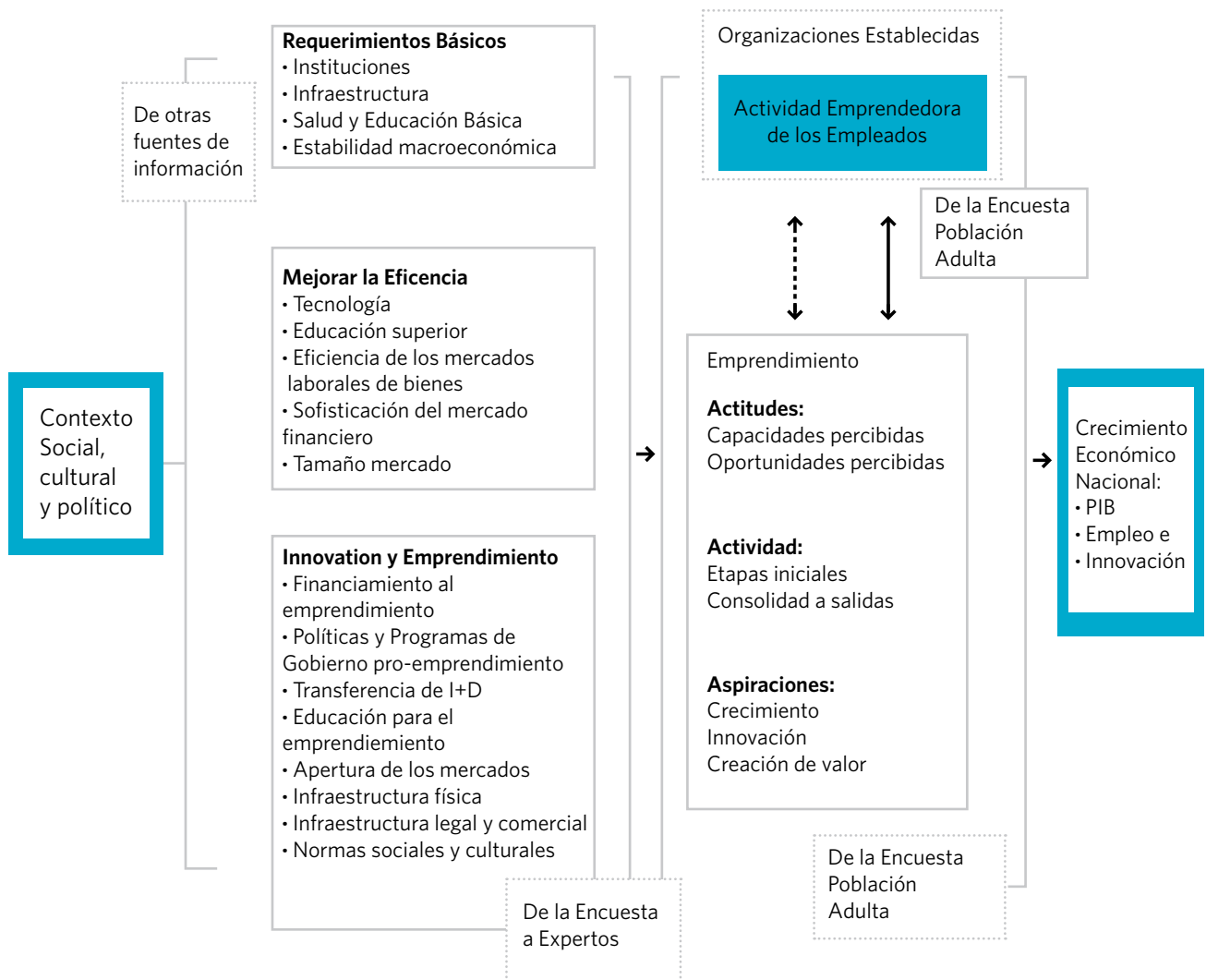
La Encuesta Nacional de Expertos (National Expert Survey, NES) es una encuesta más de tipo cualitativa, que recoge información de las condiciones del marco emprendedor, de cada país. Es una encuesta de percepción que es aplicada a un mínimo de 36 personas que son catalogadas como expertos y expertas,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

Cada año se agregan o modifican algunas de las preguntas tanto a la APS como a la NES con la finalidad de obtener la información sobre temas espaciales. Por ejemplo, los temas especiales más recientes fueron la actividad emprendedora de los inmigrantes y el intraemprendimiento. Esto conlleva a hacer algunas modificaciones al modelo sobre todo en la parte de operacionalización lo cual difiere del primer modelo conceptual del GEM. Cabe destacar que Chile es uno de los países del GEM que ha puesto mayor énfasis en el enfoque regional, lo cual ha permitido tener una mayor cantidad y

calidad de datos. Así, en el 2013, en el país se han realizado un poco más de 6700 encuestas a la población adulta y una amplia consulta a expertos nacionales que nos ha llevado a tener más de 350 expertos de nueve regiones y por primera vez también estudiar una comuna en particular que es la Comuna de Peñalolén.

Teniendo en cuenta las definiciones y la metodología en la **Figura 1.4** se muestra el Modelo del GEM completo.

**Figura 1.4: El modelo y definiciones del GEM**



**1.5 Sobre este reporte**

La información del ciclo 2013 está dividida en los diferentes elementos de la dinámica emprendedora que mide el GEM. En este reporte queremos dar cuenta de los indicadores de la dinámica emprendedora (actitud, actividad y aspiraciones) así como el contexto para emprender en Chile y también se incluyen algunos indicadores globales de los diferentes países que participaron en el GEM 2013, poniendo especial énfasis en los miembros de la OECD.

## 2. PERSPECTIVA DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN METROPOLITANA



Fotografía por Emilia de la Fuente

En esta sección del reporte se presentan los principales resultados de la encuesta a la población adulta (APS, por sus siglas en inglés) de la Región Metropolitana de Santiago. Estos se ordenan de acuerdo al marco conceptual del GEM. Primero se describen los datos sobre actitudes emprendedoras, posteriormente se muestran los resultados sobre actividad emprendedora y se concluye esta sección con datos relativos a las aspiraciones emprendedoras de los habitantes de la región. La mayoría de las tablas y figuras que se exhiben comparan los datos de la Región Metropolitana con los resultados agregados del resto de las regiones del país que participan en el proyecto GEM.

### 2.1 Actitudes emprendedoras

Las percepciones sobre el emprendimiento pueden afectar tanto la oferta como la demanda del mismo. El lado de la oferta está constituido por el conjunto de los potenciales emprendedores. Estos individuos tienen percepciones importantes que incluyen tanto el deseo como la habilidad percibida para poder transformarse en un emprendedor (Davisson, 1991). Los niveles de educación y la disponibilidad de programas de capacitación para emprendedores también pueden ser posibles determinantes de las habilidades percibidas.

Por el lado de la demanda, en lo que viene a ser “el espacio para el emprendimiento”, es necesario que existan oportunidades para la creación de nuevas empresas, siendo igualmente importante que los emprendedores perciban estas oportunidades. La cantidad y calidad de las oportunidades percibidas pueden ser reforzadas por condiciones nacionales y regionales, tales como el crecimiento económico, el crecimiento de la población, la cultura y las políticas en materia de emprendimiento. Estos conceptos serán analizados en los próximos capítulos.

Cabe destacar que, en la medida que las personas ven más y más emprendedores exitosos en su entorno directo, se puede reforzar su percepción respecto de sus propias capacidades,

sin que haya mediado un reforzamiento efectivo de las mismas. Además, puede haber diferencias demográficas en la percepción de las capacidades emprendedoras ya sea por razones históricas, socio-económicas o culturales. Los programas públicos, por ejemplo, pueden apuntar explícitamente a los grupos que exhiben bajos niveles en materia de percepción de capacidades así como bajos niveles de capacidades efectivas. Así, diferentes y múltiples condiciones pueden afectar las capacidades percibidas directa e indirectamente.

Que una persona tenga una percepción positiva hacia el emprendimiento, no quiere decir que necesariamente se involucrará en una actividad emprendedora, pues deberá llevar a cabo múltiples evaluaciones de forma consciente o inconsciente.

En primer lugar, existe una evaluación de los costos de oportunidad, lo cual involucra comparar los retornos esperados del emprendimiento con los retornos esperados de una alternativa ocupacional. La alternativa más común es “ser empleado”. Además, existe una evaluación de riesgos versus recompensa: aún cuando los retornos esperados del emprender sean considerablemente más altos que la mejor alternativa, el riesgo percibido asociado puede ser demasiado alto para una persona que está pensando en iniciar un negocio. La aversión al riesgo de una persona puede ser un factor significativo en la transición de emprendimiento potencial (o latente) a uno efectivo (Kihlstrom y Laffont, 1979). Al mismo tiempo, la decisión de la persona puede, también, estar influenciada por sus características demográficas tales como edad, género, origen o etnia así como por instituciones con las que ha socializado. Por ejemplo, las personas con más edad podrían incluir su salud y los costos asociados del sistema de cuidado de salud en la evaluación de premios y riesgos, mientras los inmigrantes podrían percibir la existencia de menos alternativas para ganarse la vida en un país que no es el de origen.



Evaluaciones intrínsecas como las arriba descritas pueden, finalmente, llevar a manifestar la intención (y la acción subsecuente) de iniciar un negocio concebido como un emprendimiento basado en la oportunidad. Como ya fue descrito, esto es efectivo para el grueso de los emprendedores, particularmente en los países con economías basadas en la innovación. Sin embargo, algunas personas están involucradas en la actividad emprendedora por necesidad; simplemente, porque no tienen otras opciones para ganarse la vida y porque no existe una evaluación comparativa para ser hecha.

No existe un patrón general que describa las secuencias tanto de la evaluación como de las decisiones tomadas, ni de los pasos que se han dado. Es posible que las personas decidan iniciar un negocio cuando una oportunidad muy específica aparece en forma inesperada. Incluso, pueden iniciar un nuevo negocio a pesar que antes no hayan pensado hacerlo ni iniciarlo en esa área. Esas personas no han considerado constituir un negocio hasta que la oportunidad se les presentó. Así, para los emprendedores, la percepción de la existencia de oportunidades puede aparecer por adelantado, antes de iniciar el negocio o al mismo tiempo. Shane (2003) ha propuesto un modelo del mundo en el cual las oportunidades existen y necesitan ser descubiertas. En esa visión, los gobiernos podrían considerar formas de incrementar la probabilidad que esas oportunidades sean descubiertas, como un medio para reforzar el clima emprendedor.

La Tabla 2-1 muestra varios indicadores del GEM referentes a las autopercepciones de las personas en relación al emprendimiento en la región Metropolitana y permite una comparación con las demás regiones. Una variedad de características nacionales y/o regionales

pueden ser las causas subyacentes de la percepción – alta o baja- que se tiene acerca del emprendimiento. Podría ser que exista una cantidad de trabas burocráticas asociadas a la constitución de una empresa, las cuales estarían reduciendo el atractivo de emprender. Podría, también, ser el caso que la protección del empleo sea alta y termine por desanimar a los empleados que poseen percepciones emprendedoras positivas y con deseos de iniciar un negocio.

El miedo al fracaso es frecuentemente considerado como un componente cultural importante en el detrimento de la actividad de nuevas empresas. Sin embargo, dicha relación no ha sido completamente confirmada. Al respecto, cada año, el GEM le pregunta a una muestra aleatoria de individuos si el miedo al fracaso podría disuadirlos de comenzar un negocio. Esto tiene sentido si consideramos esta pregunta sólo para aquellos que no están actualmente involucrados en un emprendimiento, pero perciben que existen buenas oportunidades de iniciar un negocio. Si el miedo al fracaso prevalece entre aquellos que en principio ven buenas oportunidades de iniciar un negocio, se podría justificar la necesidad de intervenir, de algún modo, para reducir este miedo al fracaso.

Respecto a cuál es la actitud más común sobre la creación de negocios, se le preguntó a toda la muestra respecto si el emprender es considerado una buena elección profesional, si los emprendedores son socialmente bien percibidos y si la exposición mediática que tiene el emprendimiento en la Región Metropolitana es considerable. La Tabla 2-1 recoge los porcentajes de respuestas afirmativas de la muestra encuestada para cada una de las tres preguntas planteadas.

A continuación, en la Tabla 2-1, se presentarán los resultados de los indicadores que miden las actitudes hacia el emprendimiento, a nivel regional y nacional.

**Tabla 2.1: Indicadores de actitud hacia el emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)**

Región	Percepciones de oportunidades	Percepciones de capacidades	Miedo al fracaso*	Intenciones emprendedoras**	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Alto estatus a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento
<b>AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE</b>							
Tarapacá	86,6	60,3	28,9	51,0	74,7	64,4	64,3
Antofagasta	87,3	55,9	24,9	53,6	77,5	70,6	62,2
Atacama	79,5	64,7	22,9	54,4	73,1	68,2	65,1
Coquimbo	72,8	60,0	25,1	51,4	71,0	65,2	66,9
Valparaíso	63,7	57,8	24,9	44,1	64,1	62,0	63,3
O´Higgins	66,1	49,6	28,9	35,8	69,3	73,3	61,7
Maule	73,1	60,4	23,3	57,8	68,0	73,6	75,5
Biobío	60,4	56,9	30,5	42,9	70,5	70,7	66,8
Araucanía	59,3	60,4	24,6	42,7	70,4	68,5	72,6
<b>Metropolitana</b>	<b>69,1</b>	<b>60,7</b>	<b>29,1</b>	<b>44,5</b>	<b>68,2</b>	<b>65,1</b>	<b>64,4</b>
Arica y Parinacota	64,1	57,9	21,3	55,3	73,2	65,3	64,2
Peñalolen	60,9	63,0	32,9	40,3	72,0	66,4	68,7
Chile	68,4	59,6	31,4	47,3	69,1	67,3	66,3

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

Las actitudes y percepciones definen, en gran medida, la realidad que experimentan las personas a lo largo de sus vidas, explicando de esta manera sus expectativas y comportamientos. Las actitudes emprendedoras pueden verse influenciadas tanto desde la oferta de emprendimiento como desde la demanda.

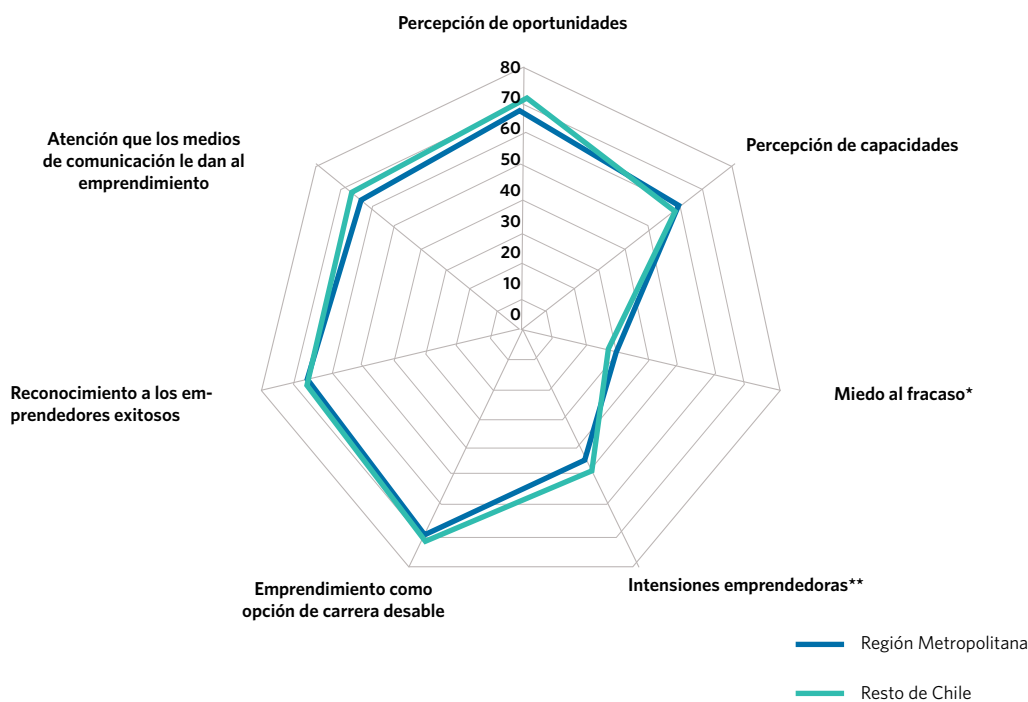
La oferta de emprendimiento principalmente es generada por los potenciales emprendedores. Este grupo está compuesto por quienes manifiestan poseer la intensidad de querer iniciar un nuevo negocio. Por otra parte, la demanda de emprendimiento viene dada por el mercado; es el espacio que existe para los nuevos negocios, ya sea por la creación de nuevas oportunidades de negocio que se generan o por la incapacidad de los agentes actuales de satisfacer eficientemente las necesidades existentes.

Indudablemente existen otros aspectos que también afectan la percepción hacia el emprendimiento. Un ejemplo de lo

anterior es la valoración social de los emprendedores, no sólo en términos de popularidad, sino también por su capacidad técnica y de gestión, sino también por el atrevimiento a desarrollar un nuevo negocio, que podría ser considerado como algo más riesgoso que ser empleado.

La Figura 21 presenta los valores de la Región Metropolitana y los contrasta con los del resto del país. A partir de esta figura es posible evidenciar que las actitudes hacia el emprendimiento entre los habitantes de la Región Metropolitana no se diferencian significativamente de la percepción que existe en el resto del país. Pese a lo anterior, es posible observar que, en el resto de las regiones, existe una visión más positiva del emprendimiento en relación al reconocimiento social que poseen los emprendedores exitosos, es mayor la cobertura de los medios de comunicación y esta actividad es señalada con más frecuencia, que en la Región Metropolitana, como una opción de carrera deseable.

**FIGURA 2.1: Actitudes hacia el emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

Dado lo anterior y, a pesar de la evidente diferencia entre la Región Metropolitana y resto del país respecto al desarrollo económico, no existen mayores diferencias en la percepción de oportunidades de negocio ni en la percepción de los individuos en relación a las capacidades, habilidades y conocimientos para emprender. Lo mismo ocurre en términos del miedo a fracasar y el porcentaje de la población que señala tener intenciones de emprender.

Si bien a partir de esta figura puede surgir la hipótesis que las actitudes emprendedoras no tienen relación con el desarrollo de la economía local, cuando se analizan las diferentes etapas del ciclo del emprendimiento, tal como lo define el GEM

(ver Figura 1-1), sí es posible observar algunas diferencias entre la Región Metropolitana y el resto del país, tal como lo muestra la Tabla 2-2. Las dos más significativas son una mayor percepción de oportunidades por parte de los nuevos empresarios de la Región Metropolitana y, por otro lado, un mayor temor al fracaso por parte de los emprendedores nacientes también en la Región Metropolitana.

**TABLA 2 2: Factores de influencia en la percepción de los encuestados según etapa del emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)**

<i>¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?</i>	<i>Sin relación con alguna actividad emprendedora</i>	<i>Con alguna relación con actividades emprendedoras</i>	<i>Emprendedores (as) nacientes</i>	<i>Nuevos (as) empresarios (as)</i>	<i>Actividad emprendedora establecida</i>
Región Metropolitana	30,2	73,1	61,7	74,5	49,1
Resto de Chile	30,0	73,9	60,9	73,2	53,6

<i>¿Cree usted que en los próximos 6 meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?</i>	<i>Sin relación con alguna actividad emprendedora</i>	<i>Con alguna relación con actividades emprendedoras</i>	<i>Emprendedores (as) nacientes</i>	<i>Nuevos (as) empresarios (as)</i>	<i>Actividad emprendedora establecida</i>
Región Metropolitana	65,5	78,7	71,9	88,1	73,0
Resto de Chile	69,6	78,3	78,7	77,0	70,7

<i>¿Considera que usted posee conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para empezar un negocio o empresa</i>	<i>Sin relación con alguna actividad emprendedora</i>	<i>Con alguna relación con actividades emprendedoras</i>	<i>Emprendedores (as) nacientes</i>	<i>Nuevos (as) empresarios (as)</i>	<i>Actividad emprendedora establecida</i>
Región Metropolitana	46,7	86,8	81,6	87,9	89,2
Resto de Chile	45,7	86,9	82,8	88,7	84,0

<i>¿El temor al fracaso, le impide iniciar un nuevo negocio?</i>	<i>Sin relación con alguna actividad emprendedora</i>	<i>Con alguna relación con actividades emprendedoras</i>	<i>Emprendedores (as) nacientes</i>	<i>Nuevos (as) empresarios (as)</i>	<i>Actividad emprendedora establecida</i>
Región Metropolitana	39,7	21,7	27,5	13,6	20,4
Resto de Chile	35,4	17,1	18,8	14,5	19,5

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

Los datos muestran que existe una mayor diferencia tanto en los emprendedores establecidos y nuevos empresarios de la Región Metropolitana y los del resto del país, donde los claramente los nuevos empresarios de la RM son más propensos a considerar que en un futuro cercano habrá buenas oportunidades de negocio.

En relación al miedo al fracaso, para todas las categorías, los emprendedores que se encuentran en la capital son más propensos a pensar que éste los frenaría de llevar a cabo alguna aventura emprendedora, con excepción de aquellos nuevos empresarios, que muestran un nivel inferior al agregado nacional.

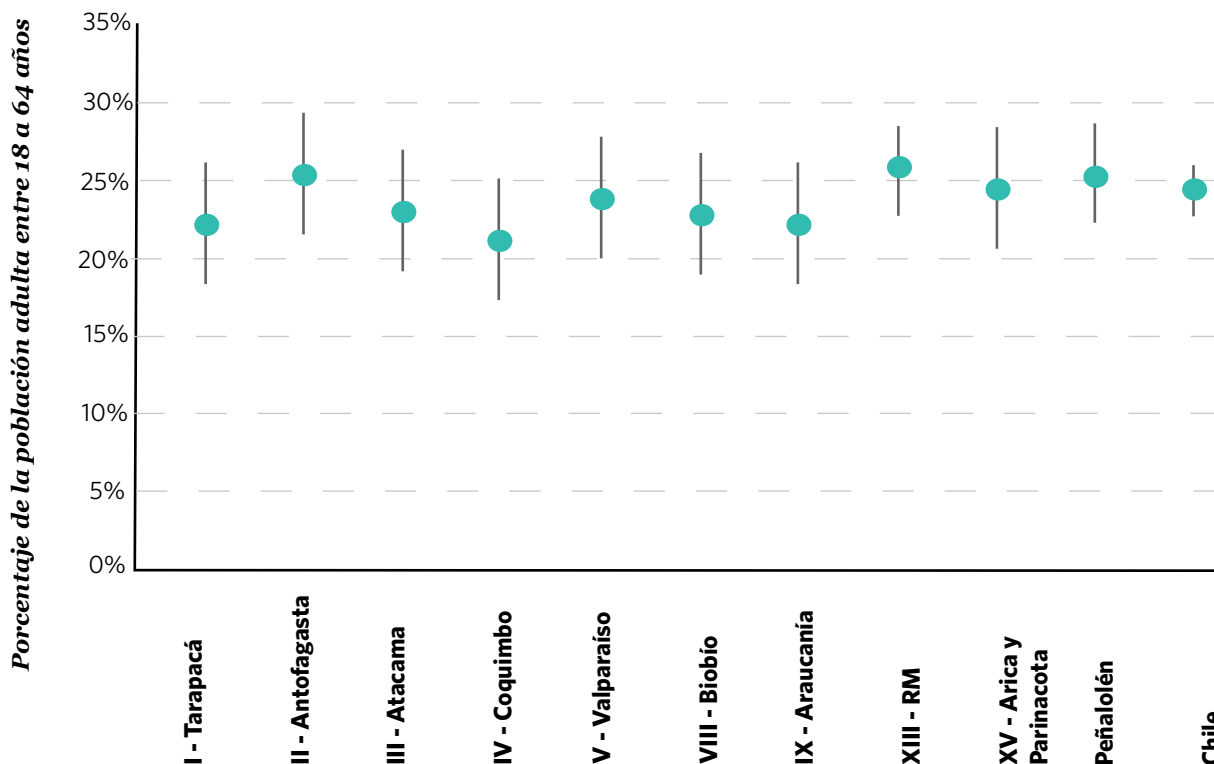
### 2.2 Actividades emprendedoras

En esta sección el análisis se enfoca en los resultados obtenidos para los emprendedores de la Región Metropolitana y, al igual que en la sección anterior, se contrasta con el resto de los emprendedores del país.

La Figura 2.2 muestra la actividad emprendedora en etapas iniciales de todas las regiones participantes en el ciclo 2013.

Si bien se observa que no hay diferencias muy significativas, la Región Metropolitana está por arriba del promedio general de Chile, con un 25,8% de la población adulta que manifiesta estar involucrada en algún tipo de actividad emprendedora en etapas iniciales, contra un 24,3% que es el promedio del país.

**FIGURA 2.2: Actividad emprendedora en etapas iniciales en las regiones participantes en Chile**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

**Tabla 2.3: Actividad emprendedora según fase del proceso emprendedor**

	Actividad emprendedora naciente	Nuevos negocios gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación
Región Metropolitana	15,7%	11,1%	25,8%	8,2%	64,7%
Resto de Chile	15,5%	8,7%	23,6%	8,3%	4,6%

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

En la Región Metropolitana alrededor del 26% de la población adulta, entre 18 y 64 años, es emprendedora en etapas iniciales. En el resto del país dicho porcentaje es menor, con

un 24%. La actividad emprendedora establecida es muy similar, con un 8,2% en la Región Metropolitana y un 8,3% en el resto del país.

**Motivaciones Emprendedoras**

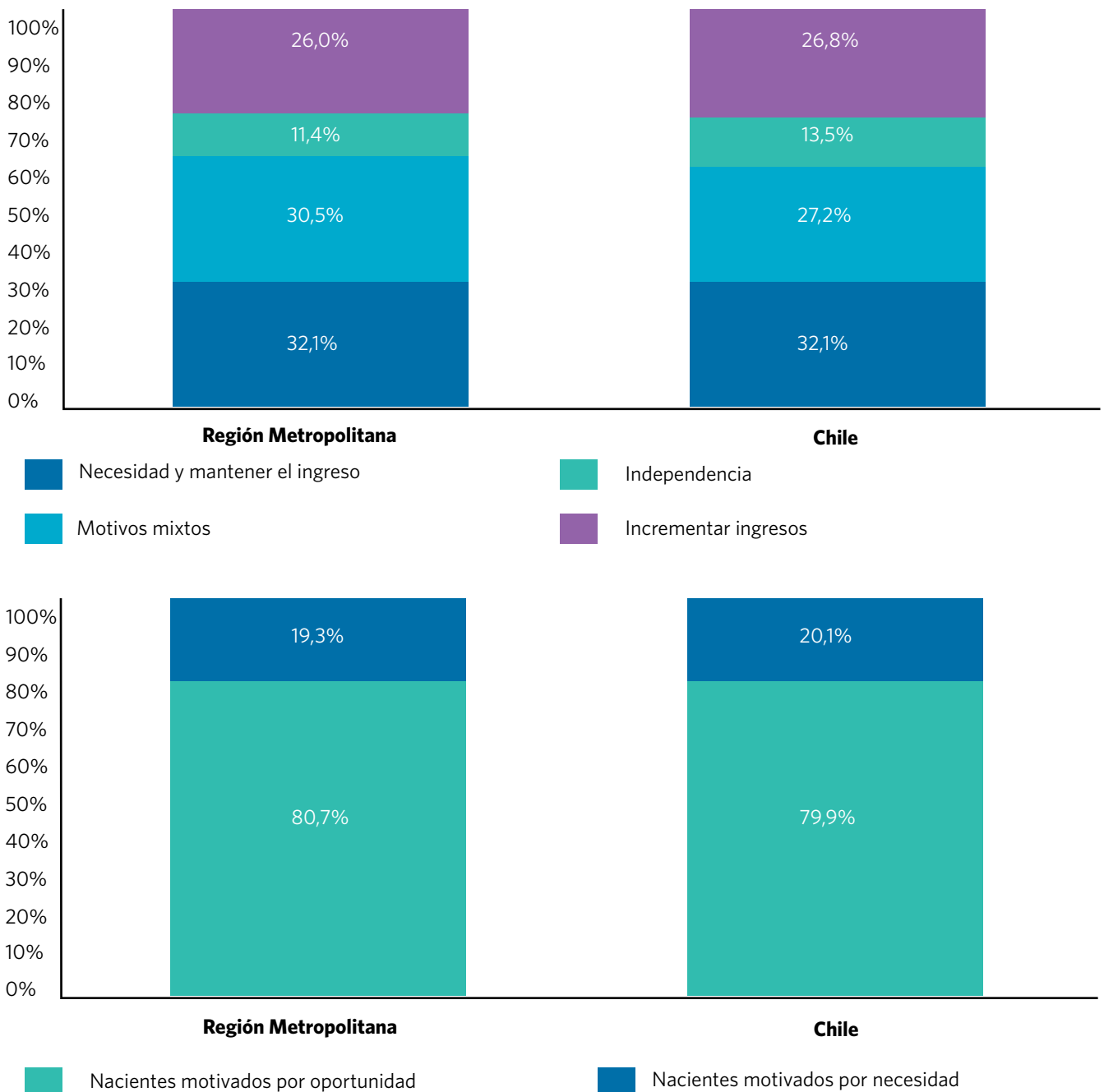
El nivel de emprendimiento por sí sólo no es un indicador positivo ni negativo de una economía si no se contextualiza para analizar las causas que motivan a las personas a desarrollar un nuevo negocio. Bajo esta premisa, el GEM analiza las razones que incentivaron a quienes decidieron ser emprendedores, clasificando estos motivos en dos grupos: oportunidad y necesidad.

Un emprendimiento motivado por oportunidad apunta al aprovechamiento de una ocasión específica, dentro de algún mercado, para el desarrollo de un nuevo negocio. Este tipo de motivación tiene su origen en diferentes razones que pueden ser la búsqueda de mayores niveles de ingresos o el deseo de tener mayor independencia.

Por otra parte, un emprendedor motivado por necesidad es aquel que indica que comenzó su negocio porque no encontró otra opción de trabajo mejor. Por lo tanto, este tipo de emprendedores se vieron forzados a desarrollar su propio negocio.

En la Figura 2-3 se muestran los porcentajes, ordenados por los diferentes motivos, para los dos grupos. Cuando se separan los motivos de estricta necesidad (no hay opciones en el mundo laboral) como se muestra en la Figura 2-4, prácticamente un 81% de la actividad emprendedora que se desarrolla en la Región Metropolitana se asocia a la búsqueda de una oportunidad de negocio, si bien tampoco se presentan diferencias significativas respecto la resto del país.

**FIGURA 2.3 y 2.4: Balance de los motivadores para emprendedores en etapas iniciales**

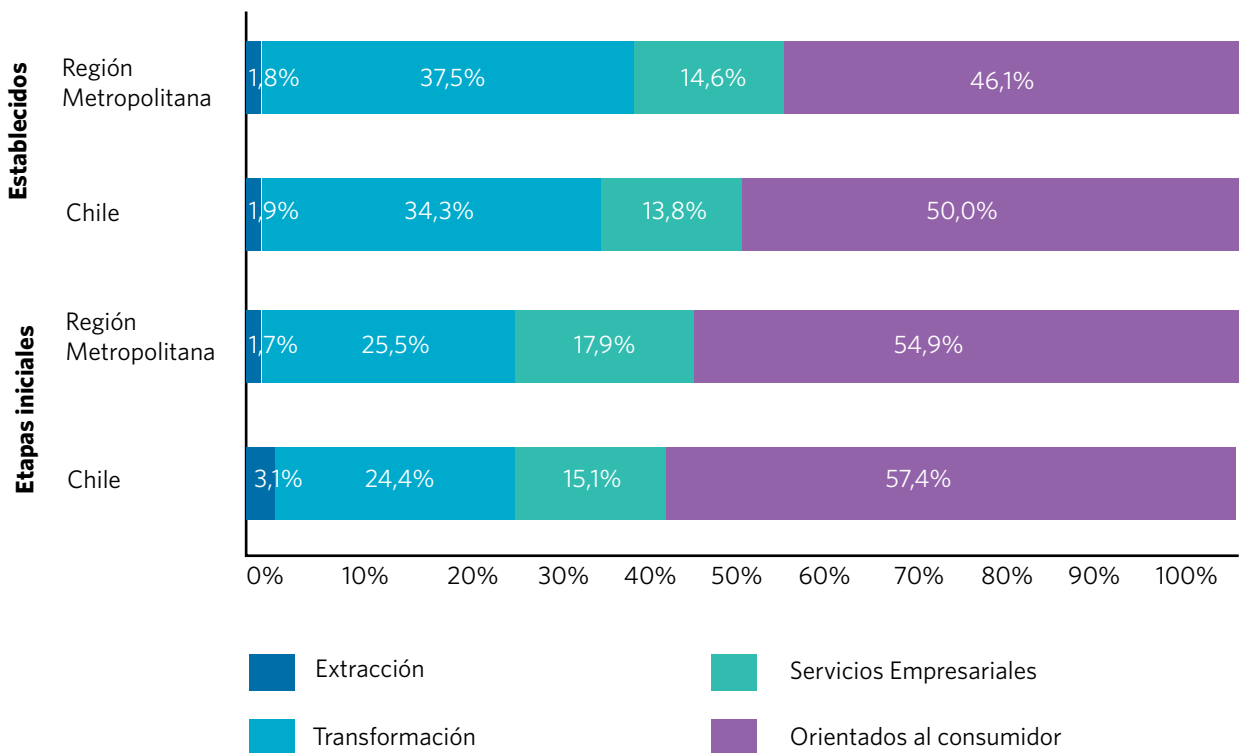


Si el análisis se realiza sólo para los emprendedores nacientes, los valores son muy similares entre la Región Metropolitana y el resto del país. En ambos casos, dentro del total de emprendimientos, los que son por oportunidad representan alrededor del 80%, lo cual es un indicador positivo bajo el contexto mundial, aún cuando es muy distante a la realidad que se observa en los países nórdicos, donde los emprendimientos motivados por oportunidad representan alrededor del 90% del total.

**Distribución por sectores**

La Figura 2-5 muestra la distribución de los emprendimientos en etapas iniciales y establecidos, por sector industrial. En general, la principal diferencia se encuentra en la gran participación que tienen los sectores orientados al consumidor, tanto para los emprendimientos en etapas iniciales como, por sobre todo, para los establecidos. En el caso de este último, existe una brecha de más de diez puntos porcentuales entre la Región Metropolitana y el resto del país. Por otra parte sobresale, aún cuando sea esperable, la baja presencia de emprendimientos en sectores primarios o de extracción que hay en la Región Metropolitana, concentrándose fuera de la capital.

**FIGURA 2.5: Distribución por sectores en emprendimiento en etapas iniciales 2013**



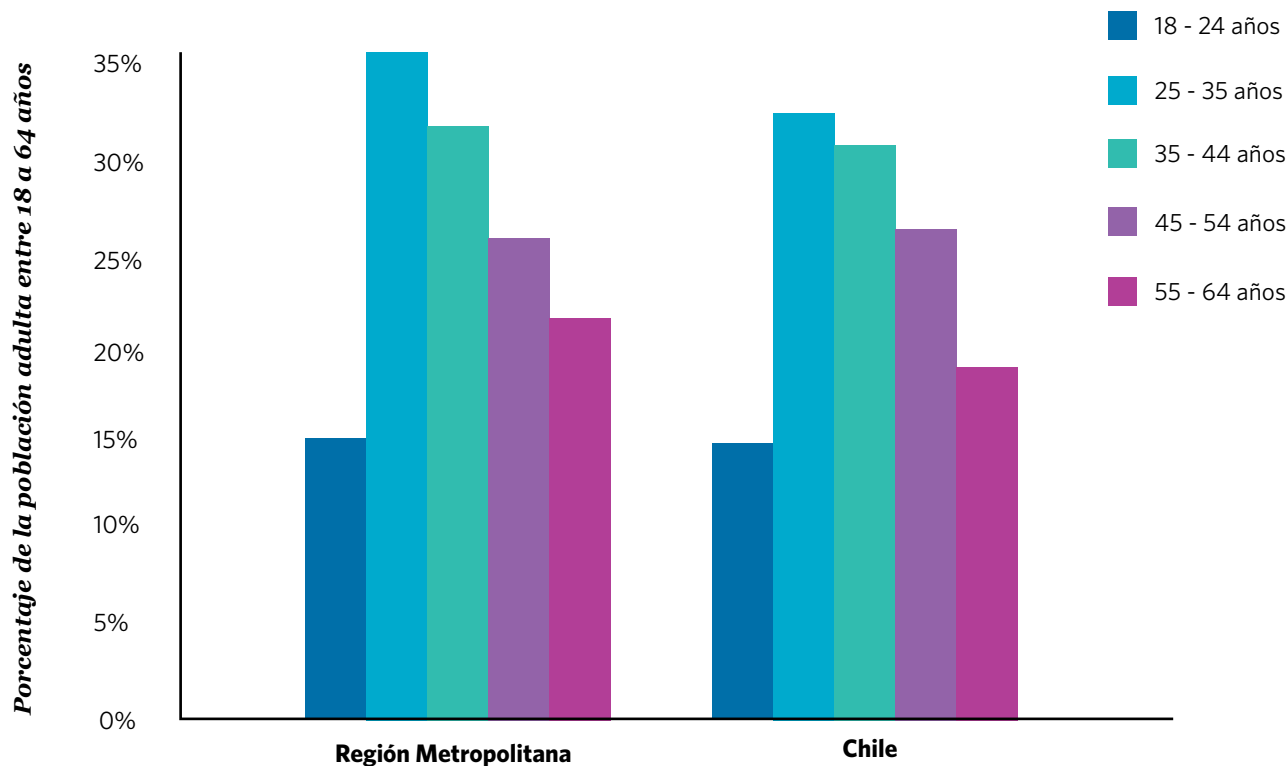
Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

**Edad y género**

En la Figura 2-6 y Figura 2-7 se encuentran los porcentajes de emprendedores, tanto iniciales como establecidos, para cada grupo de edad, donde las mayores diferencias se observan en los emprendedores establecidos. En el caso de los emprendedores iniciales, la principal diferencia se encuentra en el grupo de 55 a 64 años, quienes se concentran en la

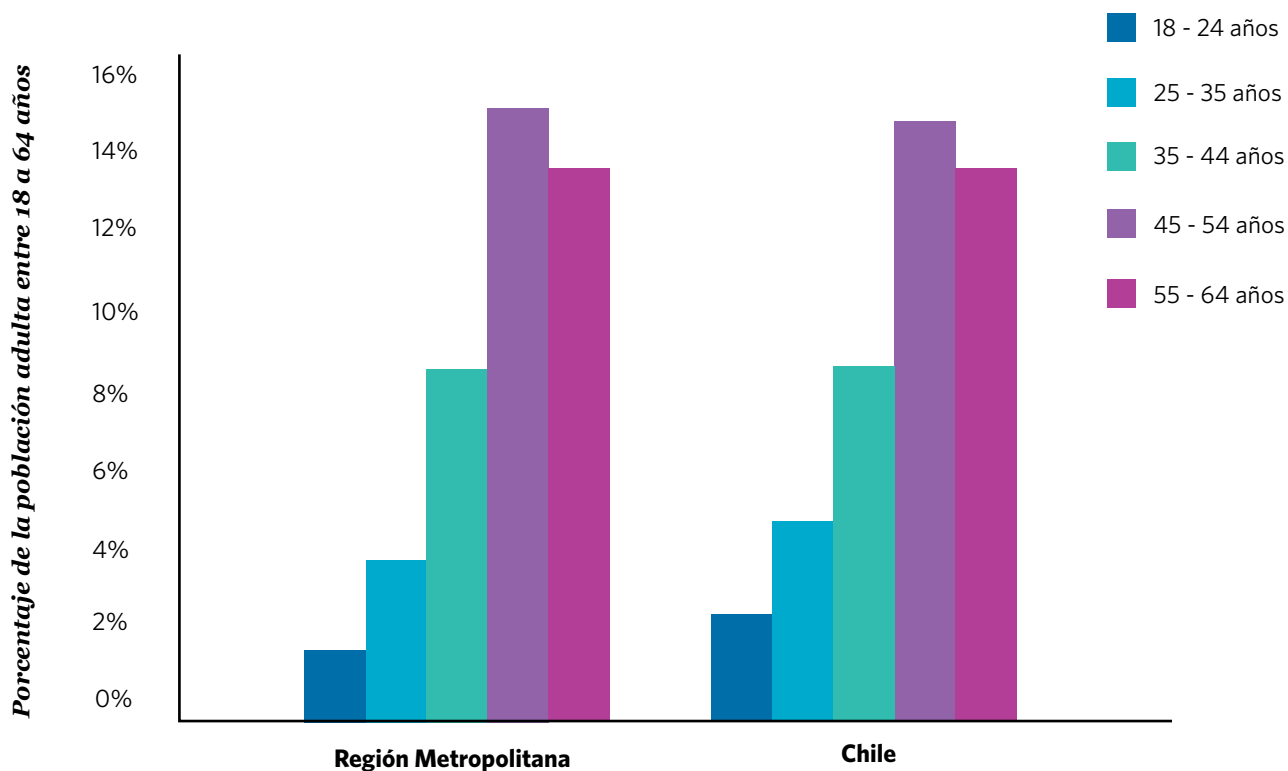
Región Metropolitana. Pese a lo anterior, cabe mencionar que la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales y establecidos, en ésta, es la misma que a nivel nacional, siendo 37 y 46 años, respectivamente. Esto se debe, básicamente, a que la distribución de los emprendedores, en relación a los distintos tramos de edad, son similares en ambos casos.

**FIGURA 2.6: Emprendimientos en etapas iniciales según grupo de edad**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

**FIGURA 2.7: Emprendimientos establecidos según grupo de edad**

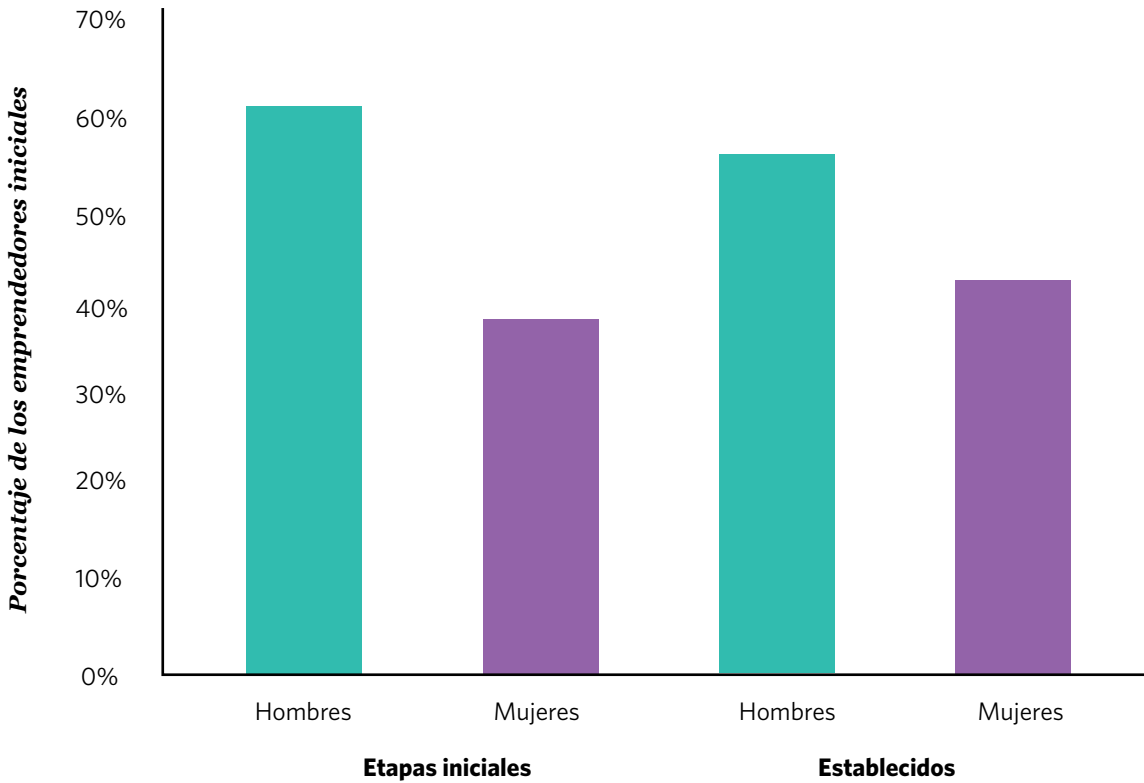


Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

En relación con el género de los emprendedores de la Región Metropolitana, la Figura 2-8 muestra la información del porcentaje de la población masculina y femenina que es emprendedora en etapas iniciales y establecidas. Para

los emprendedores en etapas iniciales, los porcentajes son, aproximadamente, un 61% de hombres, mientras que en los emprendedores establecidos el 58% es hombre, aproximadamente.

**FIGURA 2.8: Emprendimientos en etapas iniciales y establecidas según género**



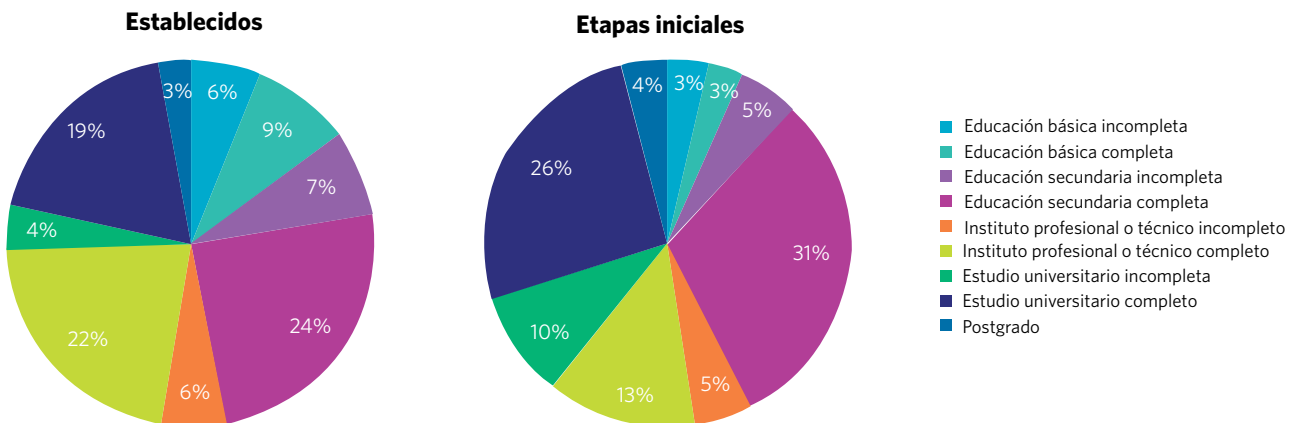
24

**Nivel educacional**

La Figura 2-9 muestra la distribución de los emprendedores en relación a los niveles de educación formal, utilizando las denominaciones que comúnmente se usan en el país. A partir de ésta se observa que, tanto los emprendedores en etapas iniciales como los establecidos, están concentrados principalmente en tres niveles. De los emprendedores en

etapas iniciales, un 31% posee como máximo nivel educacional la educación secundaria completa, un 13% tiene un grado técnico entregado por institutos profesionales o centros de formación técnica y un 26% posee título universitario. Para el caso de los emprendedores establecidos, corresponden a un 24%, 22% y 26%, respectivamente.

**FIGURA 2.9: Emprendimientos en etapas iniciales y establecidas según género**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

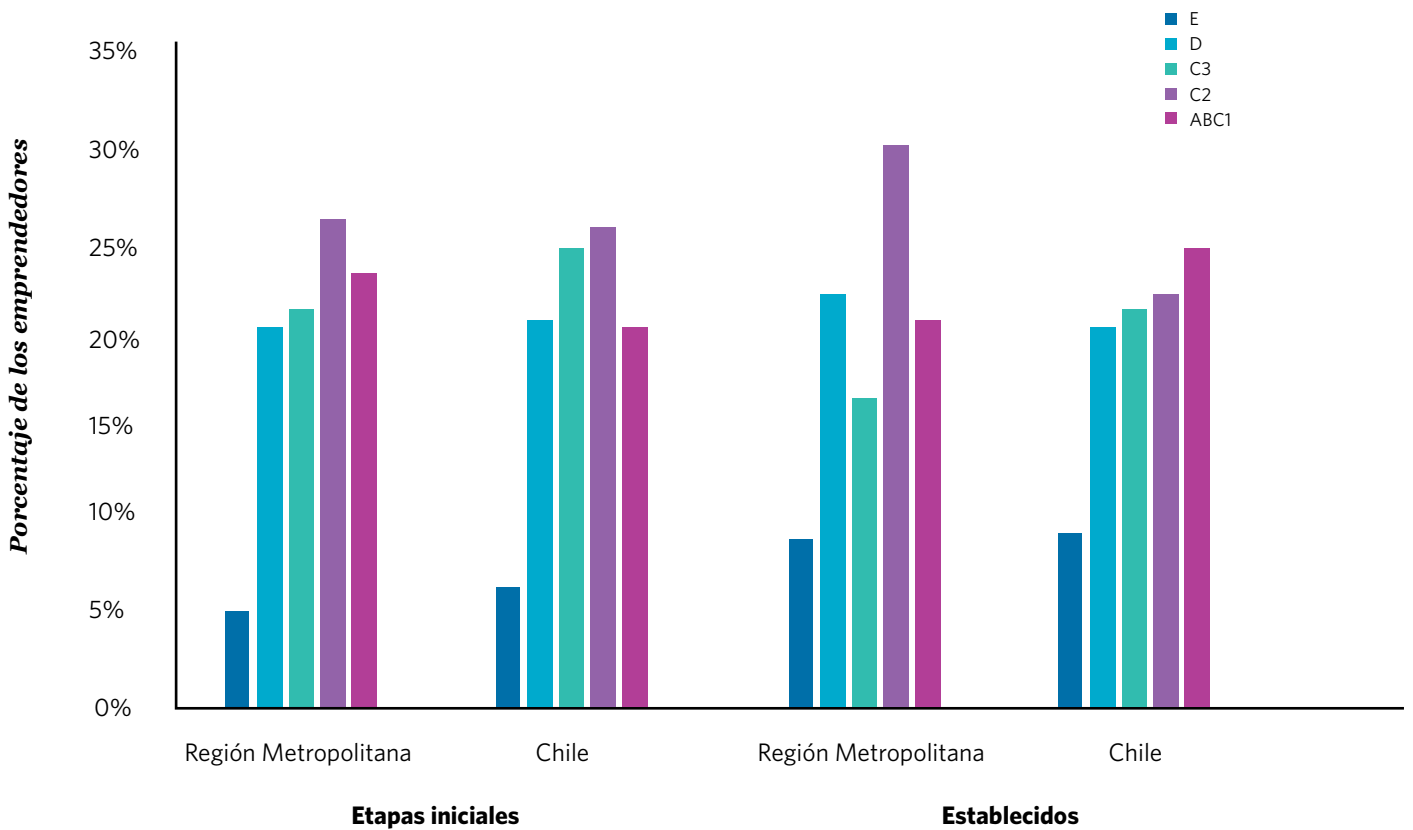


**Nivel de ingresos**

En relación al nivel de ingresos, también se observan diferencias importantes cuando se compara la Región Metropolitana con el resto de Chile. La Figura 2-10 detalla esta información en relación al ciclo emprendedor. Destaca el caso de los emprendedores establecidos, los que tienden a concentrarse en los sectores socioeconómicos más altos. Al respecto, la diferencia entre la Región Metropolitana y el resto del país es significativa. Para los emprendimientos en etapas iniciales de la región es posible observar que

existe una mayor concentración de emprendedores en los estratos socioeconómicos medios y altos (ABC1, C2 y C3), en comparación a la distribución de los emprendedores a nivel nacional. Por otra parte, para los emprendedores establecidos, la Región Metropolitana muestra niveles similares de concentración de emprendedores en los sectores medios y altos (ABC1, C2 y C3) en comparación al resto de Chile, a pesar de la significativa diferencia en el porcentaje de emprendedores en el estrato C2.

**FIGURA 2.10: Actividad emprendedora según ingreso familiar**



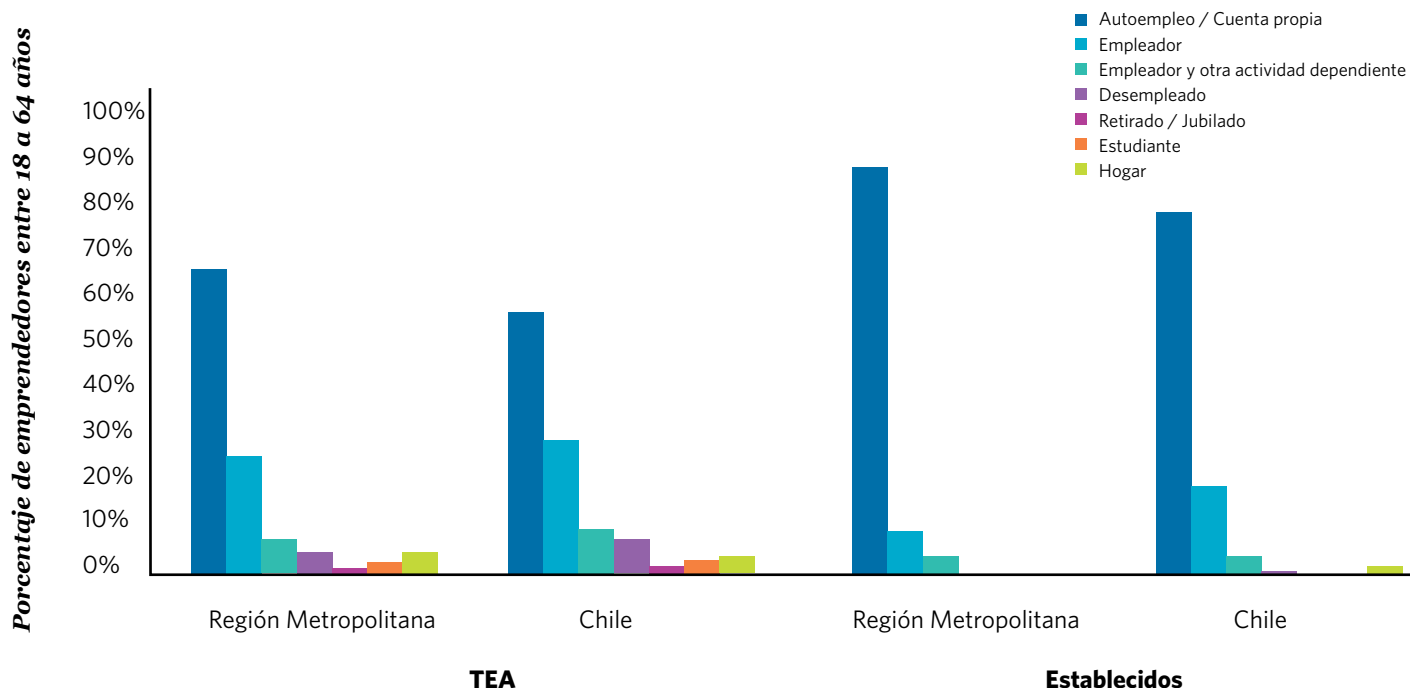
Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

**Situación laboral de emprendedores**

Pese a las diferencias observadas anteriormente, ya sea en el nivel educacional como en el nivel socio-económico en que se encuentran los emprendedores de la Región Metropolitana,

cuando se analiza el estado laboral de los emprendedores y se compara en relación al resto del país, en general no es posible identificar diferencias importantes (ver Figura 2-11)

FIGURA 2.11: Actividad emprendedora según tipo de empleo



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

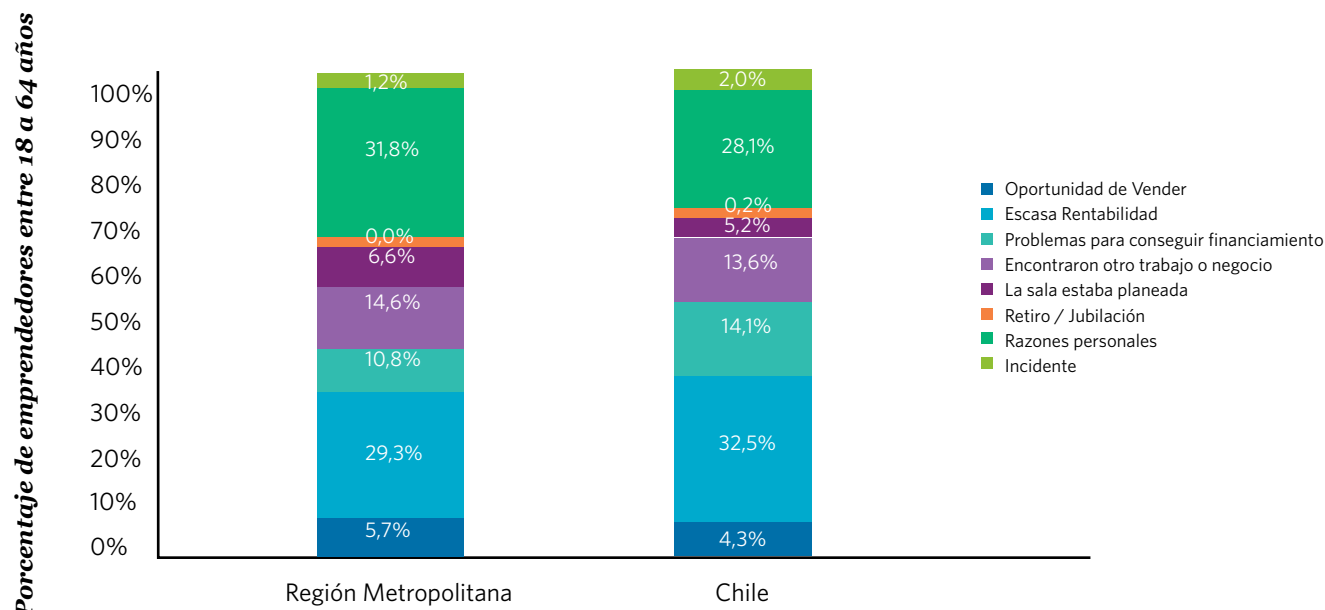
26

**Discontinuación de los negocios**

En la Figura 2-12 están los resultados comparativos de la Región Metropolitana y el resto de Chile en relación a las razones que motivaron el cierre de negocios. Si bien en la Región Metropolitana es más común observar cierres motivados porque el negocio no era rentable, posiblemente debido a la gran competitividad que existe en la región, es un porcentaje menor que en el resto del país quienes manifiestan

cerrar por problemas para conseguir financiamiento. La figura indicaría que en la Región Metropolitana es más fácil conseguir financiamiento, pero la obtención de un mayor margen de utilidad podría ser más logroable en otras regiones del país. Sin embargo, cuando se agrupan estas razones, considerados motivos económicos de cierre, no existe una diferencia importante entre el resto de las regiones y la Región Metropolitana.

FIGURA 2.12: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

### 2.3 Aspiraciones Emprendedoras

En esta sección se presentan los principales resultados relativos a las aspiraciones de los emprendedores de la Región Metropolitana. En el modelo GEM, ésta se comprende a partir de las expectativas de alto crecimiento, de la innovación de los emprendimientos basados en la combinación de mercados-productos nuevos, de la utilización de nuevas tecnologías o nuevos procesos y del potencial de expansión de mercados.

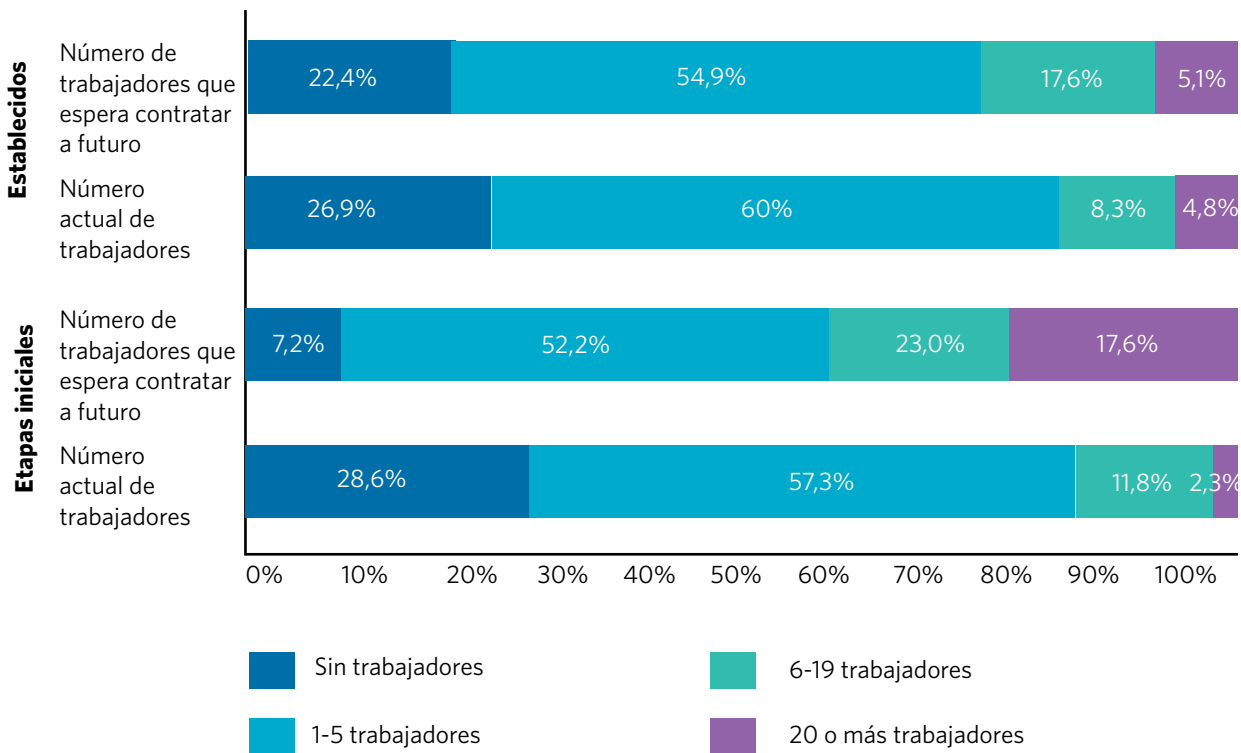
#### Expectativas de alto crecimiento

El GEM permite determinar y comprender las aspiraciones de los emprendimientos en relación a la expectativa de crecimiento esperada. Para esto, se pidió a los encuestados, que manifestaron ser emprendedores en etapas iniciales,

que indicaran cuántos trabajadores esperan contratar dentro de un plazo de 5 años (sin contar los dueños). El GEM considera que una alta expectativa de crecimiento está dada por aquellos que manifiestan el deseo de tener 20 o más empleados dentro de este horizonte de tiempo.

De esta manera, en la Figura 2-13 se encuentran las expectativas de generación de empleo y el número actual de puestos de trabajos que poseen los emprendedores en sus respectivos negocios. En general, estos valores son similares a los observados a nivel nacional y apuntan a que, si bien la mayoría de los negocios son PYMEs, existe un porcentaje importante de emprendedores en etapas iniciales que posee altas aspiraciones de crecer.

**FIGURA 2.13: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores según etapa de emprendimiento**



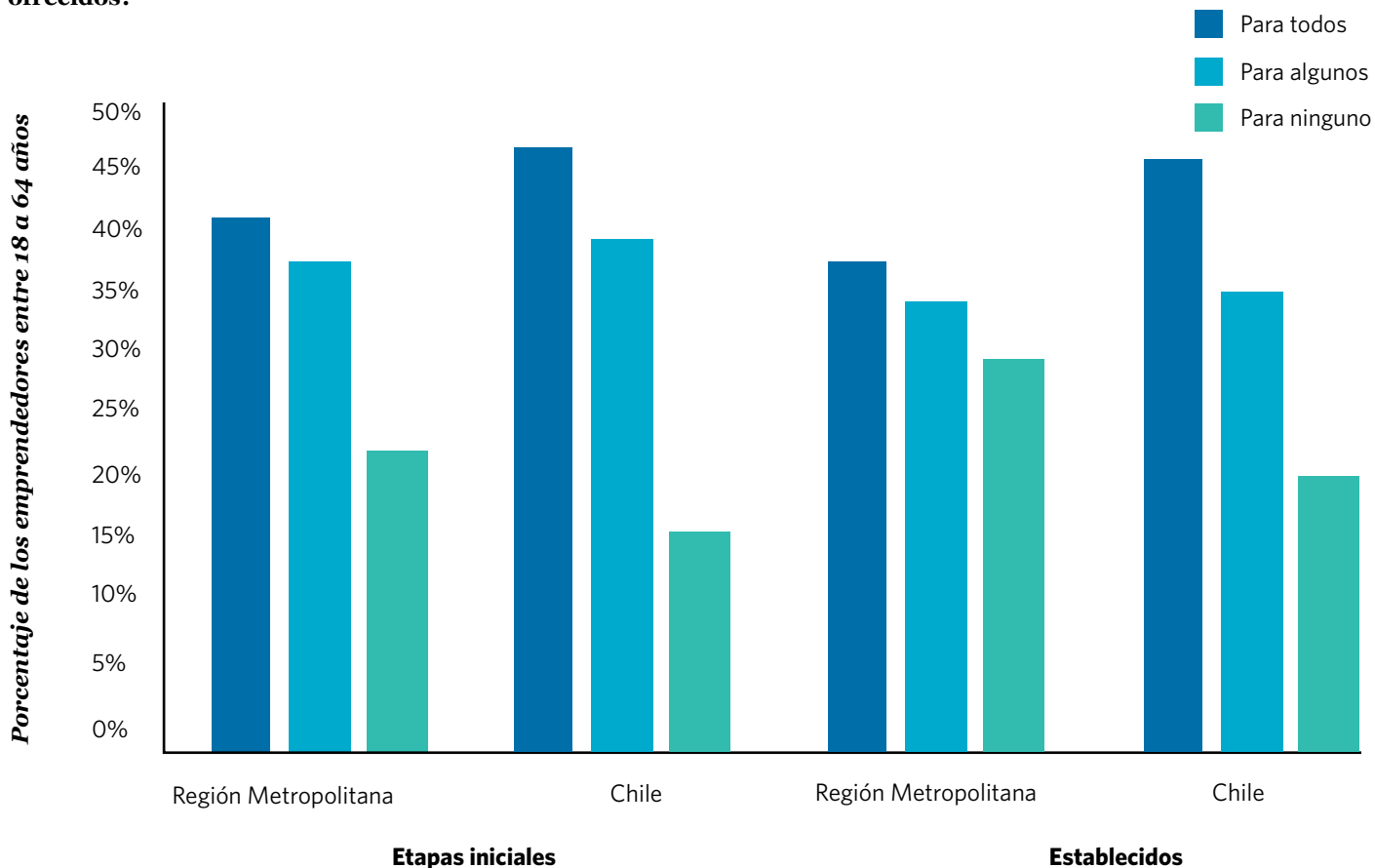
Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

#### Orientación a la innovación

La Figura 2-14 y Figura 2-15 reúne la información acerca de cuál es el comportamiento en relación a la innovación y la competitividad de la actividad emprendedora. Específicamente, se analizan dos factores: uno relacionado

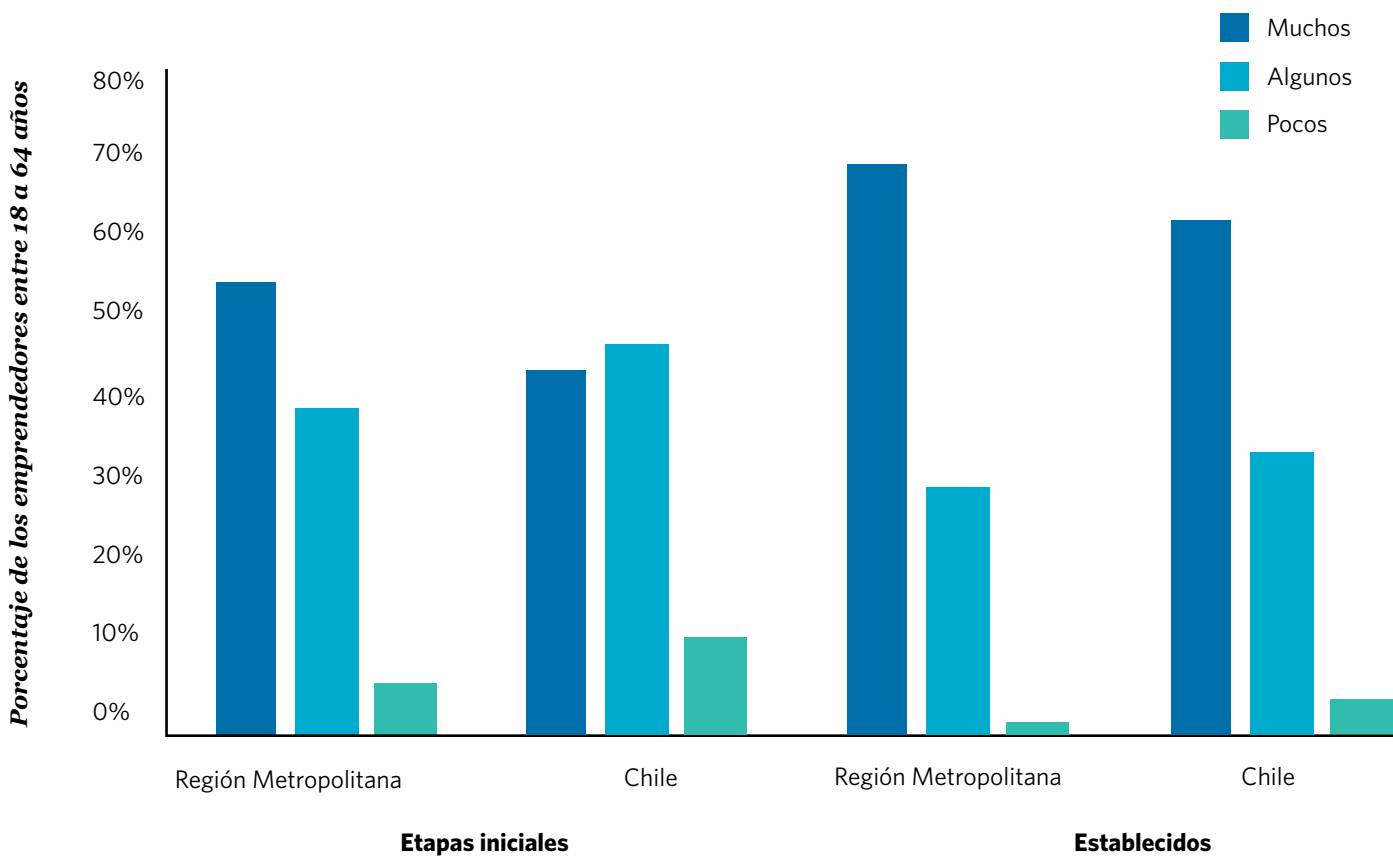
con lo novedoso que es el producto o servicio que se entrega y otro relacionado con el nivel de competencia que existe en el mercado.

**FIGURA 2.14: Novedades de los productos o servicios ofrecidos: ¿Qué tan nuevo es su producto o servicios ofrecidos?**



28

**FIGURA 2.15: Intensidad de la competencia esperada: ¿Cuántos competidores ofrecen sus mismos productos o servicios?**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

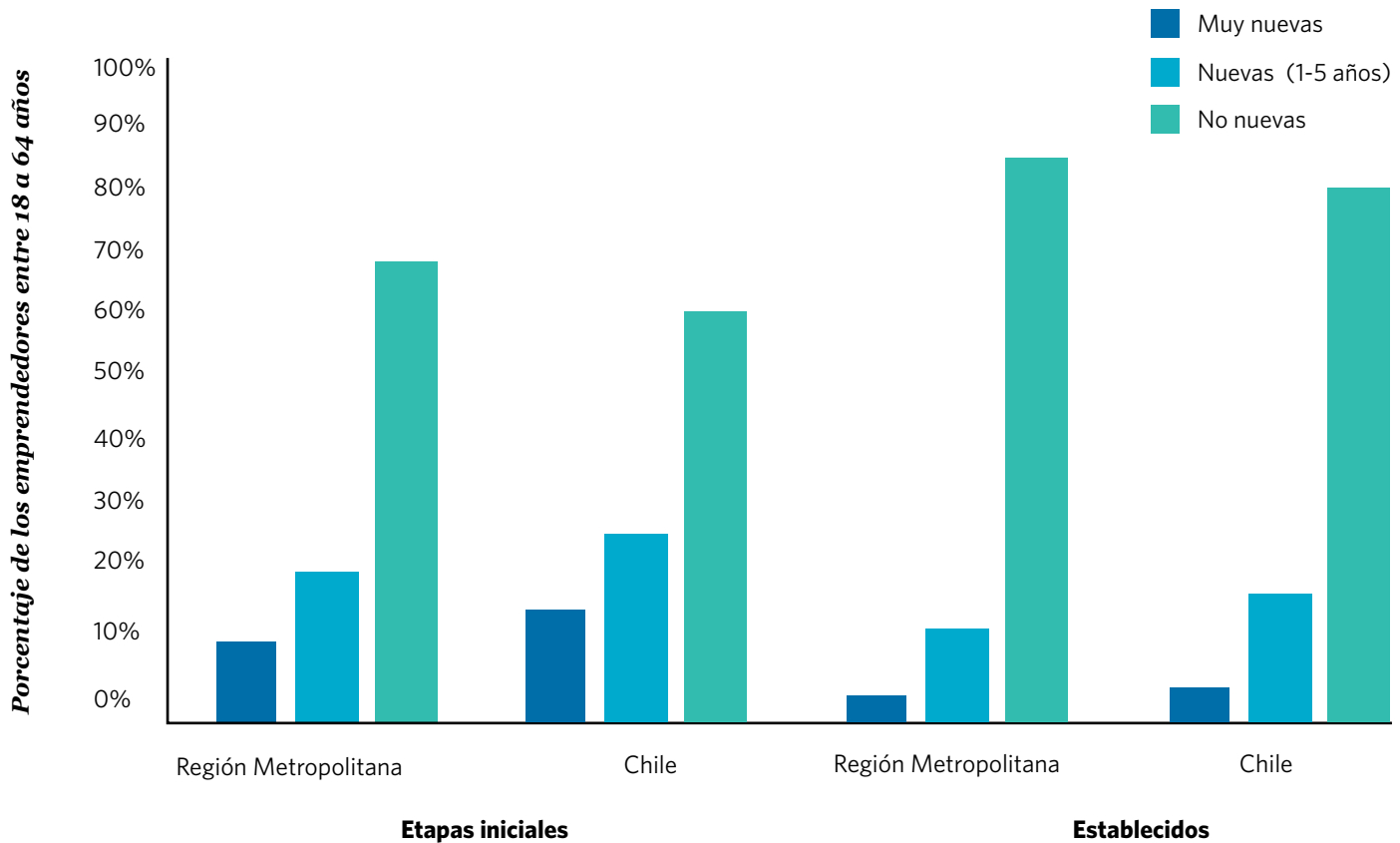
Es posible destacar que la frecuencia de respuesta donde se mencionaba que la novedad de los productos ofrecidos se da para todos los clientes es menor en la Región Metropolitana. Adicionalmente, también existe una diferencia importante en el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales y establecidas que indican tener muchos competidores, donde en el resto de las regiones se percibe un menor nivel de competencia.

**Utilización de nuevas tecnologías**

La Figura 2-16 muestra los niveles de incorporación de tecnologías y/o nuevos procesos a los emprendimientos. Se destaca el alto porcentaje de emprendedores de etapas

iniciales y establecidos - acentuándose en este último grupo- que declara no usar nuevas tecnologías ni procesos. Aún cuando las diferencias no son significativas, es posible evidenciar que en los negocios de los emprendedores iniciales del resto del país incorporan un poco más de nuevas tecnología dentro del proceso productivo. Probablemente este fenómeno se deba a cierto nivel de letargo en la adopción y utilización de estas tecnologías que, por lo general, están primero disponibles en la Región Metropolitana. Por lo tanto, al haber un crecimiento importante en el número de emprendedores en regiones, estos van incorporando "nuevas" tecnologías que ya están disponibles, previamente, en la Región Metropolitana.

**FIGURA 2.16: Uso de nuevas tecnologías o procesos: ¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos que utiliza la empresa?**



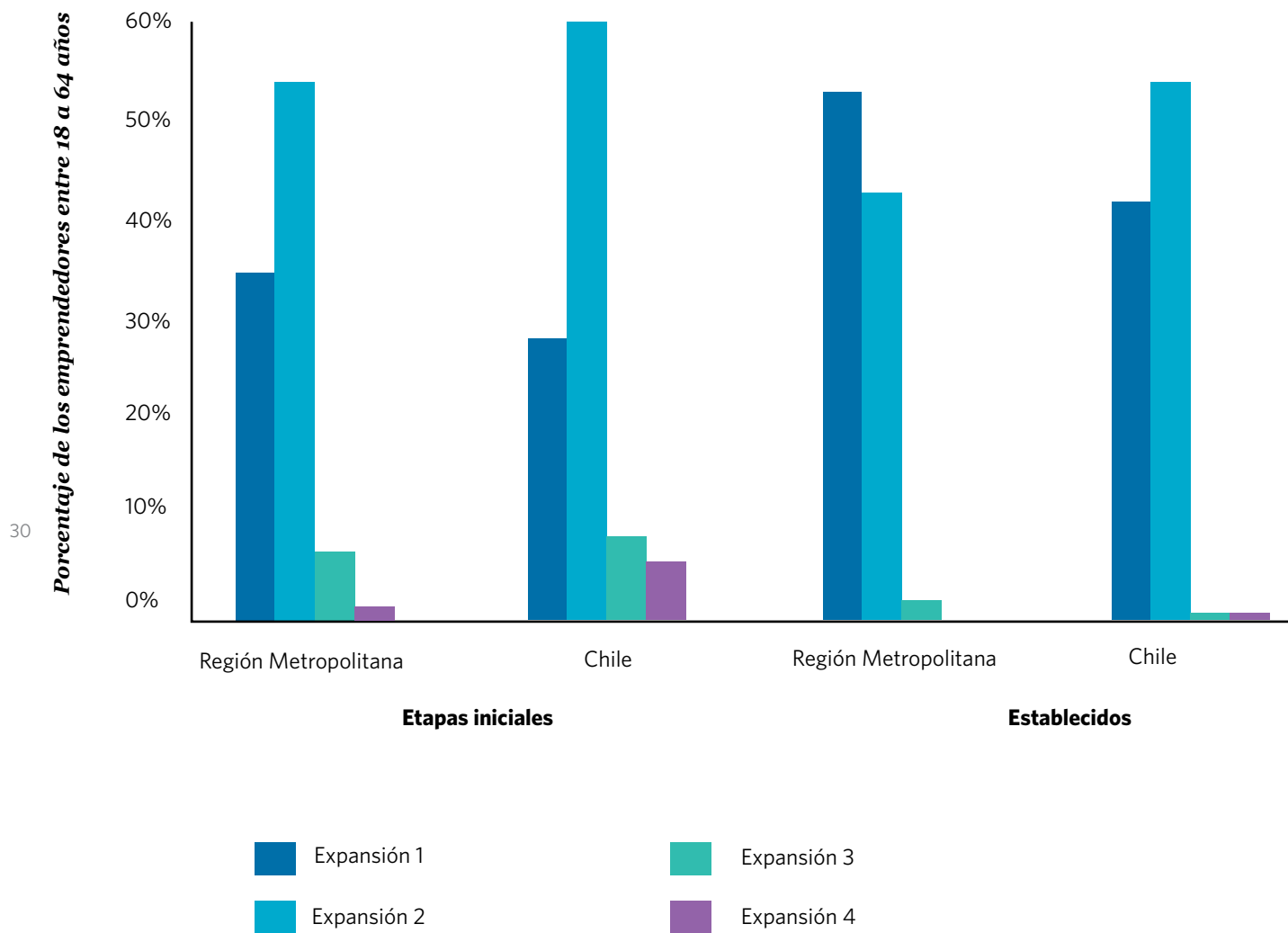
Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

**Potencial de expansión de mercado**

La escala del potencial de expansión de mercado se representa en un rango de 1 a 4, donde 4 indica el máximo impacto en cuanto a la expansión de mercado, 3 indica algún potencial de mercado usando tecnología, 2 indica algún potencial de mercado sin el uso de tecnología y 1 representa poca o nula expansión de mercado.

La Figura 2-17 muestra que, en la Región Metropolitana, predominan los niveles de expansión más bajos, tanto en etapas iniciales de emprendimiento como en los establecidos.

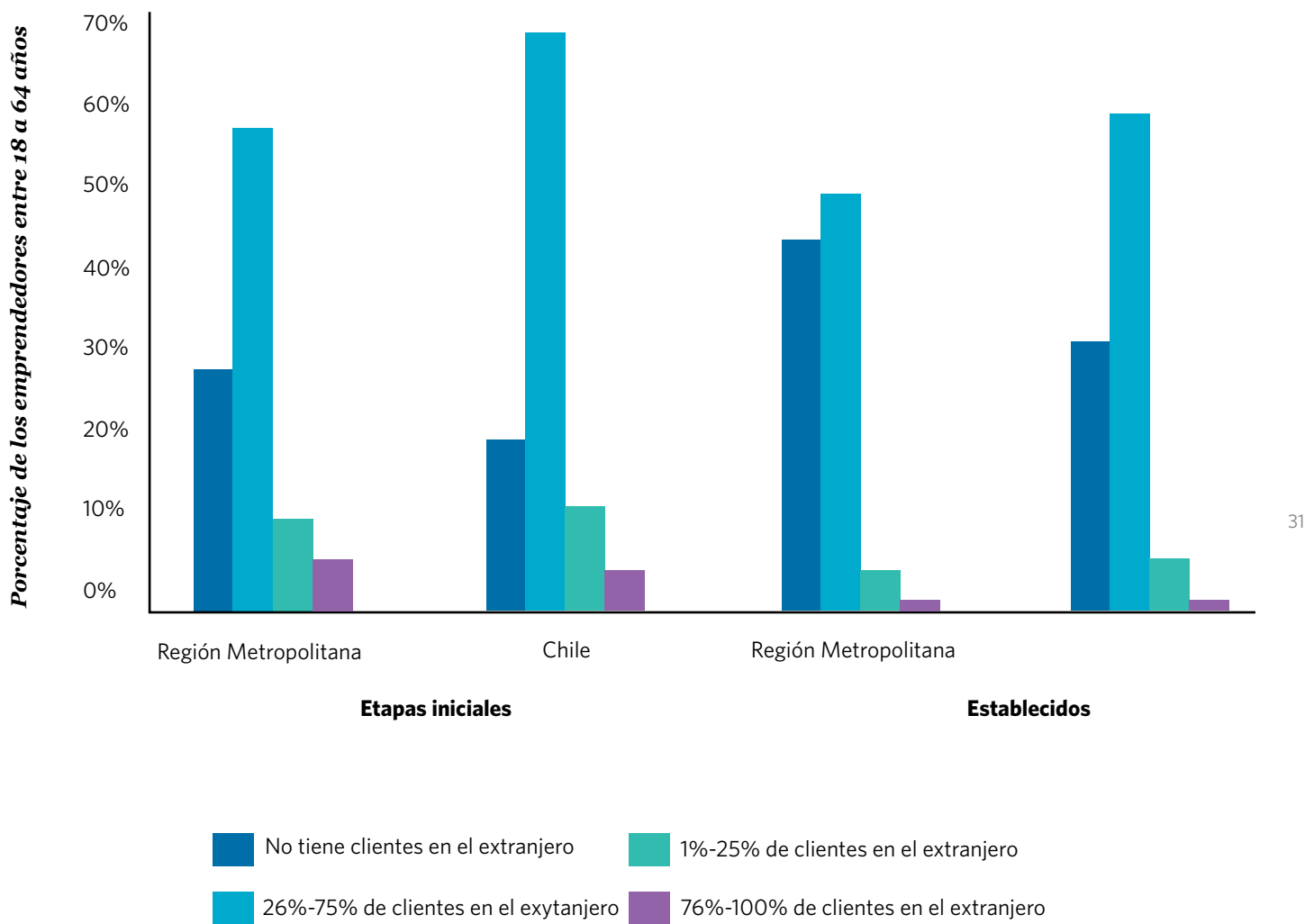
**FIGURA 2.17: Expectativa de expansión de mercado**



Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

Otra forma de medir las aspiraciones empresariales se relaciona con la orientación de los emprendedores en etapas iniciales a mercados internacionales. La Figura 2-18 muestra la orientación hacia mercados internacionales para los emprendedores de la Región Metropolitana y agrega al resto de las regiones en un segundo grupo.

**FIGURA 2.18: Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales, según orientación a mercados internacionales**



31

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2013.

Se puede ver que, si bien no es posible identificar diferencias significativas, sí es observable un mayor porcentaje de clientes extranjeros en regiones, mostrando, en promedio, una mayor orientación internacional, tanto en emprendimientos de etapas iniciales como en aquellos establecidos. Ya sea en

relación a los emprendedores en etapas iniciales como en los establecidos, existe una tendencia de combinar tanto el mercado local con, en una fracción menor (dentro del total de clientes), clientes en mercados internacionales.

## 3. ENTORNO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN METROPOLITANA



Fotografía por Inmobiliaria Titanium

El modelo del GEM muestra que el emprendimiento depende de las actitudes, actividades y aspiraciones de los emprendedores, las que a su vez son impulsadas o limitadas por el contexto específico en que se desenvuelven. En este capítulo se evaluarán las condiciones del contexto o ecosistema para el emprendimiento en la Región Metropolitana.

El desarrollo del emprendimiento y la innovación dependen tanto de condiciones generales -referidas a temas políticos, sociales, culturales y económicos- como de condiciones específicas que estimulan y apoyan directamente la actividad emprendedora. Estas últimas se conocen como las Condiciones del Contexto para Emprender, las cuales se presentan y explican en la Tabla.

**TABLA 3.1: Condiciones de la actividad emprendedora**

<b>Apoyo Financiero</b>	<i>Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo subvenciones y subsidios. Esto incluye toda la cadena de financiamiento, desde capital semilla (nuevos emprendimientos) hasta mercados de capitales sofisticados (grandes empresas).</i>
<b>Políticas Gubernamentales</b>	<i>Se refiere al grado en que las políticas del gobierno (reflejadas en regulaciones e impuestos) y la aplicación de éstas tienen como objetivo: (i) el apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento y (ii) ser neutras entre el efecto que ocasionan a las nuevas empresas y a las ya establecidas.</i>
<b>Programas de Gobierno</b>	<i>Se refiere a la existencia de programas para ayudar, de forma directa, a las firmas nuevas y en crecimiento, ya sea a nivel municipal, regional o nacional.</i>
<b>Educación para el emprendimiento</b>	<i>Se refiere a la medida en que son incorporados a los sistemas educacionales y de capacitación el conocimiento, las destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos o en crecimiento.</i>
<b>Transferencia de I+D</b>	<i>Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales y si éstas están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas, y aquellas en crecimiento.</i>
<b>Infraestructura comercial y profesional</b>	<i>Se refiere, tanto a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, como a la existencia de instituciones que promueven el surgimiento de negocios nuevos, pequeños o en crecimiento.</i>
<b>Apertura del mercado interno</b>	<i>Se refiere a la medida en que las prácticas comerciales habituales y el marco regulatorio son suficientemente flexibles en su aplicación, de modo de facilitar (o no impedir) que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir y, eventualmente, reemplazar a los proveedores actuales.</i>
<b>Acceso a la infraestructura física</b>	<i>Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un precio y oportunidad tal, que no representen una discriminación para las firmas nuevas, pequeñas o en crecimiento.</i>
<b>Normas sociales y culturales</b>	<i>Se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan o desalientan acciones individuales que puedan llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.</i>

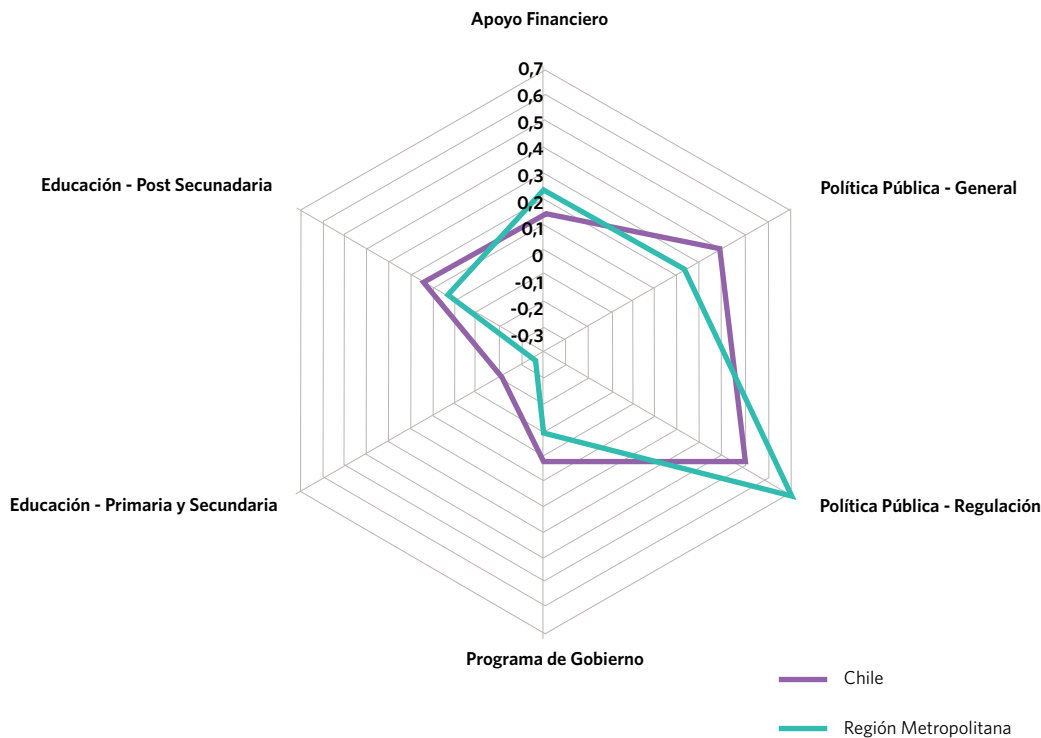


Para efectuar la medición de los factores anteriormente señalados se aplica una encuesta estandarizada a personas que tienen conocimientos claves sobre el emprendimiento, ya sea como emprendedores, o que por sus actividades profesionales se pueden vincular al contexto emprendedor (académicos, funcionarios públicos, actores sociales, etc.). En este periodo participaron 36 especialistas de la región. La encuesta contiene 92 preguntas en escala de Likert de cinco puntos, agrupadas en 16 categorías, es decir, las 9 condiciones anteriormente descritas más algunos sub-tópicos que se derivan de las mismas.

**3.1 Análisis comparativo del contexto para el emprendimiento**

A partir del análisis particular de las condiciones del contexto es posible dividir algunas de estas variables para tener información más específica (Levie y Autio, 2008). Estos subgrupos se calculan para las variables de política pública pro-empresamiento, dividiéndola en política general y regulación; en la variable de educación para el emprendimiento, dividiéndola entre básica y superior y, también, sobre la apertura del mercado interno, que se divide entre el dinamismo del mercado y las prácticas de apertura a nuevos actores. Por consiguiente, se pueden tener 12 categorías. La Figura 3-1 y Figura 3-2 muestra cada una de estas categorías, donde se comparan los valores de la Región Metropolitana con el resto de Chile. Se utiliza una escala estandarizada, con media=0, para poder visualizar mejor las diferencias existentes.

**FIGURA 3.1: Indicadores del contexto para el emprendimiento, en la Región Metropolitana y el resto de Chile (1/2)**



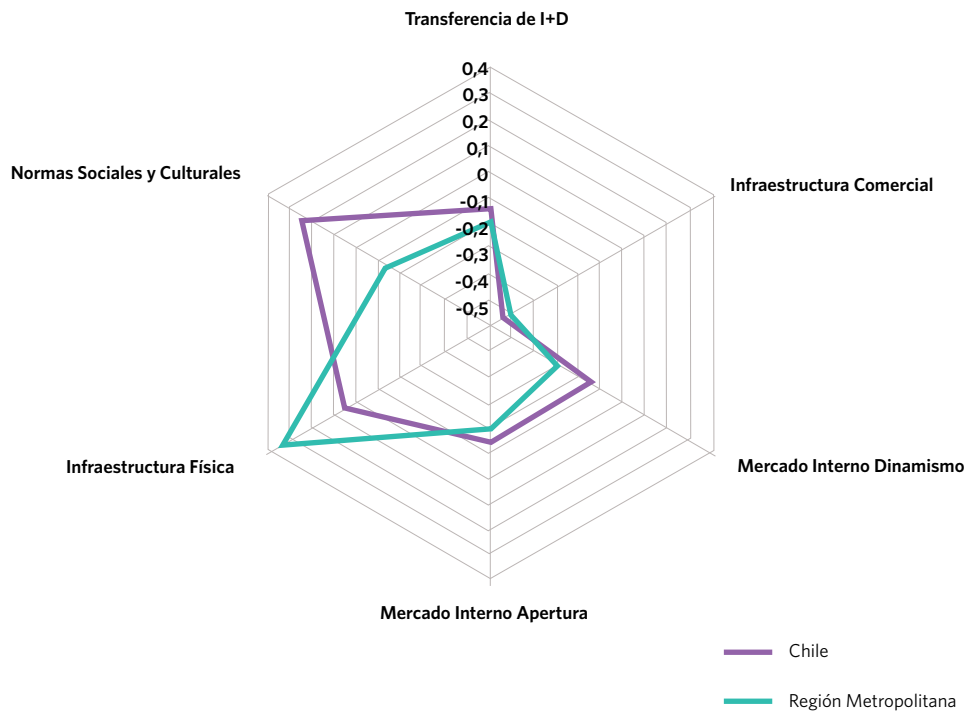
Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

El apoyo financiero, tradicionalmente, es más alto en la Región Metropolitana ya que existe una alta concentración, tanto de los capitales como de las instituciones, que están relacionadas con el ámbito del financiamiento al emprendimiento. En relación a las políticas de gobierno, es posible observar una diferencia donde, en la Región Metropolitana, se evalúa mejor a las regulaciones, ya sea impuestos, trámites burocráticos o cualquier trámite administrativo y legal vinculado con la puesta en marcha de un negocio. Sin embargo, el resto del país hace una mejor evaluación de los aspectos generales del gobierno, tanto en política como en programas -como el favorecimiento a las empresas nuevas-. Esta diferencia puede estar dada por el hecho que, en el resto de las regiones, existiría un

mayor vínculo entre las agencias gubernamentales y los emprendedores. Sin embargo, al momento de analizar las políticas de gobierno como un todo, prevalece una mejor evaluación en la Región Metropolitana frente al resto de las regiones.

Con respecto a la educación para el emprendimiento durante la primera etapa escolar, se percibe un mayor "abandono", en la Región Metropolitana respecto al resto del país, del fomento de las habilidades (creatividad y autoeficiencia, entre otras) necesarias para ser emprendedor. Sin embargo, hay mucho menos diferencia en lo que respecta a la educación superior.

FIGURA 3.2: Indicadores del contexto para el emprendimiento, en la Región Metropolitana y el resto de Chile (2/2)



34 Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

Por otra parte, en la Región Metropolitana existe una visión levemente más crítica de la transferencia de I+D, la que posiblemente se deba a que el mayor desarrollo tecnológico y científico está concentrado en la región y, aún así, la transferencia de conocimiento entre las universidades y los emprendedores es marginal.

En relación a la infraestructura comercial y profesional, no se perciben grandes diferencias entre la Región Metropolitana y el resto del país, dando una mirada respecto a servicios entregados por los consultores, proveedores y subcontratistas, las que son vistas de manera semejante en las distintas regiones del país. En la Región Metropolitana se percibe un menor grado de dinamismo en el mercado local, sin embargo, hay menos diferencias en la evaluación de la apertura de éste. Las diferencias entre los grupos analizados no son drásticas y, en ambos casos, existe una visión bastante negativa de cómo el mercado genera un ambiente hostil que dificulta el desarrollo de la actividad emprendedora.

La infraestructura física se puede considerar dentro de los factores analizados como uno de los facilitadores para el desarrollo de la actividad emprendedora. Si bien contar con buena infraestructura física no es el impulsor más determinante, la ausencia de este tipo de servicios básicos sí generaría una falencia dramática. El contraste entre la Región Metropolitana es mayor cuando se compara con el resto del país, lo cual también va acorde a la gran concentración de infraestructura que existe en la región. Finalmente, en relación a las normas sociales y culturales,

la diferencia es muy marcada a favor de las regiones fuera de la Región Metropolitana, lo cual es muy interesante dado que es un poco contra intuitivo dado los aspectos de concentración que existe en la Región Metropolitana. Una posible explicación es que, en muchas regiones fuera de la Metropolitana, el emprendimiento está cobrando más fuerza, mientras que en la Región Metropolitana es un fenómeno no tan reciente y, por eso, es que probablemente se esté evaluando mejor en regiones el ámbito de la cultura pro-emprendimiento.

**3.2 Análisis de las condiciones para emprender en la Región Metropolitana**

En esta sección, para el análisis, se convierte la escala de Likert a un índice único que fluctúa entre -2,0 (en completo desacuerdo) y +2,0 (completo acuerdo). Esta metodología tiene la ventaja que permite ordenar las variables comparándolas entre ellas. De este modo, las variables se clasifican en función del rango donde se encuentren:

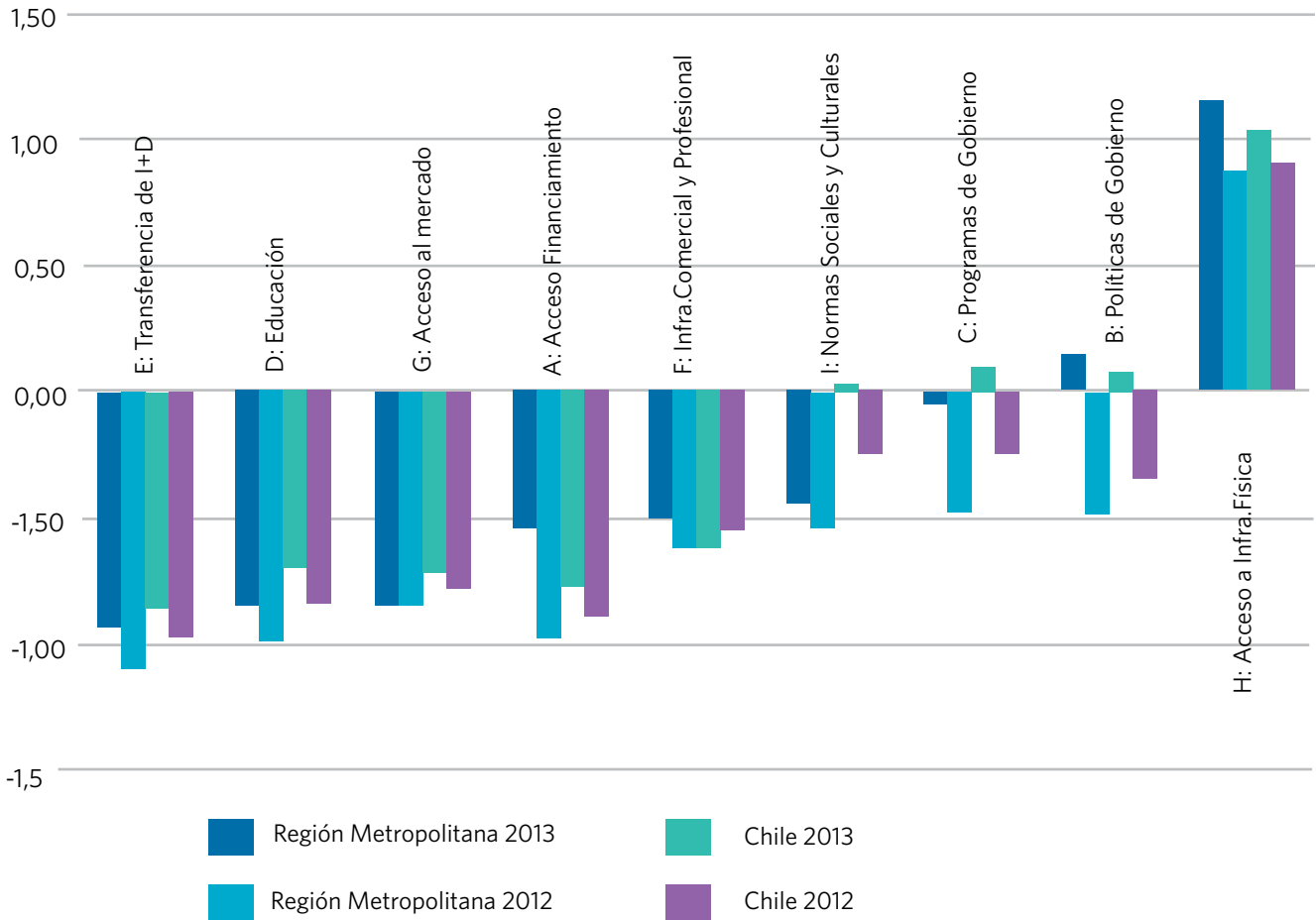
-2,0 a -1,0	Muy bajo (crítico)
-1,0 a -0,5	Bajo
-0,5 a +0,5	Medio
+0,5 a +1,0	Alto
+1,0 a +2,0	Muy alto

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

La Figura 3-3 presenta los resultados de la encuesta para las variables de contexto estudiadas, tanto para los años 2012 y 2013, para la Región Metropolitana y el resto del país. A partir de ella, es posible observar que los expertos siguen percibiendo un entorno desfavorable, sin embargo,

hay una mejora en muchos de los ámbitos entre el año 2012 y 2013. Se destaca que las políticas de gobierno y el acceso a la infraestructura física estaría potenciando el desarrollo de la actividad emprendedora de manera consistente

**FIGURA 3.3: Evaluación del contexto emprendedor de la Región Metropolitana**



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2013.

A continuación se presentan las principales conclusiones de cada una de las nueve condiciones evaluadas por los expertos, para este año 2013.

**Transferencia de I+D**

Si bien la evolución entre los periodos analizados es positiva, existe una percepción negativa generalizada por los expertos, los cuales coinciden en la ausencia de transferencia de conocimientos desde las universidades y centros de investigación hacia las nuevas empresas, las que tampoco están en condiciones de financiar el costo para poder optar a ellas. Los expertos perciben que no existe la ayuda necesaria de parte del gobierno para poder apoyar su adquisición, lo cual las deja en una posición desfavorable respecto a las empresas establecidas. La limitada base científico-tecnológica impide que las empresas sean capaces de competir a nivel global.

**Apertura del mercado interno**

Con relación a este factor se estudian dos aspectos, donde el primero de ellos tiene relación con el dinamismo del mercado y, el segundo, tiene relación con las barreras de entrada al mercado. La valoración de la dinámica de los mercados está evaluada de forma deficiente, la cual está acentuada por los bajos niveles de innovación que existe, aún cuando es altamente valorada y existe interés por experimentar con nuevas tecnologías. Por otra parte, los expertos consideran que existen grandes dificultades para las nuevas empresas al momento de querer penetrar a nuevos mercados. Los costos implicados en la entrada al mercado son difíciles de absorber y las empresas establecidas obstaculizan la inserción de nuevos competidores al mercado.

**Educación para el emprendimiento**

La opinión de los expertos señala que existe un déficit en cuanto a la educación y capacitación para el emprendimiento, en la etapa primaria y secundaria, donde no se estimula lo suficiente la creatividad, autosuficiencia y la iniciativa personal, tampoco son entregados los conocimientos necesarios de una economía de mercado y no se dedica suficiente atención al desarrollo del espíritu empresarial. Esto es así tanto para el año 2012, como para el año 2013, aunque en menor medida. Aún cuando la percepción no es tan crítica en relación a las universidades y centros de enseñanza superior, tampoco estarían proporcionando una preparación adecuada y de calidad. Sólo quienes poseen estudios en administración, dirección y gestión de empresas son formados con una preparación adecuada para la creación de nuevas empresas.

**Apoyo financiero**

Con un avance positivo significativo entre los años 2012 y 2013, sigue siendo considerada por los expertos, en general, como un apoyo financiero insuficiente, el cual da cuenta de la ausencia de inversionistas privados, fondos de capital de riesgo y la apertura a través del mercado bursátil. Sin embargo, la percepción negativa es moderada respecto a la existencia de fuentes de capital propio y la valoración relativamente favorable sobre la disponibilidad de subsidios gubernamentales reflejaría los esfuerzos del aparato público por compensar el escaso aporte privado. Infraestructura comercial y profesional. Existe una opinión compartida con respecto a las posibilidades que tienen las nuevas empresas, y en crecimiento, de acceder a subcontratistas, proveedores y consultores, no obstante, se critica la calidad de los servicios que se obtienen de estos. Otro aspecto que también se señala como gran obstáculo para los emprendedores, es la dificultad para asumir los costos de estos servicios. De igual manera, son fuertemente criticados los servicios bancarios para las nuevas empresas.

**Normas sociales y culturales**

La percepción de los expertos sobre el entorno cultural del país, para la actividad emprendedora, es desfavorable. Es posible observar que entre el año 2012 y 2013, para la Región Metropolitana, la calificación mejoró levemente, mientras que para el resto del país, el cambio fue significativo. Los factores que más estarían limitando el desarrollo del emprendimiento es que la cultura nacional es contraria a estimular la toma de riesgos, la creatividad y la innovación. La sociedad tampoco estaría enfatizando las capacidades individuales, donde incluso los empresarios exitosos tampoco son altamente valorados como personas competentes y no gozan de un gran prestigio social.

**Programas de gobierno**

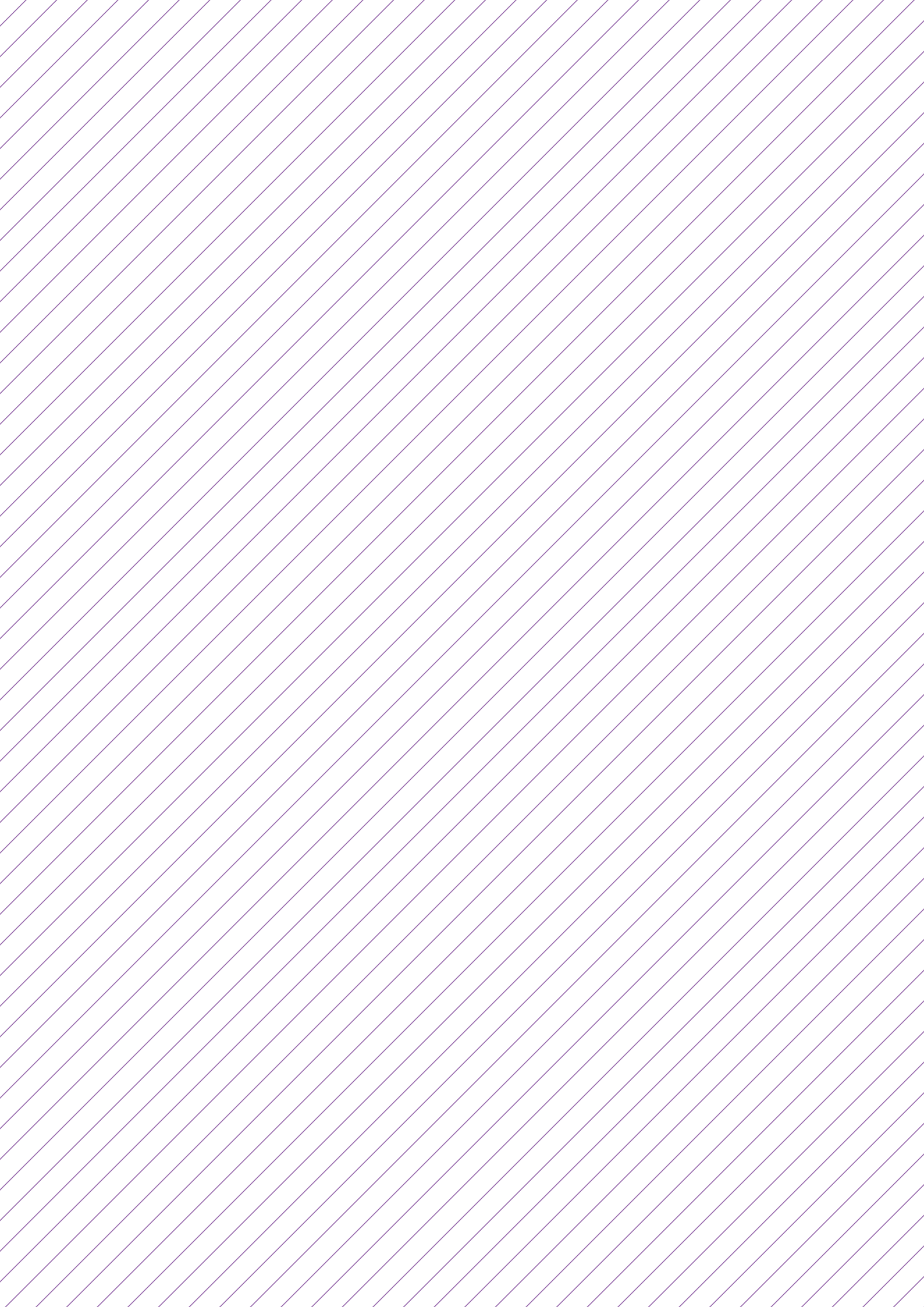
Junto con las políticas de gobierno, son las variables que mostraron el avance más significativo entre todos los indicadores. La valoración de los programas de gobierno, por los expertos encuestados, es levemente negativa para la Región Metropolitana y levemente positiva para el resto del país. Aún cuando prácticamente la mitad de los expertos considera que existe una cantidad suficiente de programas de gobierno enfocados en ayudar a la nueva empresa, se observa cierto grado de disconformidad respecto a la eficiencia de estos programas. La necesidad de tener que contactar varios organismos públicos para poder tener una noción sobre la disponibilidad de programas de apoyo a la actividad emprendedora es el aspecto más criticado por los expertos. De forma similar, existe la tendencia a considerar que profesionales que trabajan en este tipo de agencias no son idóneos.

**Políticas de gobierno**

La percepción de los expertos indica que han mejorado sustancialmente las políticas públicas en favor de la creación de nuevas empresas y se hace un reconocimiento a que el impulso por mejorar el ámbito regulatorio para el desarrollo del emprendimiento fue una prioridad en la política del gobierno nacional, que se trasladó bien a la Región Metropolitana. Así es como esta variable alcanza una evaluación positiva. Con relación a los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales existe cierto grado de acuerdo respecto a que su aplicación es predecible y consistente. Esto último, sin embargo, no alcanza para modificar la percepción que la carga impositiva sí es una barrera para la creación de nuevas empresas. Los aspectos más críticos se refieren a la cantidad y dificultad de los trámites administrativos y legales que presenta la creación de nuevas empresas, lo que pone de manifiesto problemas en la eficiencia de este tipo de trámites burocráticos, los cuales atrasan la puesta en marcha del negocio.

**Acceso a la infraestructura física**

Esta variable es la única que ha sido evaluada, consistentemente, de forma positiva por los expertos y que, además, presenta una mejora sustancial. Existe una valoración favorable con respecto al apoyo proporcionado por la infraestructura física (carreteras, telecomunicaciones, etc.), los servicios básicos (electricidad, gas, agua, etc.) y a los sistemas de comunicaciones (teléfono, internet, etc.). Así, también, se percibe que los costos que se deben desembolsar por estos servicios son accesibles para las nuevas empresas y el tiempo necesario para poder contar con ellos es prudente.



## 4. CONSIDERACIONES FINALES

Pese a que existen diferencias evidentes entre la Región Metropolitana y el resto del país, en términos de desarrollo económico, cuando se analizan los resultados y características de la actividad emprendedora, en general, no se observan muchas diferencias. Si bien, en relación al entorno para emprender, la Región Metropolitana cuenta con una mejor infraestructura física y profesional, así como con una mejor educación post-secundaria para el emprendimiento, cuando se compara al resto del país, a nivel general -tomando los pros y contras- no hay muchas diferencias significativas que permitan identificar, a priori, si desarrollar un negocio en la Región Metropolitana tendría ventajas competitivas respecto a un negocio en otras regiones, sólo por contexto. En el resto de las regiones se observan mejores normas sociales y mayor apoyo relativo de los programas de gobierno y esto permitiría compensar otras diferencias.

Cuando se analizan las actitudes hacia el emprendimiento, tampoco se encuentran diferencias importantes y sólo si se estudian grupos específicos (en este caso fue en relación a su etapa dentro del ciclo emprendedor) fue posible observar ciertas diferencias. Una de ellas es que el miedo a fracasar tiende a ser menor en la Región Metropolitana, donde es probable que el hecho de tener una población, por metro cuadrado, mucho mayor que en las otras regiones del país, el anonimato es más fácil de lograr. Socialmente existe una estigmatización del individuo que fracasó empresarialmente y en zonas donde existe un mayor involucramiento entre las distintas familias, que se tiende a dar fuera de la Región Metropolitana, la presión social de fracasar puede ser mayor. La actividad emprendedora en la Región Metropolitana, si bien está sobre el promedio nacional, en términos generales tampoco presenta grandes diferencias con el resto del país. Una lectura de este fenómeno indicaría que los problemas que se evidencian en la capital son transversales y comunes a otras regiones y, por lo tanto, las dificultades que presentan los emprendedores para desarrollar sus negocios son compartidas en todo el país. Por otra parte, pese a ser Chile una economía muy centralizada en su capital, aquellos emprendedores que se encuentran en otras zonas geográficas no se encuentran con muchas “desventajas” a priori. Donde sí existen algunas diferencias es en las características de los emprendedores de la Región Metropolitana, donde tienden a poseer mayores niveles educacionales y sus ingresos socioeconómicos estarían sobre el promedio nacional.

Un aspecto que sí se destaca es que las aspiraciones de los emprendedores en la Región Metropolitana son, en general, altas. Independiente de si son emprendedores en etapas iniciales o establecidos, alrededor de un 50% de ellos manifiesta la intención de crecer, generando así, a lo menos, 6 empleos o más durante los próximos años. Incluso un grupo

no menor aspira a generar más de 20 puestos de trabajo. Se evidencia, además, que los niveles de competencia tienden a ser mayores, en general, y eso podría explicar, en parte, que un porcentaje mayor tienda a destinar parte de su esfuerzo a capturar mercados internacionales.

Una conclusión que pone de manifiesto que “Santiago no es Chile” es el hecho que, si bien sigue existiendo un gran centralismo, este fenómeno de “absorción” por parte de la Región Metropolitana no se estaría traspasando directamente a la actividad emprendedora. Si bien existen falencias importante en relación a las barreras de entrada que se generan en los mercados locales y el bajo nivel de dinamismo que existe en la economía, algunas regiones pueden aprovechar estas brechas, precisamente, con nuevos emprendimientos locales. Por otra parte, el déficit de transferencia que existe en I+D se torna más dramático en la Región Metropolitana, donde existe la paradoja de tener la mayoría de los centros de investigación y universidades, sin embargo, es más negativa la percepción sobre la incorporación de tecnología o traspaso de la información a los nuevos negocios.

En relación al financiamiento para el emprendimiento no hay mayores diferencias entre la Región Metropolitana y el resto de las regiones. Las percepciones del apoyo financiero es similar, y negativo en todos los casos, adicionalmente el porcentaje de inversionistas informales también es relativamente similar y, en ambos casos, bordea el 15%. Sin lugar a dudas, podría haber una mayor participación de inversionistas ángeles o capital de riesgo, quienes podrían estar concentrados en la región, para reducir estos problemas y, así, permitir que los emprendedores se enfoquen principalmente en la gestión.

Las principales recomendaciones estarían en seguir mejorando (o reducir) los trámites administrativos y legales, si bien las mejoras como “Tu Empresa en un Día” ya están dando frutos. Otro aspecto muy relevante es fomentar la generación de competencia en los mercados -haciendo más rigurosa la aplicación de legislación anti monopolios- y promover una cultura emprendedora. El fomento del emprendimiento no es un acto de ciertas personas que actúan individualmente creando nuevos negocios, sino que se construye con el aporte de las instituciones y la sociedad en su conjunto -colaborando de forma directa o indirecta-, donde los beneficios (generación de nuevos productos y servicios, ampliación de la oferta de puestos de trabajo y aumento de la competencia en los mercados) serán disfrutados por todos. Como equipo GEM Chile reafirmamos nuestro compromiso, aportando datos desde diferentes dimensiones relacionadas con el individuo emprendedor que permita generar una economía sólida basada en el emprendimiento.



## 5. REFERENCIAS

Acs, Z. J. & L. Szerb (2011). *Global Entrepreneurship and Development Index 2011*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Amorós, J. E. & A. Acha (2014). *Global Entrepreneurship Monitor, Reporte Nacional de Chile 2013*. Santiago: Ediciones Universidad del Desarrollo.

Amorós, J. E. & C. Poblete (2012). *Global Entrepreneurship Monitor, Reporte Nacional de Chile 2011*. Santiago: Ediciones Universidad del Desarrollo.

Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98, 893-919.

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

Bosma, N.S., S. Wennekers, & J. E. Amorós (2012). *Global Entrepreneurship Monitor, 2011. Extended Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.

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

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

40

Levie, J. & E. Autio (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31 (3): 235-263.

Reynolds, P., N. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-Garcia and N. Chin. (2005). "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003", *Small Business Economics* 24(3): 205-231.

Schwab, K. (2011) *Global Competitiveness Report 2011-2012*. World Economic Forum. Geneva, Switzerland, Disponible en línea <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-2011-2012/>



## 6. EXPERTOS CONSULTADOS

Agradecemos, nuevamente, a todos los expertos que, de forma desinteresada, contribuyeron al presente Reporte GEM Región Metropolitana 2013. A continuación, el listado de sus nombres. Ante cualquier error y/u omisión en los nombres de la presente lista se ofrecen las disculpas correspondientes.

Aldo Ilardi  
Álvaro Vargas  
Andrea Truffello  
Andrés Cabrera  
Carlos Varela  
Carolina Cortés  
Christian Felzensztein  
Cristián Muñoz  
Daniel Winkler  
Edmundo Casas  
Federico Iriberry  
Felipe Broitman  
Felipe Sepúlveda  
Fernanda Vicente  
Francisco Sáez  
Gonzalo Fuentes  
Gonzalo Morere  
Héctor Jerez  
Igor Araya  
Jaime González  
Javier Hasbún  
José Arenas  
Juan Andrés Concha  
Juan Crespo  
Julio Bravo  
Luis Berardi  
María Arellano  
Mariano Pola  
Matías Escudero  
Nicolás Brown  
Pablo Reyes  
Patricio Rodríguez  
Raúl Calvert  
Reynaldo Cabezas  
Roberto Opazo  
Samael Vásquez  
Sebastián Gilbert  
Sergio Paredes  
Sofía Ramírez  
Teresa Collados

## 7. ANEXO: PRINCIPALES INDICADORES DEL GEM USADOS EN ESTE REPORTE

	<b>Medida</b>	<b>Descripción</b>
<b>Actitudes y Percepciones Emprendedoras</b>	<b>Oportunidades percibidas</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.
	<b>Capacidades percibidas</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
	<b>Intenciones emprendedoras</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años.
	<b>Miedo al fracaso</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades pero señala que el miedo al fracaso es un disuasivo para formar una empresa.
	<b>Emprendimiento como una elección de carrera deseable</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
	<b>Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que los emprendedores gozan de un alto estatus y reconocimiento social.
	<b>Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, los medios de comunicación exhiben, con frecuencia, historias de nuevos negocios exitosos.
<b>Actividad Emprendedora</b>	<b>Tasa de emprendimientos nacientes</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) activamente involucrado en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no ha pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.
	<b>Tasa nuevos empresarios (as)</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos u otra retribución por un periodo entre los 3 y los 42 meses.
	<b>Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA, por su sigla en inglés)</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.
	<b>Tasa de emprendedores(as) establecidos(as)</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocio establecido, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.
	<b>Tasa de actividad emprendedora total</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.
	<b>Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses ya sea por venta, cierre o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.
	<b>Motivación de la actividad emprendedora</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales, que manifiesta motivación por iniciar un negocio por oportunidad (ser independientes o incrementar sus ingresos) o por necesidad (no tienen otra opción real de empleo).
<b>Aspiraciones Emprendedoras</b>	<b>Actividad emprendedora en etapas iniciales con altas expectativas de crecimiento</b>	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio y que espera emplear, por lo menos, 20 personas en los próximos 5 años.
	<b>Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada al mercado de nuevos productos indicador relativo</b>	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial que señalan que sus productos o servicios son nuevos para, al menos, algunos de sus clientes y que no hay muchos negocios que tengan una oferta similar.
	<b>Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a mercados internacionales: indicador relativo</b>	Porcentaje de emprendedores(as) en etapas iniciales que indica que, al menos, un 25% de sus clientes provienen de mercados extranjeros.
	<b>Actividad emprendedora en fase inicial en sectores tecnológicos: indicador relativo</b>	Porcentaje de emprendedores(as) de fase inicial (como fue antes definido) que es activo en el sector de la "alta tecnología" o "medio alta", de acuerdo a la clasificación de la OECD (2003).

## 8. FICHA METODOLÓGICA

### 8.1 Encuesta a Población Adulta

<b>Tipo de Estudio</b>	<b>Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara</b>
<b>Universo</b>	Población chilena, adulta y mayor de 18 años
<b>Muestra</b>	Muestra aleatoria estratificada por regiones, en base a los datos del CENSO 2002- INE
<b>Tamaño muestral</b>	6.703 casos del año
<b>Total muestra regional</b>	1.501 casos válidos
<b>Fecha de trabajo de campo</b>	Mayo-Julio 2013
<b>Encuestador</b>	Questio

### 8.2 Entrevistas a Expertos Nacionales

<b>Tipo de Estudio</b>	<b>Encuesta auto-administrada</b>
<b>Muestra nacional</b>	422 expertos de 10 regiones del país, más expertos nacionales y la comuna de Peñalolén (incluye RM)
<b>Muestra regional</b>	40 expertos
<b>Fecha de trabajo de campo</b>	Mayo-Julio 2013
<b>Encuestador</b>	Miembros del Equipo GEM Chile

## 9. ACERCA DE LOS AUTORES

### Carlos Poblete

Ingeniero Comercial y Magíster en Ciencias de la Administración de la Universidad del Desarrollo. Se ha desempeñado como consultor en innovación e investigador en temas de economía y emprendimiento. Fue coordinador del Global Entrepreneurship Research Center (GERC) de la Universidad del Desarrollo hasta el año 2013. Actualmente estudia su Doctorado en Management en la Universidad de Essex, en el Reino Unido.

### José Ernesto Amorós

Licenciado en Administración de Empresas y M.Sc. Marketing, Tecnológico de Monterrey, México. Doctor en Management Sciences por ESADE Business School, Universitat Ramon

Llull, Barcelona, España. Se desempeña como profesor e investigador en temas de emprendimiento. Es director de Global Entrepreneurship Research Center (GERC) de la Universidad del Desarrollo.

### Antonio Acha

Ingeniero Comercial mención economía de la Universidad de Chile. Actualmente es el coordinador del Global Entrepreneurship Research Center (GERC) de la Universidad del Desarrollo.

## 10. EQUIPO GEM CHILE

Desde el año 2007, en adelante, el proyecto GEM Chile ha incorporado una perspectiva regional generando alianzas con prestigiosas instituciones. A continuación

se presentan los equipos regionales y sus respectivos investigadores, quienes participaron en el ciclo 2013.

44

<b>Región</b>	<b>Institución</b>	<b>Equipo</b>
<i>Región de Arica y Parinacota</i>	<i>Universidad de Tarapacá</i>	<i>Vesna Karmelic, Roberto Gamboa Dante Choque, Hernando Bustos Ximena Vega</i>
<i>Región de Tarapacá</i>	<i>Universidad Arturo Prat</i>	<i>Mauricio Vega, Fernando Rosales Paula González</i>
<i>Región de Antofagasta</i>	<i>Universidad Católica del Norte</i>	<i>Gianni Romani Miguel Atienza</i>
<i>Región de Atacama</i>	<i>Corporación para la Competitividad e Innovación de la Región de Atacama</i>	<i>Carolina Blanco</i>
<i>Región de Coquimbo</i>	<i>Universidad Católica del Norte</i>	<i>Karla Soria</i>
<i>Región de Valparaíso</i>	<i>Universidad Técnico Federico Santa María</i>	<i>Cristóbal Fernández, Jorge Cea José Luis Cortés, Juan Tapia Paulina Santander</i>
<i>Región Metropolitana</i>	<i>Universidad del Desarrollo</i>	<i>José Ernesto Amorós Carlos Poblete</i>
<i>Región del Biobío</i>	<i>Universidad Católica de la Santísima Concepción - Universidad del Desarrollo</i>	<i>Jorge Espinoza - José Ernesto Amorós, Carlos Poblete</i>
<i>Región de la Araucanía</i>	<i>Universidad de la Frontera</i>	<i>Claudina Uribe, Paulina Sanhueza Valeska Geldres</i>
<i>Comuna de Peñalolén</i>	<i>Municipalidad de Peñalolén Universidad del Desarrollo</i>	<i>Hanja Yutronic Ordenes</i>

## 11. COLABORADORES

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:  
**Universidad del Desarrollo**

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

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

En el año 2008 se estableció un acuerdo con la Global Entrepreneurship Research Association mediante el cual la UDD pasa a ser global sponsor del proyecto GEM internacional lo que ratifica el compromiso institucional con la investigación sobre emprendimiento.

En el año 2010 la UDD firma una alianza estratégica con el Stanford Technology Venture Program (STVP), el centro de innovación más importante de la Universidad de Stanford. Se crea el Programa iCubo que une a las Facultades de Diseño, Ingeniería y Negocios para impulsar la innovación en la UDD, en el marco de la Alianza suscrita con el STVP.

**Más información en: [www.udd.cl](http://www.udd.cl)**

Durante los últimos años, el programa de MBA de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo ha ocupado el primer puesto a nivel latinoamericano en la enseñanza del emprendimiento en el Ranking de Escuelas de Negocios de la revista América-Economía.

  
**Universidad del Desarrollo**



45

### Wayra- Grupo Telefónica

Telefónica, empresa privada que tiene en su centro conectar a las personas con sus afectos e intereses por medio de la tecnología, está consciente de la importancia y el diferencial que agrega la innovación y el emprendimiento. Desde el 2009 se ha hecho parte del Ecosistema de Emprendimiento Nacional y del esfuerzo por llevar al país al desarrollo por esta vía. Ese año apuesta por el camino de la Innovación Abierta y crea Movistar Innova, la primera Incubadora Corporativa del país. Luego da un paso más allá, el año 2012 convirtiéndose en Wayra, la aceleradora de negocios global de Telefónica con presencia en 13 países y una cobertura total de alrededor de 108 millones de personas.

A la fecha Wayra Chile realiza tres convocatorias al año en las cuales han resultado 742 proyectos inscritos y se han apoyado directamente a 19 startups a través de la aceleración de dichos negocios. También cuenta con una academia y el trabajo de 32 mentores que sirven de constante apoyo a los emprendedores.

**Más información en: [cl.wayra.org](http://cl.wayra.org)**



## 12. PATROCINADORES

### SOFOFA INNOVA

El mundo de hoy apunta hacia un mañana distinto. Las empresas para crear valor están bajo constantes presiones de cambio tecnológico, clientes más sofisticados y competencia cada día mas globalizada. Con el fin de aprovechar tomar ventaja de este escenario, es que debemos transitar hacia un nuevo paradigma hacia la economía del conocimiento. Lo anterior hace indispensable idear nuevas formas de producir, desarrollar nuevas industrias y dominar nuevos conocimientos.

En este contexto, nace Sofofalnova, el Centro de Innovación y Emprendimiento de Sofofa. Se funda el 3 de Junio del 2010 en el Primer Encuentro Nacional de Emprendimiento e Innovación ENEI 2010, el primer Summit de Innovación de la Corporación.

Sofofalnova busca catalizar la creación de nuevas industrias y aumentar la competitividad de las actuales, mediante la difusión de las mejores prácticas, gestión de ecosistemas de valor agregado para las empresas y el país y la promoción de alianzas colaborativas entre los diversos actores de la cadena de la innovación: investigadores, fondos de inversión, incubadoras de negocios y corporativas, empresas y agencias gubernamentales; tanto a nivel nacional como internacional. Asimismo, aportar al cambio cultural a través de la participación en diversas instancias para aminorar el sesgo a la falla empresarial y premiar la justa toma de riesgos.

Más información en: [www.sofofainnova.cl](http://www.sofofainnova.cl)

SOFOFA  
innova

centro de  
innovación  
y emprendimiento

46

### CORFO

La Corporación de Fomento de la Producción, Corfo, es un organismo ejecutor de las políticas gubernamentales en el ámbito del emprendimiento y la innovación, a través de herramientas e instrumentos compatibles con los lineamientos centrales de una economía social de mercado, creando las condiciones para lograr construir una sociedad de oportunidades.

#### Visión:

Ser una agencia promotora del emprendimiento y la innovación de clase mundial, que acelere el desarrollo generando mayores oportunidades para los Chilenos

#### Misión:

Fomentar el emprendimiento y la innovación para mejorar la productividad de Chile, y alcanzar posiciones de liderazgo mundial en materia de competitividad.

Más información en: [www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)

CORFO  
sueña emprende crece

