



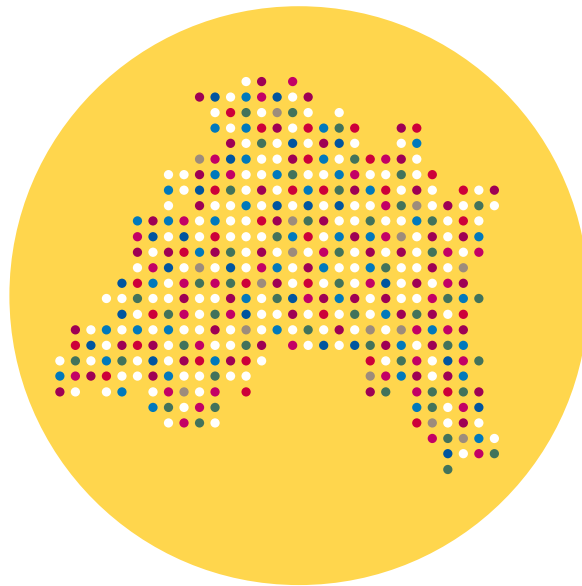
Global
Entrepreneurship
Monitor
Reporte
Región Metropolitana
de Santiago
2014 / 2015

Adriana Abarca M.
José Ernesto Amorós





Global Entrepreneurship Monitor
Reporte de la Región Metropolitana
de Santiago 2014 / 2015



Adriana Abarca M.
José Ernesto Amorós



Global Entrepreneurship Monitor

Reporte de la Región Metropolitana de Santiago 2014 / 2015

Primera Edición

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Inscripción N° 256036

Santiago - Chile

ISBN: 978-956-7961-77-1

Diseño y Portada Trinidad Concha G.

Fotos Banco Audiovisual SERNATUR

Resumen E.pg.08 > Tetera, Barrio Italia. Camila González Herrera.

Capítulo 1 pg.10 > Villa Baviera. SERNATUR, Región del Maule.

Capítulo 2 pg.22 > Museo Chileno de Arte Precolombino. Camila González Herrera.

Capítulo 7 pg.54 > Rutas del vino. SERNATUR, Región del Maule.

Capítulo 8 pg.56 > Chupallas y sombreros. SERNATUR.

Capítulo 9 pg.58 > Artesanía, Patio Bellavista. Camila González Herrera.

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). El Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report y los micros-sitios de cada equipo nacional pueden ser encontrados en www.gemconsortium.org. Toda la información sobre el proyecto en Chile está disponible en www.gemchile.cl. Tanto el sitio web del GEM Global como el GEM Chile suministran una lista actualizada del creciente número de artículos científicos que se basan en datos del GEM.

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.

Contenido



Presentación	7
Resumen ejecutivo	8
1. Introducción	11
1.1 Acerca del GEM	11
1.2 Marco conceptual del GEM	12
1.3 Los componentes revisados del marco conceptual del GEM	17
1.4 Metodología del GEM	19
1.5 Principales indicadores del GEM	19
1.6 Acerca de este reporte	20
2. Valores sociales hacia el emprendimiento, atributos individuales y actividad emprendedora	23
2.1 Comparativa regional	23
2.2 Actividades emprendedoras	27
Motivaciones emprendedoras	29
Distribución por sectores	30
Edad y género	30
Nivel educacional	33
Nivel de ingresos	34
Situación laboral de los emprendedores	34
Descontinuación de los negocios	34
2.3 Aspiraciones emprendedoras	36
Expectativas de alto crecimiento	36
Orientación a la innovación	37
Utilización de nuevas tecnologías	37
Potencial de expansión de mercado	39
3 Factores del ecosistema para emprender en la Región Metropolitana	41
3.1 Análisis general de las condiciones del ecosistema emprendedor	43
3.2 Análisis específico de las condiciones del contexto para emprender en la Región Metropolitana	45
Apoyo financiero para el emprendimiento	46

Transferencia de I+D	47
Apertura del mercado interno	47
Educación y capacitación para el emprendimiento	47
Políticas de gobierno	47
Infraestructura comercial y profesional	47
Programas de gobierno	48
Normas sociales y culturales	48
Acceso a la infraestructura física	48
4. Consideraciones finales	49
5. Referencias	51
6. Expertos consultados	53
7. Ficha metodológica	55
7.1 Encuesta a población adulta	55
7.2 Entrevistas a expertos nacionales	55
8. Acerca de los autores	57
9. Más información del GEM Chile	59
9.1 Equipo GEM Chile	60
10. Colaboradores	61
11. Patrocinadores	63
12. Anexo	65

Tablas

Tabla 1.1: El contexto social, cultural, político y económico y las fases de desarrollo económico	18
Tabla 2.1: Indicadores de actitud hacia el emprendimiento	24
Tabla 2.2: Factores de influencia en la percepción de los encuestados según etapa del emprendimiento	26
Tabla 2.3: Actividad emprendedora según fase del proceso emprendedor	28
Tabla 3.1: Condiciones de la actividad emprendedora	41

Figuras

Figura 1.1: Modelo convencional de crecimiento económico nacional	13
Figura 1.2: Modelo de procesos emprendedores que afectan el crecimiento económico nacional	14
Figura 1.3: El modelo del GEM hasta 2014	14
Figura 1.4: El marco conceptual revisado del GEM 2014-2015	15
Figura 1.5: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM	21
Figura 2.1: Actitudes hacia el emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)	25
Figura 2.2: Actividad emprendedora en etapas iniciales en las regiones participantes en Chile, en 2014	27
Figura 2.3: Balance de las motivaciones para emprender en etapas iniciales	29
Figura 2.4: Balance de los motivaciones para emprendedores nacientes	30
Figura 2.5: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales y establecidas	31
Figura 2.6: Emprendimientos en etapas iniciales, según grupo de edad	31
Figura 2.7: Emprendimientos establecidos, según grupo de edad	32
Figura 2.8: Emprendimientos en etapas iniciales y establecidas, según sexo	32
Figura 2.9: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora	33
Figura 2.10: Actividad emprendedora, según ingreso familiar	34
Figura 2.11: Actividad emprendedora, según tipo de empleo	35
Figura 2.12: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento	35

Figura 2.13: Número de trabajadores y potencial número de trabajadores en los negocios de los emprendedores, según etapa de emprendimiento	36
Figura 2.14: Novedad de los productos o servicios ofrecidos	37
Figura 2.15: Intensidad de la competencia esperada	38
Figura 2.16: Uso de nuevas tecnologías o procesos	38
Figura 2.17: Expectativa de expansión de mercado	39
Figura 2.18: Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales y establecidos, según orientación a mercados internacionales	40
Figura 3.1: Indicadores del contexto para el emprendimiento, en la Región Metropolitana y Chile (1/2)	43
Figura 3.2: Contexto para el emprendimiento, en la Región Metropolitana y Chile (2/2)	44
Figura 3.3: Evaluación del contexto emprendedor de la Región Metropolitana	46

Presentación



Desde el año 2007, el proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM, en Chile, ha realizado estudios regionales para proveer de información relevante que permita comprender de mejor forma los ecosistemas regionales de innovación y emprendimiento. De esta manera, el GEM, dando cumplimiento a uno de sus principales objetivos, ha ayudado a orientar a los responsables del diseño de las políticas públicas a focalizar aquellos aspectos que requieren mayor atención desde el punto de vista regional.

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, con más de una década de mediciones, el GEM se ha constituido un referente dado su alcance nacional y, como ya hemos señalado, también con una aproximación regional, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más grandes del país. El proyecto GEM ha cubierto 12 regiones del país, incluyendo la Región Metropolitana de Santiago, gracias al esfuerzo de académicos y profesionales del ámbito del emprendimiento y la 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. Lo anterior reafirma firmemente nuestra vocación de seguir ofreciendo datos de calidad para entender el complejo fenómeno del emprendimiento en Chile que abarca, desde el ámbito local, hasta el relevante posicionamiento que ha tenido el país como polo de atracción

de emprendedores a nivel internacional. Dentro de este contexto, la Región Metropolitana de Santiago también se ha posicionado como una de las principales ciudades emergentes en el contexto internacional donde se desarrolla una gran cantidad de emprendimiento.

Queremos agradecer a las universidades e instituciones asociadas a nivel regional que participaron en el año 2014, 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 en la Región de Valparaíso 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 la invaluable ayuda y tiempo dedicado a los 39 informantes claves que respondieron la encuesta sobre las condiciones regionales para el emprendimiento en Santiago. Por supuesto, también nuestro más sincero agradecimiento a los cerca de mil mujeres y hombres encuestados en la región que, de forma anónima, proveen la información que constituye el pilar fundamental de esta investigación. Finalmente, a cada una de las emprendedoras y emprendedores de la Región Metropolitana de Santiago que, con su trabajo, contribuyen al desarrollo económico y social de Chile.

Que disfruten la lectura de este reporte.

Hernán Cheyre
Presidente del Instituto de Emprendimiento
Facultad de Economía y Negocios, UDD

José Ernesto Amorós, Ph.D.
Coordinador GEM Chile
Director Ejecutivo del Instituto de Emprendimiento
Facultad de Economía y Negocios, UDD



Resumen ejecutivo



En el año 2014, el Global Entrepreneurship Monitor, GEM, ha completado su decimosexto ciclo anual, lo que lo ha posicionado como uno de los proyectos académicos, sobre emprendimiento, más importantes a nivel internacional. El GEM genera información relevante, al proporcionar medidas acerca de las actitudes, actividades y características de los individuos partícipes en las diferentes fases que conlleva emprender. De igual manera, son analizadas las aspiraciones que estos emprendedores tienen respecto a sus negocios, así como otros factores claves de sus proyectos. Durante el año 2014, fueron encuestados más de 206 mil individuos alrededor del mundo y, 3.936 expertos en emprendimiento, participaron en el estudio que cubre más de 73 países de todos los continentes y, prácticamente, todas las regiones del mundo. Dicha muestra representa un 72,4% de la población mundial y un 90% del PIB mundial, incluyendo una amplia gama de niveles de desarrollo. El GEM, en Chile, durante el ciclo 2014, ha utilizado como muestra a 6.212 per-

sonas mayores de 18 años. Para constituir esta muestra se realizó un muestreo representativo a nivel nacional, más muestras adicionales de las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Biobío, la Araucanía y la Región Metropolitana de Santiago. Adicionalmente, se realizó una consulta a un total de 395 informantes claves, considerados expertos en emprendimiento, provenientes de diferentes sectores, actividades y regiones. Para la Región Metropolitana, se reunió la opinión de 39 expertos y una muestra específica de 999 hombres y mujeres adultos. Los principales resultados son presentados a continuación.

Características individuales y valoración social del emprendimiento

Un 70% 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.

El 64% de ellos considera que tiene los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o una empresa.

Aún cuando un 32% indica que el miedo al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio, el 50% manifestó intención de emprender en los próximos tres años.

Cerca del 63% de los encuestados indica que los emprendedores exitosos gozan de gran prestigio social y 60% indica que se puede ver, a menudo, noticias sobre nuevos emprendedores que han tenido éxito en sus negocios. Sumado a esto, el 65% considera al emprendimiento como una opción de carrera deseable.

Actividades emprendedoras

Actualmente, alrededor del 30% de la población adulta de la región, entre 18 y 64 años, se considera un emprendedor en etapas iniciales.

En relación a los emprendedores establecidos, este valor es de 7%.

De los emprendedores iniciales, el 87% indicó que su motivación para iniciar un emprendimiento fue el descubrir una oportunidad de negocio, mientras el 13% lo hizo por necesidad (no tenía otra fuente de empleo).

Aspiraciones emprendedoras

En la actualidad, el 58% de los emprendedores en etapas iniciales y el 53% 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 46% de los emprendedores iniciales y el 31% de los establecidos manifestaron que sus productos eran nuevos para todos sus clientes.

Un 16% de los iniciales y 9% de los establecidos declararon que la tecnología usada en su empresa es muy nueva, es decir, inferior a 1 año.

Contexto emprendedor en la región

Para este ciclo, al igual que el anterior, las variables con peor evaluación de la Región Metropolitana fueron “Apoyo Financiero” y “Transferencia de I+D”. Principalmente, se critica la falta de fuentes de financiamiento para empresas nuevas y en crecimiento y que no existe apoyo para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevos negocios.

Comparativamente, los expertos de la Región Metropolitana tienen una visión mucho más crítica acerca de las dimensiones “Programas y Gobierno” y “Política de Gobierno” contrastado con el promedio nacional.



Introducción

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM internacional cumplió, en el año 2014, diez y seis años de existencia, mismos en los cuales ha publicado, ininterrumpidamente, reportes anuales sobre el estado del emprendimiento en los más de 100 países que han participado. Durante ese periodo de tiempo 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 financiamiento a nuevas empresas. En Chile, con la presente medición, se tienen doce ciclos en los cuales, también, se han publicado reportes específicos sobre la actividad emprendedora de mujeres en Chile y, a partir del año 2007, se ha analizado la actividad emprendedora en diferentes regiones del país. Así, el GEM Chile se ha consolidado como un proyecto relevante para entender la dinámica emprendedora del país.

Acerca del GEM

1.1

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 la London Business School, así como por miembros de las instituciones patrocinadoras del proyecto.

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 esto, 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. De esta manera, 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 tercera 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.

Marco conceptual del GEM 1.2

Durante los últimos 16 años, el marco conceptual y las definiciones básicas del GEM evolucionaron gradualmente sin comprometer la comparabilidad de la información recopilada, pero brindando mayor claridad para entender las relaciones entre las distintas variables que afectan el emprendimiento. Este proceso fue apoyado por el trabajo de muchos investigadores que, a partir de datos del GEM, contribuyeron a entender mejor el fenómeno del emprendimiento y la creación de nuevas empresas (Álvarez et al., 2014, Bosma, 2013, Levie y Autio, 2008; Reynolds et al., 2005). La definición de emprendimiento planteada en los primeros reportes del GEM -en el contexto de la comprensión del rol del emprendimiento en el crecimiento económico- fue la siguiente:

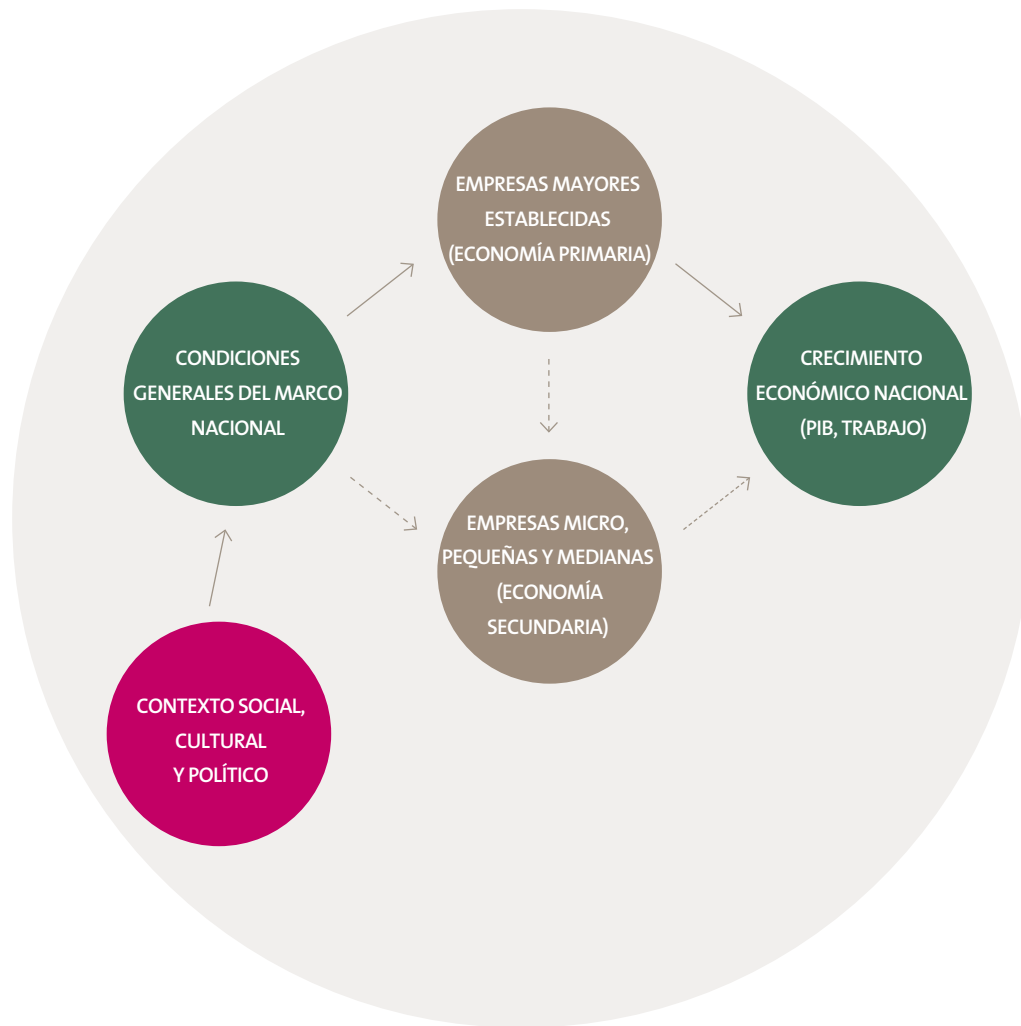
“Cualquier intento de nuevo negocio o la creación de empresas, tales como trabajo por cuenta propia, una nueva organización de la empresa, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido.” (Reynolds et al., 1999, p. 3)

De esta definición surgieron tres preguntas que abrieron el camino a la encuesta del GEM:

- > ¿El nivel de actividad empresarial ¿varía entre los países? y, en caso afirmativo, ¿en qué medida?
- > ¿El nivel de actividad empresarial ¿afecta a la tasa de crecimiento económico y la prosperidad de un país?
- > ¿Qué hace que en un país la gente emprenda más?

Con el fin de responder a estas preguntas, el GEM ha tenido que apartarse del enfoque convencional en el pensamiento sobre el crecimiento económico nacional y desarrollar un nuevo marco conceptual. En contraste con el modelo tradicional de crecimiento económico nacional (**Figura 1.1**) cuyo marco conceptual (**Figura 1.2**), tiene el supuesto básico de que el crecimiento económico nacional es el resultado de las capacidades personales de los individuos, independientemente de su ubicación (del tamaño de las empresas o si son trabajadores por cuenta propia), para identificar y aprovechar las oportunidades y que este proceso está sucediendo en la interacción con el medio ambiente. El proyecto GEM, en base al análisis de sus resultados anuales, en el año 2008, desarrolló un marco conceptual que es el que ha estado vigente y se encuentra representado en la **Figura 1.3**.

● **Figura 1.1: Modelo convencional de crecimiento económico nacional**



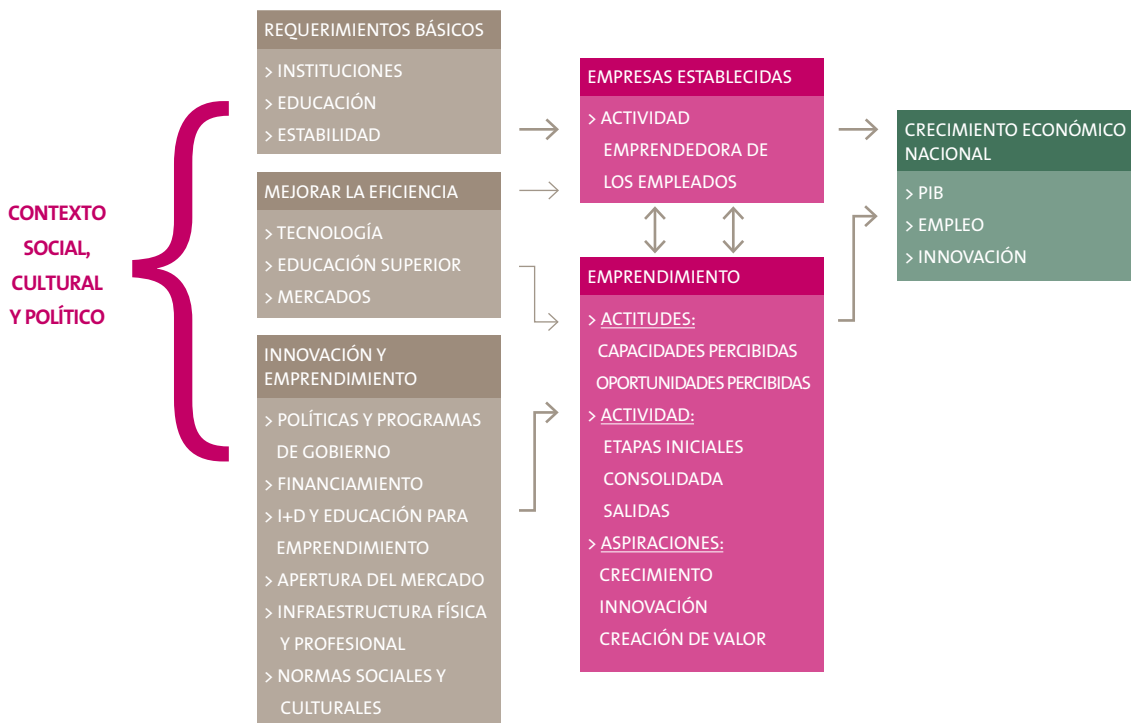
Fuente: Reynolds, P. D., Hay, M., Camp, S.M. Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report, p. 9.

Figura 1.2: Modelo de **procesos emprendedores** que afectan el crecimiento económico nacional



Fuente: Reynolds, P. D., Hay, M., Camp, S.M. Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report, p. 10.

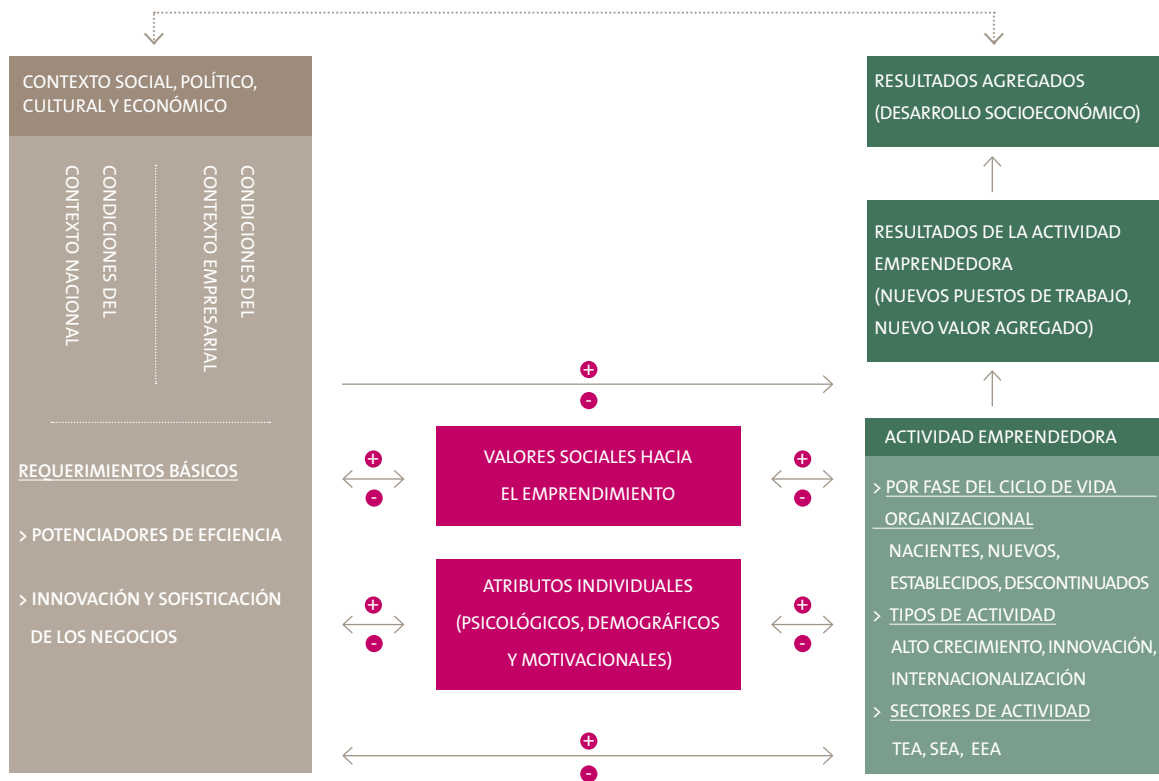
Figura 1.3: El **modelo del GEM hasta 2014**



La revisión a fondo de este marco conceptual del GEM implica una “apertura de la caja negra” del emprendimiento, tal como se presenta en la **Figura 1.4**. Desde el comienzo del proyecto GEM, se asumían implícitamente las relaciones entre las actitudes, aspiraciones y ac-

tividades que estaban construidas en el marco conceptual, pero sin explicar la naturaleza de estas relaciones. Ahora se pretende probar las características de las relaciones supuestas entre los valores sociales, los atributos personales y diversas formas de actividad empresarial:

Figura 1.4: El marco conceptual revisado del GEM 2014-2015



En este nuevo marco conceptual algunos de los supuestos básicos que se han modificado son, principalmente:

1. Que la actividad emprendedora no es un acto heroico de un individuo, independientemente del entorno en el que se realiza la actividad.

2. La actividad emprendedora es consecuencia de la interacción entre la percepción de oportunidades que detecta un individuo, la capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre esto y las condiciones distintas del respectivo entorno en el que se encuentra el individuo.

El proyecto GEM ha venido confirmando que el nivel de la actividad emprendedora varía entre países, lo que, además, también confirma que se necesita tiempo y coherencia en las intervenciones de política con el fin de construir los factores que contribuyen a la actividad emprendedora. Las encuestas del GEM también han confirmado que la actividad emprendedora, en diferentes formas (naciente, consolidada, intra-emprendimiento) se correlaciona positivamente con el crecimiento económico, pero que además esta relación es diferente a lo largo de las fases de desarrollo económico (Acs y Amorós, 2008; Van Stel et al., 2005; Wennekers et al, 2010). Asimismo, las del contexto socio-político y económico (condiciones del marco general empresarial), la capacidad individual para identificar y aprovechar las oportunidades y la capacidad de la sociedad para desarrollar la cultura emprendedora son muy relevantes no solo para crear más nuevas empresas sino, también, para tener individuos emprendedores con mayor ambición de hacer crecer su negocio y más innovación empresarial (WEF-GEM, 2015). Con esto, el GEM también puede ayudar a comprender cómo iniciativas públicas y privadas pueden mejorar los ecosiste-

mas pro-emprendimiento (Drexler y Amorós, 2015).

Por lo tanto, el GEM sigue centrándose en la contribución al desarrollo de la economía mundial a través de la investigación del emprendimiento, siguiendo la misión del GERA y los objetivos específicos planteados por el GEM. 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, bajo este nuevo marco conceptual, se focaliza en estos objetivos fundamentales:

- Determinar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico en las economías de los diferentes países.
- Descubrir los factores que favorecen o dificultan la actividad emprendedora, especialmente de las relaciones entre las condiciones nacionales para el emprendimiento, valores sociales, características personales y la actividad emprendedora.
- Identificar las implicaciones políticas para la mejora de la capacidad emprendedora en una economía.

Desde el año 2008 (Bosma et al., 2009), el GEM ha seguido la tipología del Foro Económico Mundial (Porter et al., 2002) relacionada con los niveles de desarrollo económico: economías basadas en los recursos, las economías basadas en eficiencia y las economías basadas en innovación. Esto contribuyó a mostrar cómo el GEM se complementa y puede complementar otras grandes encuestas de creación de nuevas empresas, proporcionando información importante sobre los individuos (atributos, valores y actividades) y su interacción con el medio ambiente en la práctica de la conducta emprendedora (proactividad, innovación y decisiones responsables).

Los componentes revisados del

Marco conceptual del GEM 1.3

El Foro Económico Mundial utiliza doce pilares para perfilar las fases del desarrollo económico en el contexto de la competitividad de los países. Estos pilares miden el contexto social, cultural, político y económico. El GEM aporta a esta perspectiva nueve componentes denominados Condiciones del Marco Emprendedor (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC), tal como se presenta en la **Tabla 1.1**. Es importante destacar que estos pilares están presentes en diferentes combinaciones entre los distintos tipos de economías, y que los niveles de desarrollo económico están determinados por la presencia dominante del grupo específico de pilares que corresponde a cada nivel de desarrollo. En este contexto, el marco conceptual del GEM también supone que las economías más desarrolladas presentan mejores condiciones para el emprendimiento.


Es importante señalar que todos los componentes del entorno en el que las mujeres y los hombres actúan de forma emprendedora (con cierto nivel de pro-actividad e innovación) son interdependientes. Esta dependencia no solo exige un enfoque holístico en la investigación, sino también en el diseño de políticas adecuadas para la construcción de un ambiente de apoyo en el que el comportamiento emprendedor se pueda realizar.

❶ **Valores sociales hacia la iniciativa emprendedora:** incluye aspectos como valorar al emprendimiento como una buena elección de carrera, si los emprendedores tienen un alto estatus social y cómo la atención mediática a los emprendedores y sus negocios contribuye (o no) para el desarrollo de la cultura pro-emprendimiento en el país.

❷ **Atributos individuales:** incluyen diferentes factores demográficos (como el género, la edad, la ubicación geográfica), psicológicos (capacidades percibidas, las oportunidades percibidas, miedo al fracaso) y aspectos motivacionales (necesidad versus oportunidad, deseo de independencia, etc).

❸ **Actividad emprendedora:** se define de acuerdo a las fases del ciclo de vida del emprendimiento (naciente, nuevos empresarios, empresarios establecidos, interrupción del negocio), a los tipos de actividad (alto crecimiento, innovación, internacionalización) y a la caracterización de la actividad (emprendimientos independientes en etapas iniciales -TEA, emprendedores sociales -SEA, actividad emprendedora de los empleados -EEA). Las definiciones detalladas se presentan en la sección 1.5 de este capítulo.

● Tabla 1.1: El **contexto social, cultural, político y económico** y las fases de desarrollo económico

	De otras fuentes disponibles	De la Encuesta Nacional de Expertos (NES)
FASES DE DESARROLLO ECONÓMICO	CONDICIONES DEL MARCO NACIONAL, BASADO EN LOS PILARES DEL FORO ECONÓMICO MUNDIAL PARA PERFILAR LAS FASES DE DESARROLLO ECONÓMICO	CONDICIONES DEL MARCO EMPRENDEDOR
Requerimientos básicos- economías basadas en recursos	<ul style="list-style-type: none"> > Instituciones > Infraestructura > Estabilidad macroeconómica > Salud y educación primaria 	
Potenciadores de eficiencia - la clave para las economías basadas en eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> > Mayor educación y formación > Eficiencia del mercado de bienes > Eficiencia del mercado laboral > Sofisticación del mercado financiero > Preparación tecnológica > Tamaño de mercado 	
Factores de innovación y sofisticación - clave para las economías basadas en innovación	<ul style="list-style-type: none"> > Sofisticación de los negocios > Innovación 	

Metodología del GEM 1.4

En la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos del GEM hay una colaboración entre cada equipo nacional y el equipo central de datos del GERA, apoyado por dos cuerpos formados por representantes de los equipos nacionales: el Comité Asesor de Investigación e Innovación (quienes definen aspectos sobre el marco conceptual, las definiciones operacionales y la metodología, incluyendo herramientas para el trabajo de campo) y el equipo de Calidad de Datos. El equipo de datos del GERA coordina con los equipos nacionales el proceso de recolección de estos, la definición de muestras nacionales (o regionales) representativas, el diseño e implementación del trabajo de campo y la codificación de la información recogida.

Con el fin de capturar las interacciones entre los individuos y el entorno en el que actúan, el GEM utiliza dos cuestionarios para recolectar datos primarios:

- **La Encuesta a la Población Adulta** (Adult Population Survey, APS) se hace a un mínimo de 2.000 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 entre los meses de mayo y 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 que permiten analizar, en profundidad, los elementos del marco conceptual del GEM que tienen relación directa con los valores sociales hacia el emprendimiento, los atributos individuales y las actividades 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.

Ambas encuestas son idénticas para todos los países, economías o regiones que participan en el GEM, de tal manera que tener estas herramientas estandarizadas, así como los procedimientos, permiten asegurar la calidad de los datos y que estos sean comparables entre los países/regiones participantes¹. Cada año se agregan o modifican algunas de las preguntas, tanto a la APS como a la NES, con la finalidad de obtener información sobre temas especiales. Por ejemplo, los temas especiales más recientes fueron la actividad emprendedora de los inmigrantes, jóvenes emprendedores y emprendimiento y bienestar.

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 año 2014, en el país se han realizado un poco más de 6.200 encuestas a la población adulta y una amplia consulta a expertos nacionales que ha implicado a 395 expertos de 9 regiones del país.

Los datos recogidos por los equipos nacionales son parte del conjunto global de datos del GEM y todas las actividades computacionales son realizadas por el equipo de expertos en el GERA. El informe anual global es producido por los investigadores que se ofrecieron como voluntarios de los equipos nacionales.

Principales indicadores GEM 1.5

Sobre la base del marco conceptual del GEM y los datos recogidos, se calcula un numeroso conjunto de indicadores, los que se presentan en los informes mundiales y nacionales.

¹ La información actualizada sobre los procedimientos de recolección de datos está disponible en el Manual de Datos del GEM en www.gemconsortium.org.

El 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 1.4** resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

Para el GEM, el pago de cualquier tipo de retribución 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 tenga 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 estos ofrecen, pueden poner presión a empresas establecidas para que mejoren su desempeño. Este indicador se puede enriquecer, adicionalmente, por el suministro de información relacionada con la inclusión (sexo, edad), el impacto (el crecimiento del negocio, la inno-

vación, la internacionalización) y la industria (sectores). Las definiciones se presentan en la **Figura 1.5**.

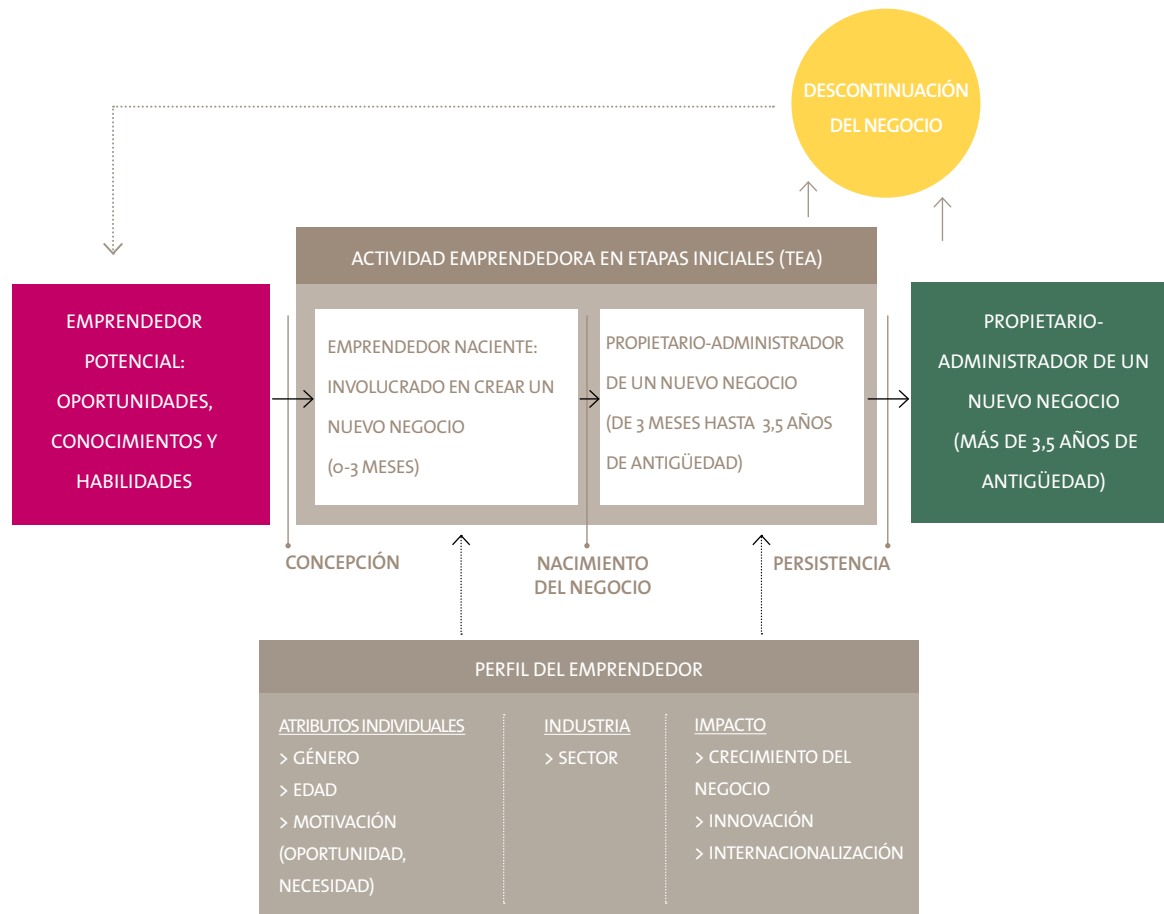
Los dueños de negocios que han pagado salarios y sueldos por más de 42 meses son clasificados como emprendedores establecidos. Sus negocios han sobrevivido el denominado “valle de la muerte” y han dejado las etapas iniciales. Un país que posee una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede 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.

Adicional al TEA, desde el año 2011 se calcula la tasa de participación de los empleados en las actividades emprendedoras, o EEA, por sus siglas en inglés (Entrepreneurial Employee Activity), que está relacionada con el desarrollo o el lanzamiento de nuevos productos o servicios, o la creación de una nueva unidad de negocio, o de un nuevo establecimiento o filial dentro de un negocio establecido. También se está explorando, a partir del año 2015, la tasa de personas que participan en las actividades emprendedoras con un objetivo social, cuyos indicadores se publicarán en futuros reportes.

Sobre este reporte 1.6

La información del ciclo 2014 está dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. En este reporte se pretende dar cuenta de los diferentes indicadores de la dinámica emprendedora (valores sociales hacia el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora) así como el contexto para emprender en la Región Metropolitana de Santiago.

● **Figura 1.5: El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM**





TIENDA MUSEO

Isla de Pascua
Isla Tierra

Valores sociales hacia el emprendimiento, atributos individuales y actividad emprendedora

02

Como fue mencionado en la introducción de este reporte, el GEM, en su modelo conceptual revisado, resalta la importancia de diversos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora. Algunos de estos factores se relacionan con la valoración social que expresa la población de un país hacia el emprendimiento y, también, con ciertos atributos individuales que tienen las personas en relación con el fenómeno del emprendimiento.

Es necesario enfatizar que solo tener una actitud positiva hacia el emprendimiento no es determinante en la materialización de la idea de negocio por más que aumente la propensión a querer emprender. Sin embargo, los valores sociales son un componente importante en un contexto que favorece (o no) el desarrollo de nuevos emprendimientos de negocio (Kwon y Arenius, 2010).

Comparativa regional 2.1

El GEM destaca, como parte de la valoración social, algunos aspectos tales como si la gente considera que iniciar un negocio es una forma de

carrera laboral (en contraste con ser empleado); si los emprendedores exitosos son reconocidos y admirados por la sociedad en su conjunto y si los medios de comunicación dan cobertura (y promueven) a los emprendedores exitosos generando una cultura pro-emprendimiento.

Por el lado de los atributos personales, algunas de estas actitudes son el deseo de querer iniciar un negocio aprovechando las oportunidades que se generan en el mercado para emprender. De igual manera, están los conocimientos y habilidades individuales que definen las capacidades emprendedoras, así como el tener redes cercanas de personas que están emprendiendo y que pueden servir como ejemplo positivo. Otro aspecto relevante es el miedo al fracaso o “penalización” social de haber fallado al realizar un nuevo negocio.

La **Tabla 2.1** muestra varios indicadores del GEM referentes a la valoración social y los atributos individuales, para cada uno de las regiones de Chile participantes en el ciclo 2014.

La parte izquierda de la tabla muestra tres indicadores sobre la valoración social. El primero evalúa el porcentaje de personas que considera que el ser emprendedor es una opción

de carrera deseable. Este indicador varía entre las regiones del país, siendo en la Región Metropolitana donde hay un menor porcentaje de respuestas positivas. Una de las explicaciones a esto se debe a que el desarrollo económico genera un aumento en la oferta de empleo y hace más complejo el mercado laboral. Entonces, en la Región Metropolitana, al haber más opciones alternativas a ser emprendedor no es extraño este indicador. El segundo indicador permite saber si las personas sienten que en su entorno inmediato hay emprendedores exitosos. Al igual que en el caso anterior, también se observan algunas diferencias entre regiones, estando la Región Metropolitana ligeramente bajo el promedio. En relación a la cobertura de los medios de comunicación, este tercer indicador entrega una aproximación respecto a la popularidad del emprendimiento. En este aspecto, los menores

indicadores se presentan, también, en la Región Metropolitana, donde claramente la cantidad de contenidos que “compiten” con la información acerca de los emprendedores es muy grande. Estos ejemplos permiten evidenciar lo complejo que es el fenómeno del emprendimiento y cómo diversos factores socioculturales afectan la actitud hacia este.

A la derecha de la tabla están los indicadores relacionados, de forma directa, con características individuales, como la percepción de oportunidades, capacidades, miedo al fracaso y propensión a emprender. Las personas de la Región Metropolitana que, en promedio perciban mayores oportunidades, manifiestan tener similares capacidades y mayores intenciones para emprender. Respecto al miedo al fracaso, están en el promedio.

 **Tabla 2.1: Indicadores de actitud hacia el emprendimiento**

REGIÓN	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Reconocimiento a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso	Intenciones emprendedoras
Arica y Parinacota	71,38	63,76	60,66	53,95	57,05	29,55	50,81
Tarapacá	71,29	66,58	63,86	73,69	60,78	30,36	53,58
Antofagasta	74,13	57,94	65,74	74,94	57,05	29,97	46,34
Atacama	74,34	64,31	66,83	65,69	60,82	28,98	48,88
Coquimbo	74,7	67,69	71,85	68,45	59,84	29,89	48,2
Valparaíso	74,79	63,15	71,47	61,93	65,24	30,99	46,49
Metropolitana	65,38	63,29	59,65	70,13	64,27	31,98	50,18
Biobío	78,75	69,3	75,69	62,98	62,84	34,19	45,26
Araucanía	72,91	65,19	73,71	51,23	60,67	33,22	45,13
Promedio Chile	69,43	64,43	65,21	67	64,87	31,1	48,84

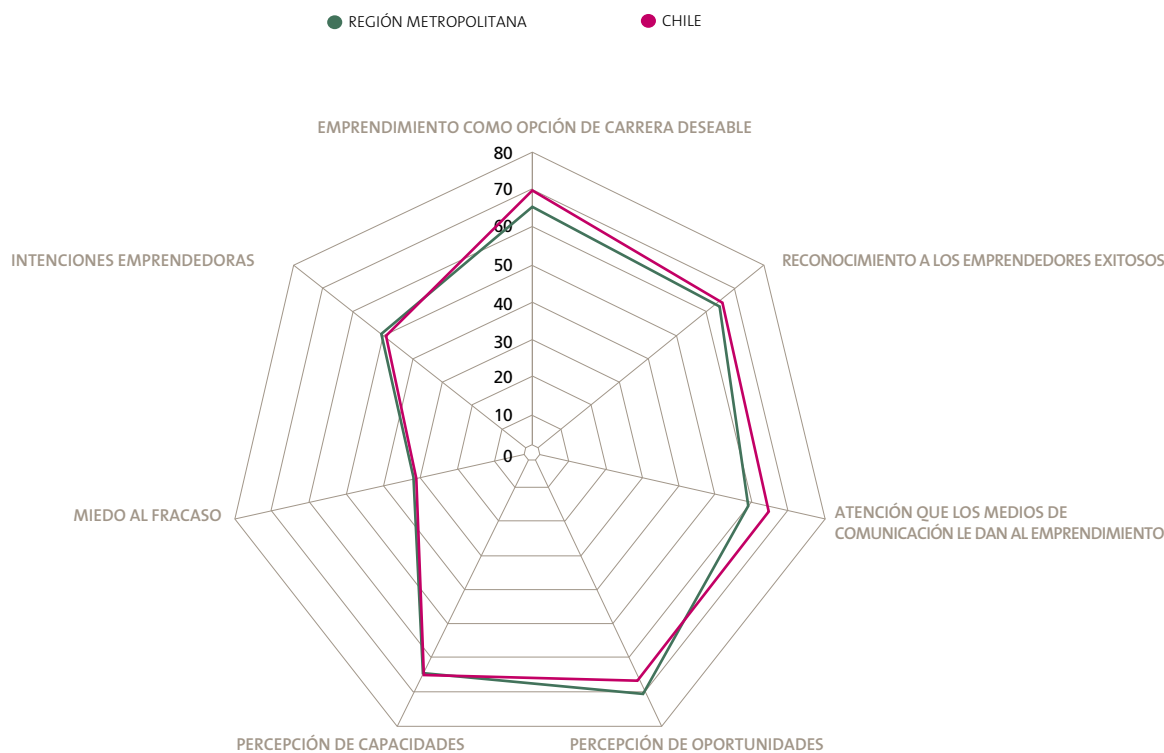
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

La **Figura 2.1** muestra los resultados obtenidos para la Región Metropolitana contrastados a nivel nacional. Es posible percatarse que no se aprecian diferencias significativas en las actitudes hacia el emprendimiento entre los habitantes de la región con los de Chile en su totalidad. En cuanto a percepción de oportunidades, la Región Metropolitana tiene tres puntos porcentuales de diferencia positiva comparado con Chile. En percepción de capacidades prácticamente no hay diferencia, al igual que en intenciones emprendedoras. Sin embargo, la Región Metropolitana presenta un mayor indicador de miedo al fracaso y, a la vez, uno menor en empre-

dimiento como carrera deseable contrastado con el país.

Siguiendo con el análisis, no se presentan diferencias significativas en la variable de reconocimiento de emprendedores exitosos, es decir, los emprendedores que logran forjar su carrera son igualmente reconocidos a nivel nacional como regional. Un aspecto a destacar es que a nivel del país hay una mayor atención de los medios de comunicación hacia el emprendimiento comparado con la Región Metropolitana. Esto puede deberse a programas de televisión que muestran iniciativas emprendedoras a lo largo de Chile, no focalizándose necesariamente en la capital.

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



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

En la **Tabla 2.2** se analizan los factores de influencia en la percepción de los encuestados según su etapa de emprendimiento. Solo se consideran, para el análisis de resultados, el

porcentaje de respuestas afirmativas. Se puede decir que no se observan diferencias significativas entre las mediciones nacionales y la Región Metropolitana.

Tabla 2.2: Factores de influencia en la percepción de los encuestados según etapa de emprendimiento

	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?					
Región Metropolitana	40%	73%	68%	86%	63%
Chile	38%	69%	67%	80%	61%
¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?					
Región Metropolitana	68%	73%	76%	77%	58%
Chile	65%	71%	75%	72%	62%
¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?					
Región Metropolitana	52%	86%	86%	86%	89%
Chile	53%	87%	87%	87%	87%
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?					
Región Metropolitana	36%	26%	24%	26%	29%
Chile	36%	23%	24%	21%	24%

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Los datos muestran que, en la Región Metropolitana, a excepción de los emprendedores establecidos, todos los encuestados en otra etapa de emprendimiento tienen la percepción de que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio dentro de la región.

En relación a la pregunta de si considera que tiene los conocimientos, habilidades y experiencia necesaria para iniciar un nuevo negocio, los resultados de la Región Metropolitana no presentan variación frente a la medición nacional.

En los emprendedores establecidos, dentro de la Región Metropolitana, el miedo al fracaso es cinco puntos porcentuales mayor que la percepción nacional. Esta tendencia se arrastra desde el ciclo anterior, esto puede deberse a que los emprendedores que tienen sus negocios en la capital son propensos a pensar que el miedo les impediría comenzar un nuevo negocio.

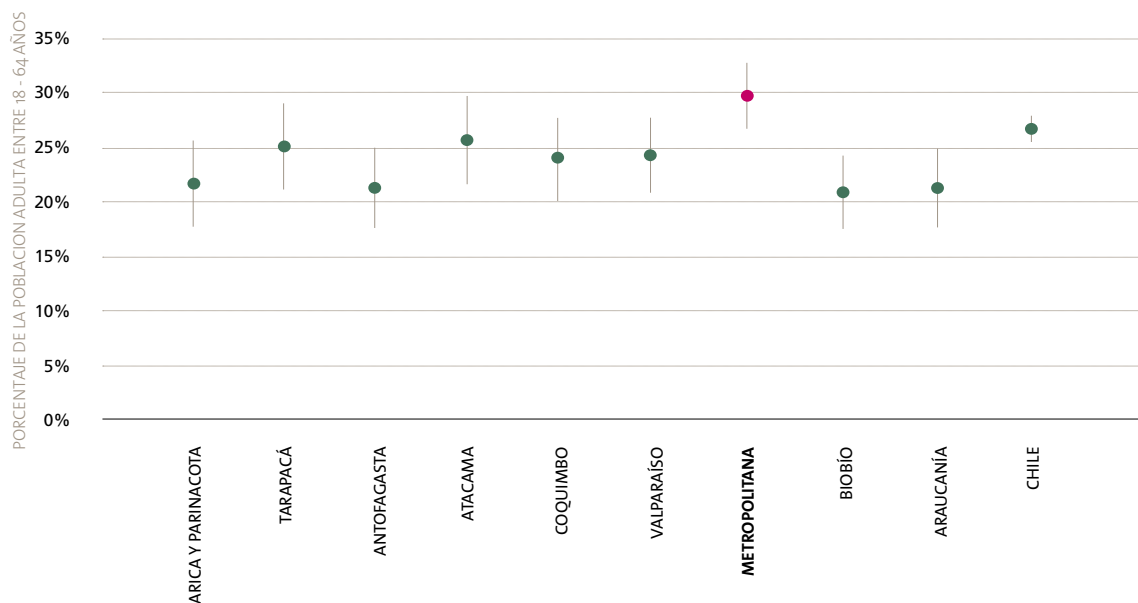
Actividades emprendedoras 2.2

Según la definición del GEM, la actividad emprendedora se contextualiza como: aquellos nuevos emprendedores que participan en la creación de un nuevo negocio; los emprendedores dueños de nuevos negocios y, finalmente, quienes ya poseen un negocio establecido.

En la siguiente sección del reporte se analizarán los resultados obtenidos para los emprendedores de la Región Metropolitana comparado con el resto del país.

La **Figura 2.2** muestra la actividad emprendedora en etapas iniciales de las regiones que participaron en el ciclo 2014. El año 2013, la Región Metropolitana estaba por sobre el promedio general de Chile, con un 25,8% de la población adulta que manifestaba estar involucrada en algún tipo de actividad emprendedora en etapas iniciales, contra un 24,3% que era el promedio nacional.

● **Figura 2.2: Actividad emprendedora en etapas iniciales en las regiones participantes en Chile, en 2014**



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Para este año se observa la misma tendencia, la Región Metropolitana se encuentra nuevamente sobre el promedio nacional con un 29,9% frente a un 26,8% de población adulta que manifiesta estar involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales.

La **Tabla 2.3** muestra los porcentajes de la actividad emprendedora según la etapa del proceso emprendedor, dividido por zona geográfica. Como se puede apreciar, en el caso de actividad emprendedora naciente, la Región Metropolitana se encuentra por sobre el resto de las regiones con un 19,1%, seguido de Atacama, con un 18,5%. Luego lo sigue el promedio nacional, que es de un 16,6%. La misma relación se da al medir el promedio de aquellos que declaran ser nuevos negocios, gerentes y propietarios, en donde la Región Metropolitana asciende a un 11,4%, seguido por Coquimbo

con un 11,35%. Sin embargo, para emprendedores establecidos, se encuentra muy por debajo del promedio nacional con un 7,4% versus un 8,79%, destacando la Región del Biobío con un 11,8%. Esto puede deberse a que los emprendedores establecidos migran de la Región Metropolitana para capturar nuevos clientes o, simplemente, porque las regiones son menos competitivas.

En relación a la tasa de discontinuación de los negocios, que incluye aquellos negocios que cierran definitivamente y aquellos que cambiaron de propiedad, es mayor dentro de la Región Metropolitana que a nivel nacional, ya que ésta asciende a un 8,3% y, en la Región Metropolitana, alcanza un 9,11%. Es decir, los negocios dentro de la capital mantienen su actividad en menor medida que en el resto del país.

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

REGIÓN	Actividad Emprendedora Naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase Inicial de Actividad Emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación
Arica y Parinacota	13,36	8,60	21,73	8,65	4,90
Tarapacá	15,62	9,95	25,16	7,89	7,90
Antofagasta	13,82	8,00	21,36	5,72	5,07
Atacama	18,52	7,42	25,73	8,95	5,59
Coquimbo	13,18	11,35	23,92	9,55	5,78
Valparaíso	14,49	10,67	24,35	9,13	6,27
Metropolitana	19,18	11,40	29,93	7,44	9,11
Biobío	11,23	9,89	20,95	11,82	7,55
Araucanía	11,26	10,57	21,42	10,54	5,85
Chile	16,61	11,05	26,83	8,79	8,32

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Motivaciones emprendedoras

Para poder determinar si el emprendimiento es un indicador positivo o negativo dentro de un país se debe realizar el análisis de cuáles son los motivos para emprender. La idea de emprender una nueva empresa surge de la iniciativa y decisión, es decir, nace de una idea de iniciar algo. Sin embargo, el modelo del GEM distingue entre dos tipos de motivación: aquellos emprendedores que lo hacen por oportunidad y aquellos por necesidad.

El primero tiene relación con el aprovechar una ocasión específica dentro de un mercado y desarrollar un nuevo negocio. Estos emprendedores materializan una idea de una empresa con potencial de crecimiento, esto puede nacer luego del proceso de observar un mercado específico o, simplemente, ver una oportunidad de mejora a un problema. Algunas de las razones que impulsan este tipo de emprendimiento es incrementar el nivel de ingresos o el deseo de tener mayor independencia.

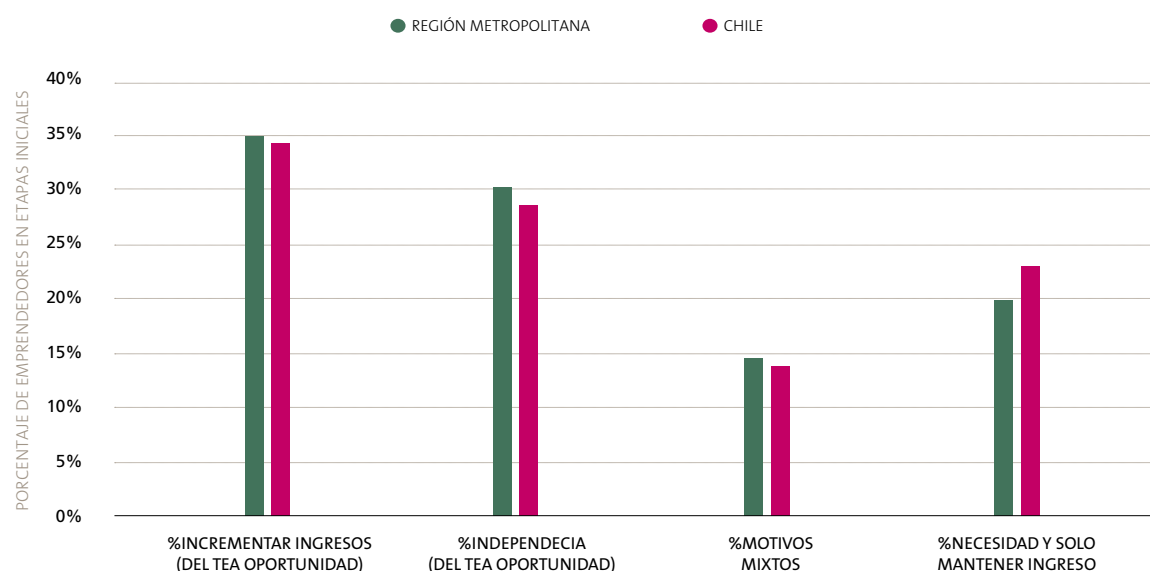
Por otra parte, un emprendimiento motivado por necesidad se lleva a cabo cuando el emprendedor declara no haber tenido una mejor opción

de trabajo, puede ser motivado para enfrentar alguna necesidad financiera o por salir del desempleo. Estos emprendedores no necesariamente tienen un conocimiento total del mercado al que están entrando, sino más bien que se ven forzados a desarrollar su propio negocio.

En la **Figura 2.3** podemos observar que la Región Metropolitana se comporta de manera similar que el país. Es decir, alrededor del 35% de los emprendedores en etapas iniciales declara emprender para mantener los ingresos, mientras que el 30% declara hacerlo para obtener mayor independencia, un 14% por motivos mixtos y un 19% por necesidad y solo mantener ingresos, este último grupo está por debajo de la medición nacional, en donde alcanzó un 23%.

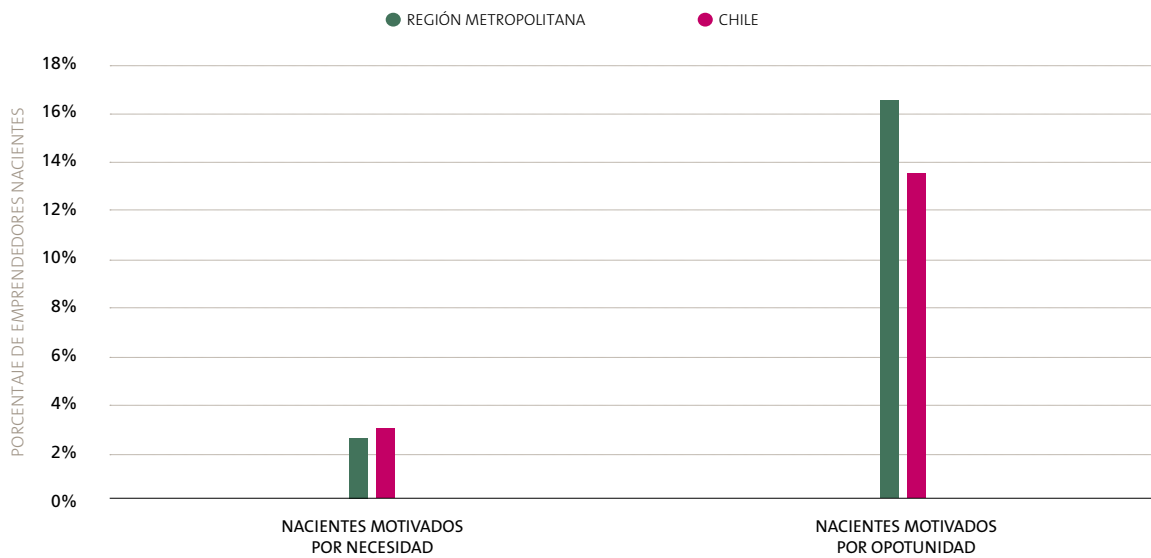
Como se observa en la **Figura 2.4**, el 3% de los emprendedores en etapas iniciales, tanto para Chile como para la Región Metropolitana, declara haber comenzado un negocio por necesidad, es decir, estos emprendedores nacientes no tenían una mejor opción de empleo. Mientras que, por oportunidad, para la Región Metropolitana fue de un 16,5% y, para Chile, un 13,6%.

● **Figura 2.3: Balance de las motivaciones para emprender en etapas iniciales**



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Figura 2.4: Balances de las motivaciones para emprendedores nacientes



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Distribución por sectores

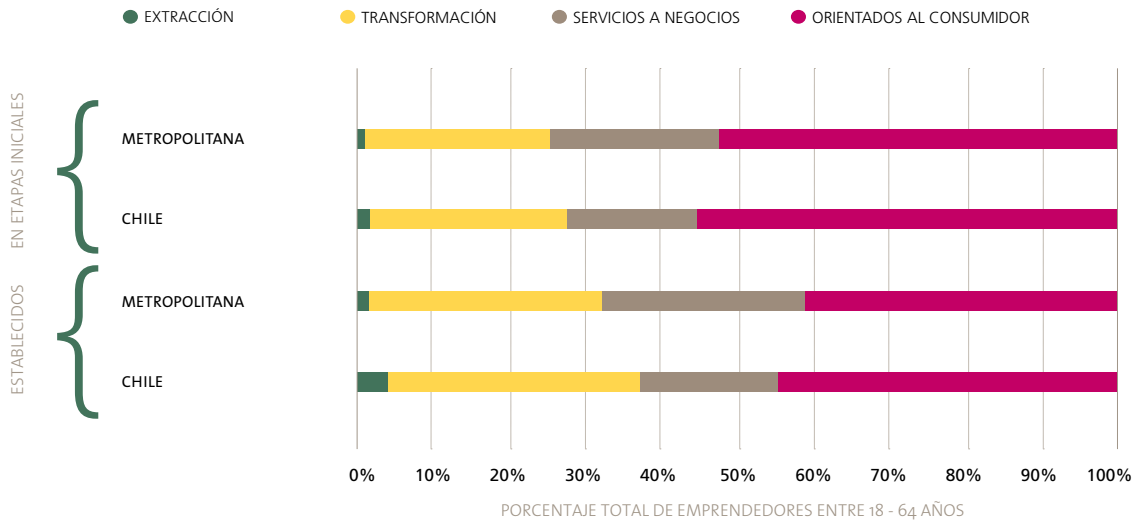
En la **Figura 2.5** se muestra la distribución por sectores, en emprendimientos tanto para etapas iniciales como establecidos. Es posible apreciar que en la Región Metropolitana, al igual que a nivel nacional, se enfoca, principalmente, en servicios o productos orientados al consumidor. Sin embargo, existe una diferencia en emprendedores establecidos con respecto a la medición de Chile. En la Región Metropolitana, el 27% de ellos se orienta al sector de servicios financieros, mientras que, a nivel nacional, es solo un 18%. En cuanto a emprendedores en etapas iniciales se da la misma situación, 17% a nivel nacional y 22% a nivel regional para servicios financieros, siendo menor la brecha pero manteniéndose la relación. Tanto para la Región Metropolitana como para Chile, a nivel TEA y establecidos, el sector con menor participación es el de la extracción.

Edad y género

En las **Figuras 2.6 y 2.7** se muestra la distribución, a nivel porcentual, de las edades de los emprendedores. Para aquellos en etapas iniciales, el 30% se encuentra dentro del rango de 25-34 años, seguido por 35-44 y 45-54, ambos con un 24%. Se aprecia que se da en menor proporción en edades de los extremos menores (18-24, con 11,7%) y mayores (55-64, con 9,3%). En el caso de los emprendedores establecidos, al igual que a nivel nacional, se ve mayor proporción en edades avanzadas. Así, el 31% de ellos declara estar entre los 55-64 años, seguido por un 26% entre 45-54 años.

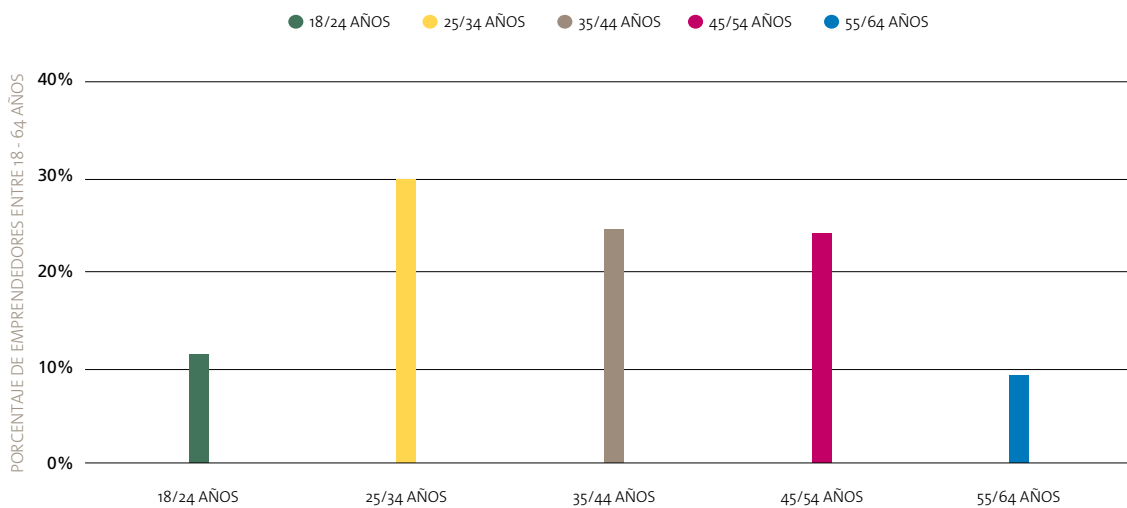
La **Figura 2.8** muestra la relación, según género, de los emprendedores. En etapas iniciales, un 35% son hombres, mientras que solo el 25% son mujeres. Para emprendedores establecidos también es mayor la proporción de hombres, con un 9% de hombres versus el 6% de mujeres.

Figura 2.5: Distribución por sectores en emprendimientos en etapas iniciales y establecidas



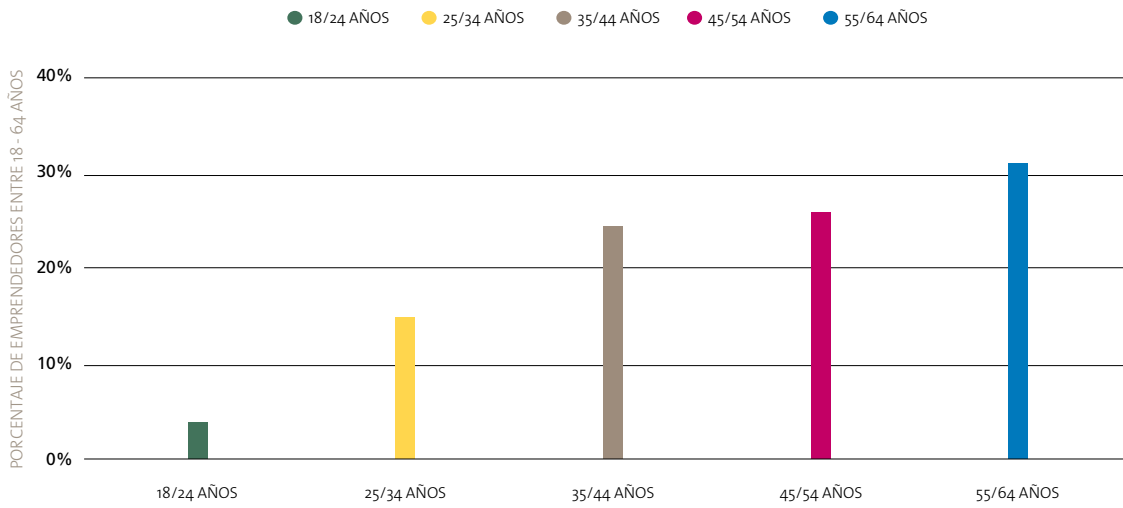
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Figura 2.6: Emprendimientos en etapas iniciales, según grupo de edad



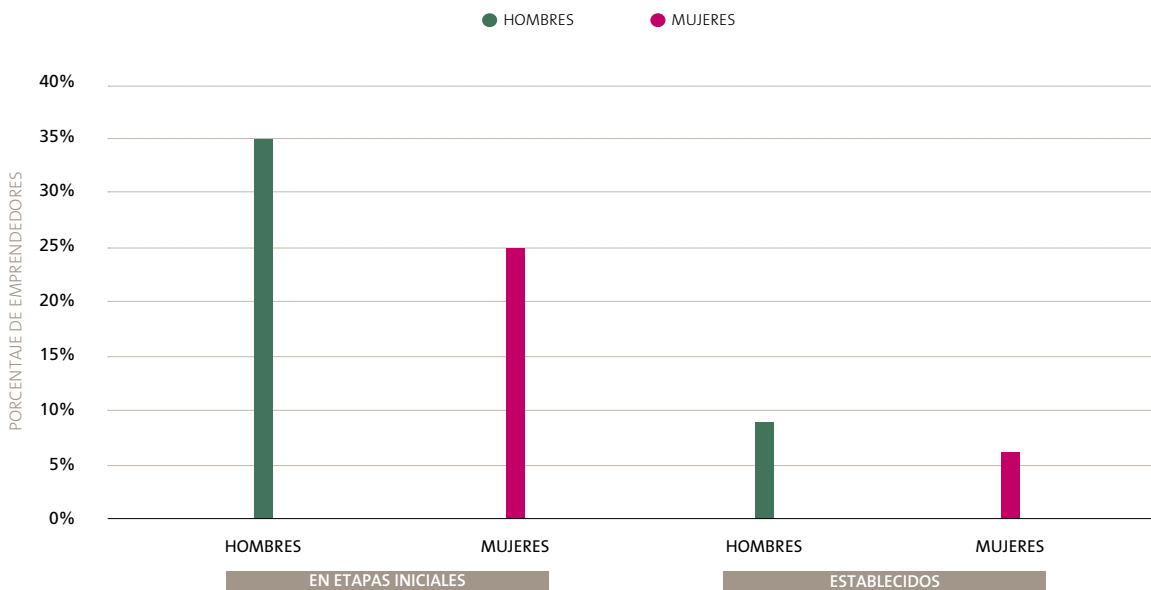
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Figura 2.7: Emprendimientos establecidos, según grupo de edad



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Figura 2.8: Emprendimientos en etapas iniciales y establecidos, según sexo



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Nivel educacional

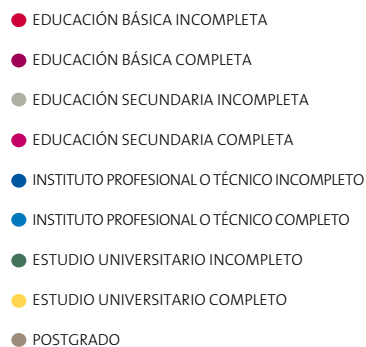
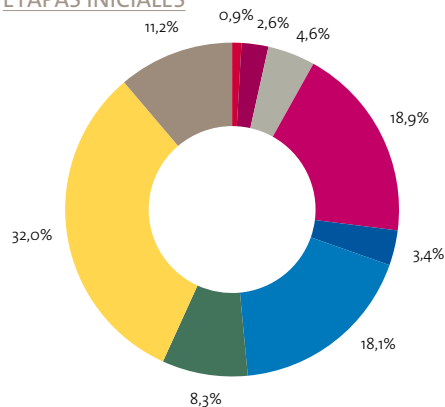
La **Figura 2.9** muestra la distribución de los emprendedores en lo que respecta a la educación formal. Para esto, se aplican las nueve categorías que son comúnmente utilizadas en Chile. Es posible notar que, para los emprendedores en etapas iniciales, el 32% declara tener educación universitaria completa, el 19% educación media completa, el

18% instituto profesional o técnico completo y solo un 11% reconoce tener como grado académico máximo alcanzado un postgrado.

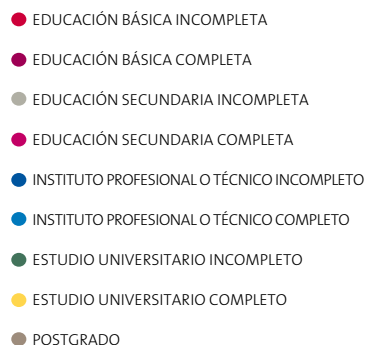
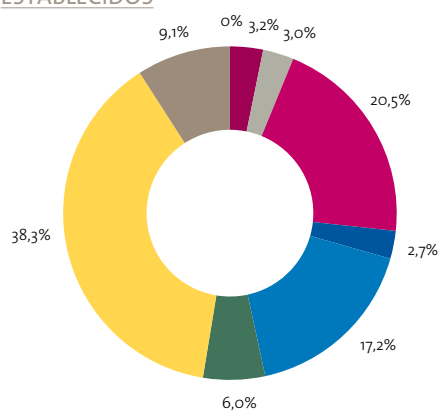
Para emprendedores establecidos se observa que el 38% reconoce que su grado máximo de educación formal es universitaria completa, 21% educación secundaria completa, un 17% educación técnica o profesional completa y un 9% señala tener un postgrado.

Figura 2.9: Proporción del nivel de estudios en actividad emprendedora

ETAPAS INICIALES



ESTABLECIDOS



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Nivel de ingresos

La **Figura 2.10** muestra la diferencia del nivel de ingresos entre los emprendedores para la Región Metropolitana y Chile. Para emprendedores en etapas iniciales se observa una mayor proporción dentro de la región que para Chile, un 40% frente a un 30% declara pertenecer al estrato socioeconómico ABC1. En los niveles C2 y C3 se comportan de manera similar y, finalmente, para aquellos que declararon pertenecer al estrato E, es mayor la frecuencia a nivel nacional, un 6% frente a un 3% en la Región Metropolitana.

La frecuencia de emprendedores establecidos en el estrato ABC1 tiene un diferencial de 21 puntos porcentuales con respecto a la medición nacional, esto es una diferencia significativa. Para C2, la medición nacional es de un 21% frente a un 14% en la Región Metropolitana. Es posible afirmar que los emprendedores en la región, tanto en TEA como establecidos, se ubican en rangos de ingresos superiores que la media nacional.

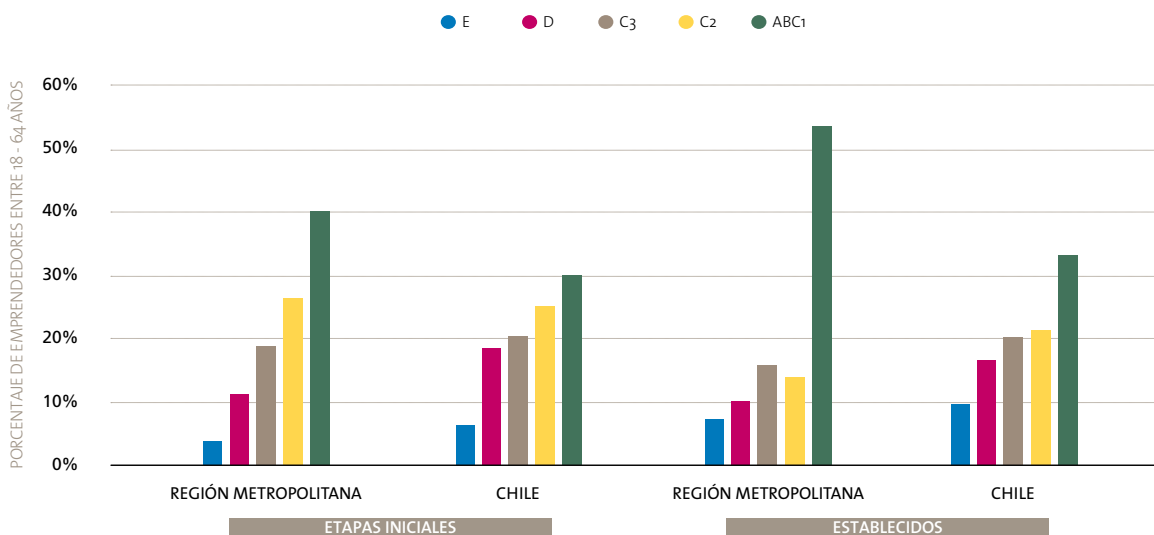
Situación laboral de los emprendedores

No hay diferencias significativas en cuanto a actividad emprendedora, según actividad, entre la Región Metropolitana y Chile. Es decir, para emprendedores establecidos, un 83% se declara auto empleado en ambos casos y, para etapas iniciales, entre un 46%-50%, respectivamente. Las mediciones se pueden observar en la **Figura 2.11**.

Descontinuación de los negocios

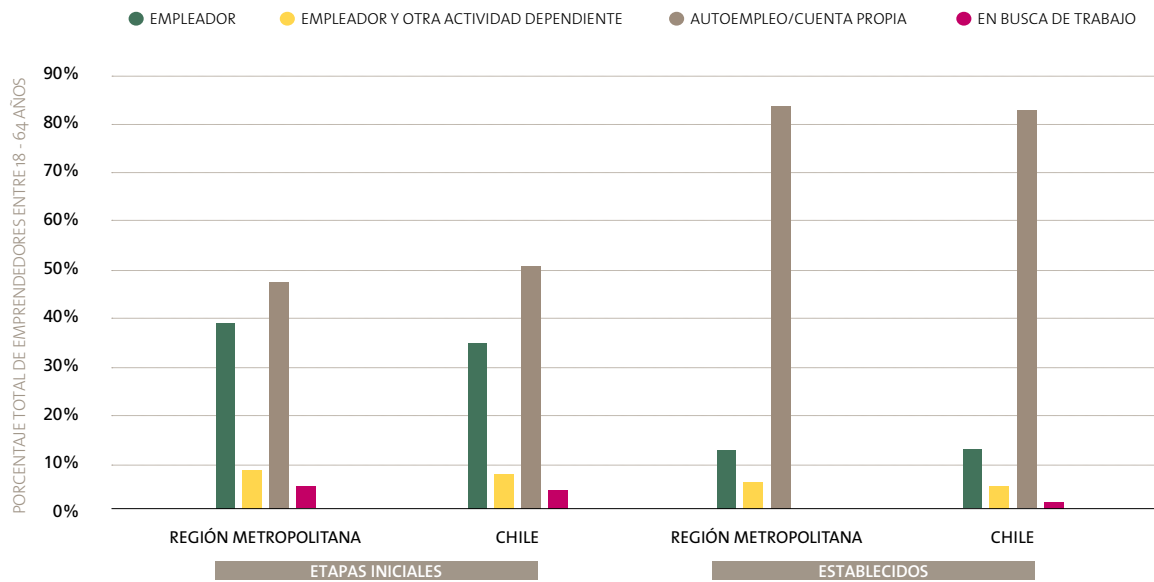
Todo ciclo tiene su fin y el emprendimiento no es la excepción. En la **Figura 2.12** se puede visualizar las principales razones de la descontinuación de los negocios en la Región Metropolitana y el país. El 33% declara descontinuar su empresa por razones personales, cifra muy similar a Chile (30%), seguido de un 25% que declara haber tomado la decisión por escasa rentabilidad. Si bien dentro de la Región Metropolitana resulta más fácil conseguir financiamiento, el 22% declara haberse retirado por problemas para conseguirlo, medición muy cercana al 24% a nivel nacional.

Figura 2.10: Actividad emprendedora, según ingreso familiar



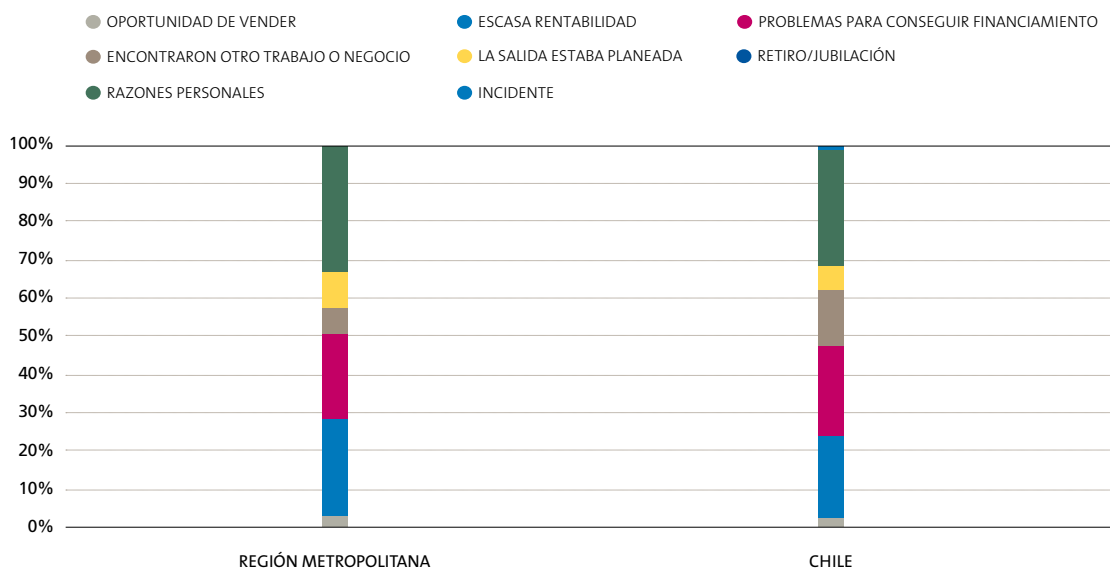
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Figura 2.11: Actividad emprendedora, según tipo de empleo



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Figura 2.12: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Aspiraciones emprendedoras 2.3

A continuación se presentarán los principales resultados en relación a las aspiraciones de los emprendedores de la Región Metropolitana. Dentro del modelo del GEM, las aspiraciones comprenden las expectativas de alto crecimiento y otros indicadores como innovación dentro de los emprendimientos medidos como productos nuevos, utilización de alta tecnología y potencial de expansión del mercado.

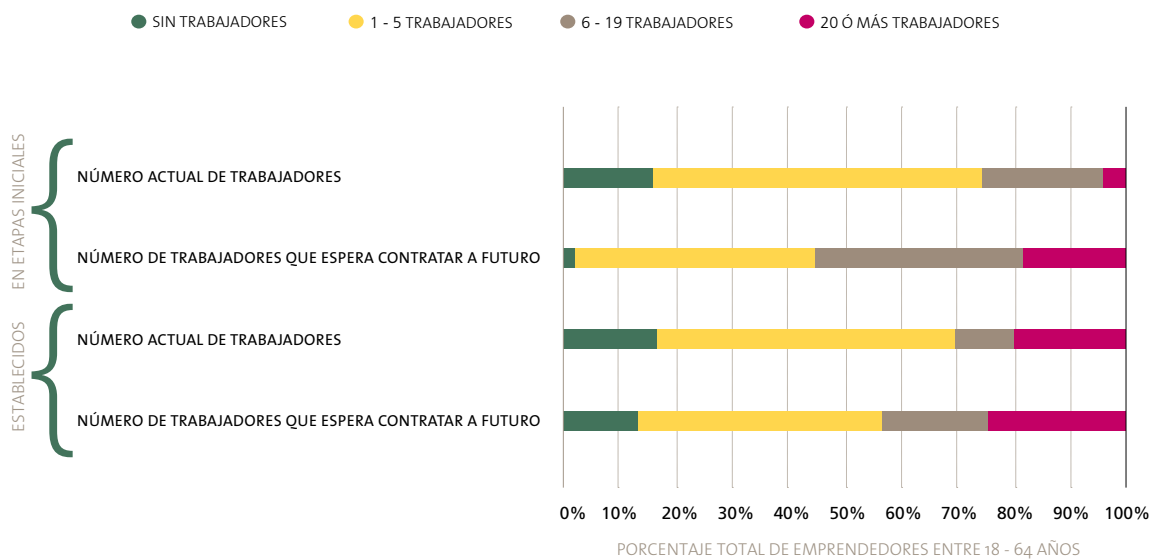
Expectativas de alto crecimiento

Una de las mediciones que realiza el GEM, en términos de expectativas de alto crecimiento, es determinar las aspiraciones de los emprendedores en relación a la expectativa esperada de crecimiento. Por esta razón, se le solicita a los encuestados, que declaran ser emprendedores tanto en etapas iniciales como establecidos, su número actual de trabajadores y el número de trabajadores que esperan contratar en un hori-

zonte de tiempo de cinco años. El GEM considera que una alta expectativa de crecimiento está dada por aquellos emprendedores que manifestaron la intención de contratar más de veinte empleados dentro de ese horizonte de tiempo.

Como se puede observar en la **Figura 2.13**, para la Región Metropolitana, el 42,7% de emprendedores en etapas iniciales pretende contratar de 1-5 trabajadores en los próximos cinco años, mientras que para los emprendedores establecidos la cifra corresponde a un 43,1%, ambas cifras muy cercanas al nivel nacional que se ubica entre un 45% y 47%, respectivamente. En cuanto a aquellos con altas expectativas, es decir, veinte trabajadores o más, un 18% de los emprendedores en etapas iniciales espera llegar a ese nivel de contratación, mientras que para los emprendedores establecidos la cifra es mayor, con un 25%. A nivel nacional, la variable se comporta de manera similar para los emprendedores en etapas iniciales, mientras que es menor para los emprendedores establecidos.

● **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), 2014.

Orientación a la innovación

Las Figuras 2.14 y 2.15 muestran el comportamiento de la actividad emprendedora en relación a la innovación y a la competitividad. Para este propósito se analizan dos factores: el primero tiene relación con la novedad de los productos ofrecidos y, el segundo, con la competencia esperada que existe en el mercado y que perciben los emprendedores.

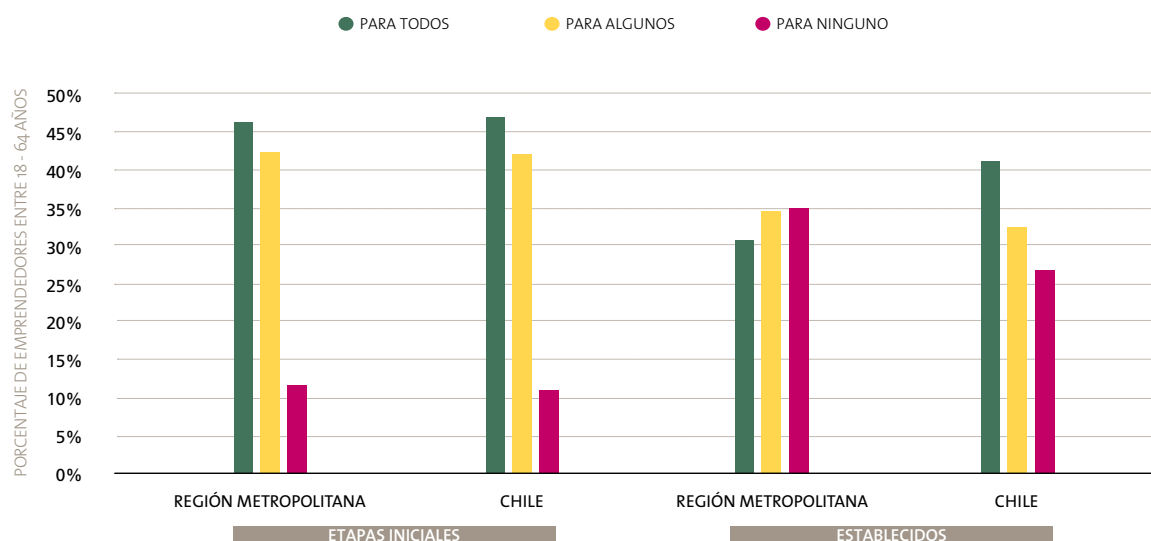
Como se observa en la Figura 2.14, se puede afirmar que, en la Región Metropolitana, un 46% de los emprendedores en etapas iniciales cree que el producto o servicio que ofrece es nuevo para todos, mientras que esa medición, para Chile, es de un 47%. En cuanto a emprendedores establecidos, en la Región Metropolitana el 31% de ellos piensa que el producto resulta nuevo para todos y, a nivel nacional, esta cifra es mayor, con un 41%.

En relación a los competidores, la Región Metropolitana se comporta de manera similar al país. El 49% de los emprendedores en etapas iniciales dice tener algunos competidores mientras que, para Chile, es un 48% y, para los emprendedores establecidos, un 37% dice tener algunos competidores y, a nivel nacional, la cifra llega a un 35%.

Utilización de nuevas tecnologías

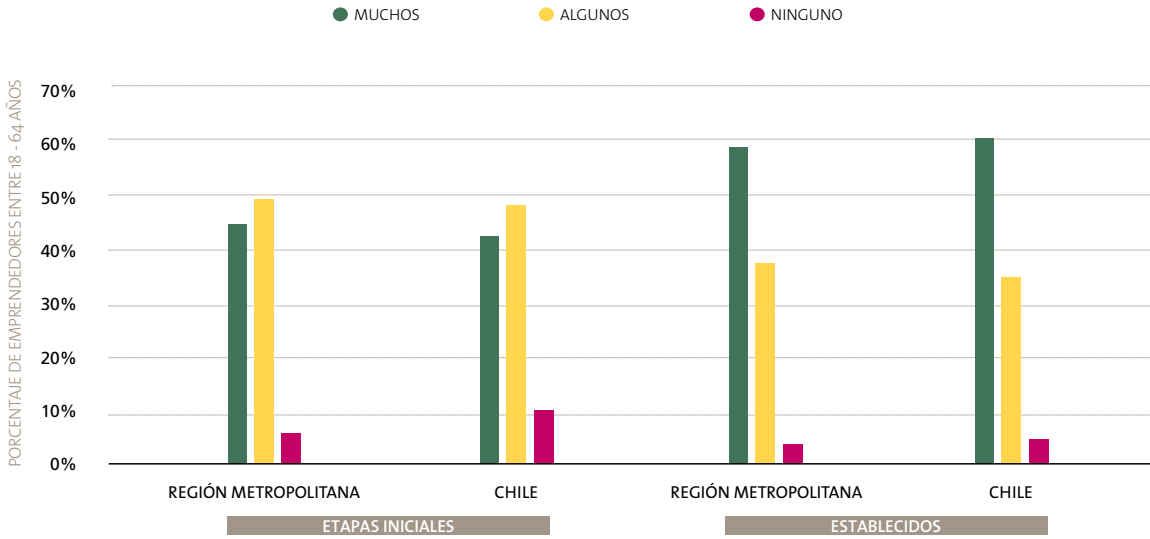
En relación a la tecnología utilizada, como se observa en la Figura 2.16, se puede apreciar, tanto para la región como el país, que la gran mayoría de los encuestados declara no utilizar nuevas tecnologías dentro de sus procesos productivos. Incluso, el 85% de los emprendedores establecidos en Chile declara no tener nuevas tecnologías y, dentro de la región, es un 80%. Es importante recordar el costo asociado a la tecnología el que conlleva que algunos emprendedores deciden optar por no adoptar nuevos desarrollos de estas.

Figura 2.14: **Novedad de los productos o servicios ofrecidos**
¿Qué tan nuevo es su producto o servicio para sus clientes?



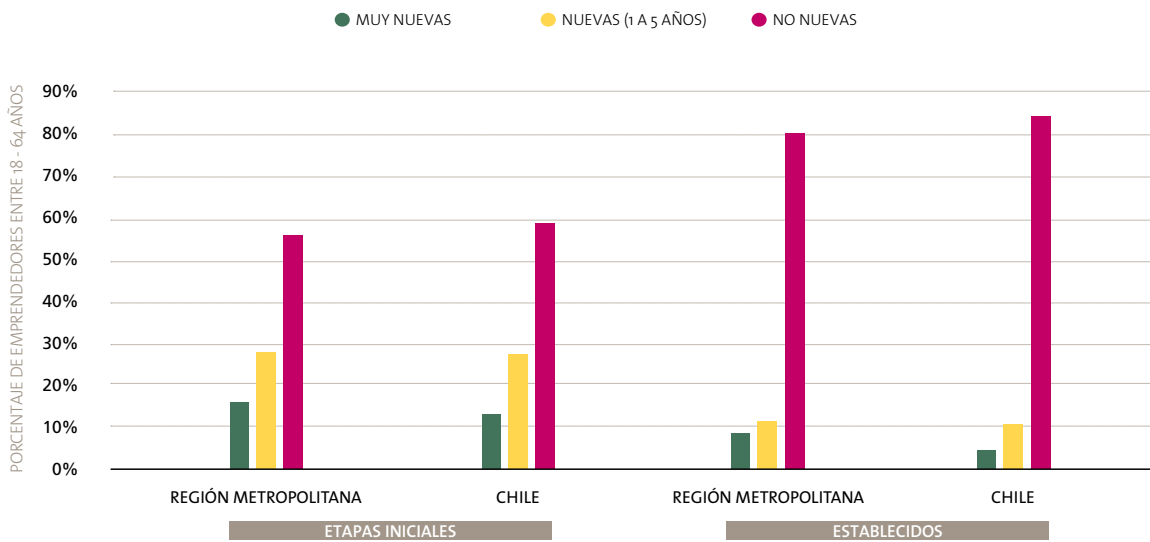
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

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



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

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), 2014.

Potencial de expansión de mercado

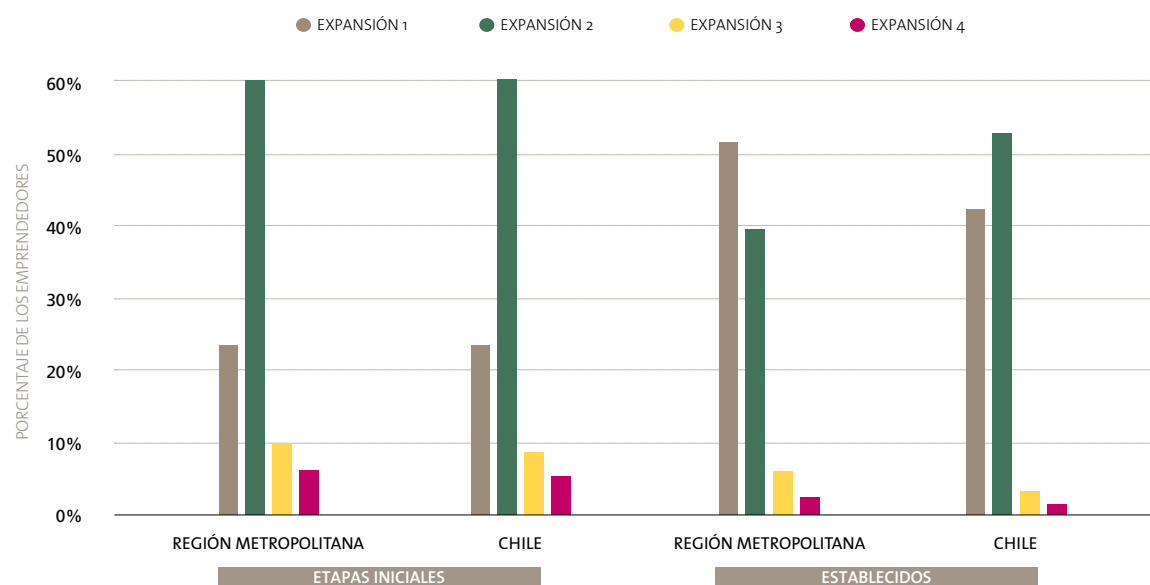
La **Figura 2.17** muestra cuatro categorías graduales respecto a la expansión de mercado. Esta medición se hace de 1 a 4, en donde 4 indica el máximo impacto en cuanto a términos de expansión de mercado, 3 indica algún potencial de mercado considerando el uso de las tecnologías, 2 indica algún potencial de mercado pero sin uso de las tecnologías y 1, finalmente, representa poca o escasa expansión de mercado.

Es posible observar que, al igual que para Chile, para la Región Metropolitana la gran mayoría de los emprendedores, ya sea en etapas iniciales o establecidos, declara tener nivel de expansión 2, es decir, potencial de mercado

pero sin uso de las tecnologías como se señaló en el apartado anterior.

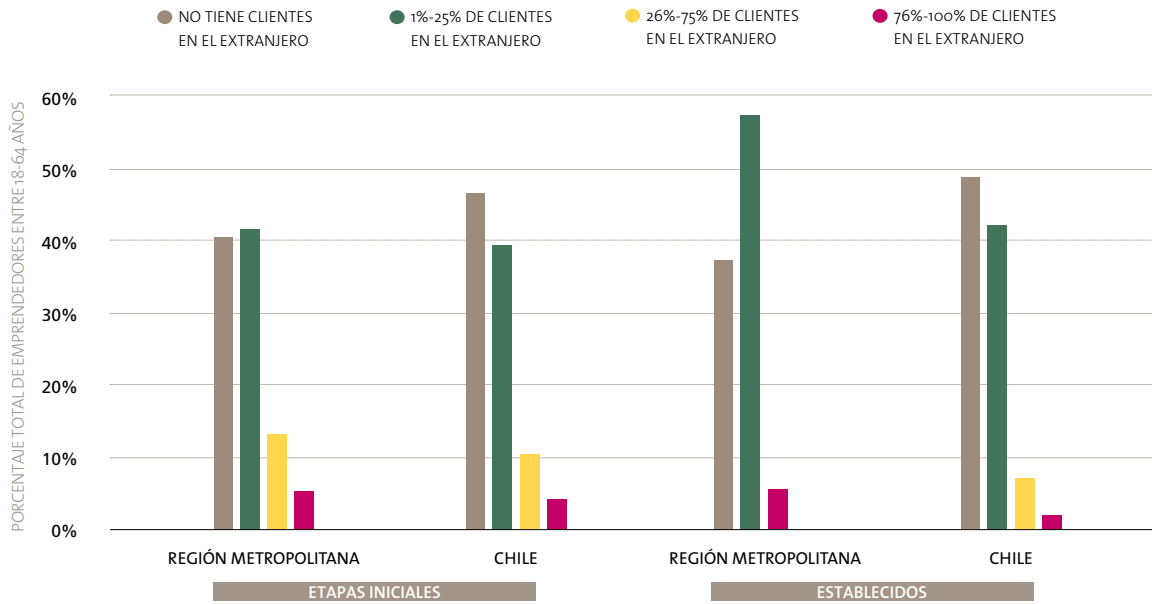
Una forma de medir las aspiraciones de los emprendedores se relaciona con la orientación de ellos hacia los mercados internacionales. Es posible ver, en la **Figura 2.18**, que el 57% de los emprendedores establecidos en la Región Metropolitana posee entre 1%-25% de clientes en el extranjero, muy por encima de la medición nacional, que llegó a ser de un 42%. También, en emprendedores en etapas iniciales, el 13% de la región declara tener entre 26%-75% de sus clientes fuera del país, mientras que a nivel del país solo alcanzó el 10%. Esto demuestra que, en términos de orientación a mercados internacionales, la región es más activa que el país.

Figura 2.17: Expectativa de expansión de mercado



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Figura 2.18: Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales y establecidos, según orientación a mercados internacionales



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

Factores del ecosistema para emprender en la Región Metropolitana

03

La actividad emprendedora depende de una serie de factores que previamente se denominaron “condiciones de la actividad emprendedora”. Son estos factores los que proporcionan los lineamientos en donde se desenvuelven las nuevas empresas y, por lo tanto, son las que finalmente determinan el ecosistema para el emprendimiento.

La Encuesta Nacional de Expertos fue diseñada para estudiar las condiciones en donde se realiza

el emprendimiento. Esta encuesta recopila la evaluación respecto a condiciones nacionales y regionales de un grupo de informantes claves en las distintas dimensiones de la actividad emprendedora.

En este capítulo se analizará la evaluación de las condiciones del ecosistema para el emprendimiento para la Región Metropolitana. La **Tabla 3.1** describe las nueve condiciones de la actividad emprendedora.

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

Apoyo financiero

Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo subvenciones y subsidios. Esto incluye toda la cadena de financiamiento, desde capital semilla (nuevos emprendimientos) hasta mercados de capitales sofisticados (grandes empresas).

Políticas gubernamentales

Se refiere al grado en que las políticas del gobierno (reflejadas en regulaciones e impuestos) y la aplicación de éstas tienen como objetivo:

- > el apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento y
- > ser neutras entre el efecto que ocasionan a las nuevas empresas y a las ya establecidas.



🕒 **Tabla 3.1: Condiciones de la actividad emprendedora**

Programas de gobierno	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.
Educación para el emprendimiento	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.
Transferencia de I+D	Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales y si estas están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas y aquellas en crecimiento.
Infraestructura comercial y profesional	Se refiere, tanto a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, como a la existencia de instituciones que promueven el surgimiento de negocios nuevos, pequeños o en crecimiento.
Apertura del mercado interno	Se refiere a la medida en que las prácticas comerciales habituales y el marco regulatorio son suficientemente flexibles en su aplicación, de modo de facilitar (o no impedir) que las firmas nuevas y en crecimiento puedan competir y, eventualmente, reemplazar a los proveedores actuales.
Acceso a la infraestructura física	Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un precio y oportunidad tal, que no representen una discriminación para las firmas nuevas, pequeñas o en crecimiento.
Normas sociales y culturales	Se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan o desalientan acciones individuales que puedan llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

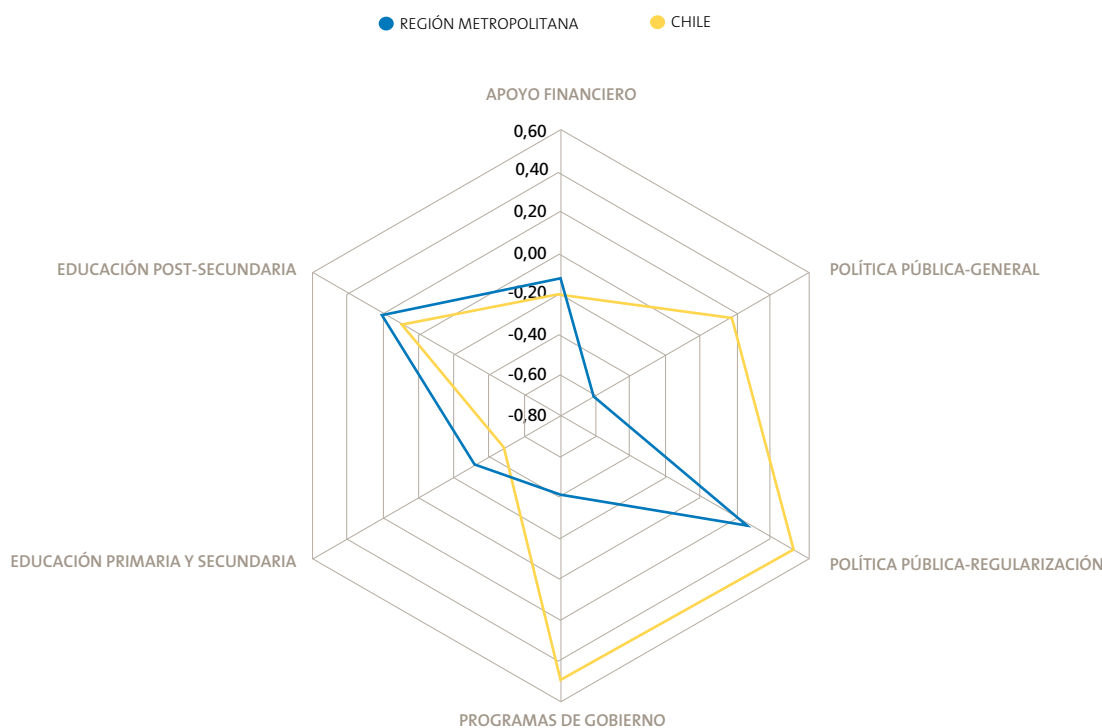


Para realizar la evaluación de los nueve factores mencionados se aplica una encuesta estandarizada a personas que son considerados “expertos”, es decir, aquellas personas que poseen conocimientos claves sobre emprendimiento, ya sea por su trayectoria académica, por ser actores sociales o poseer conocimientos de políticas públicas, entre otros. En el ciclo 2014 participaron treinta y nueve especialistas de la Región Metropolitana. La primera parte de la encuesta está diseñada para que sea respondida en escala Likert de cinco puntos, significando el cinco que el encuestado está completamente de acuerdo con la afirmación y, el uno, que está completamente en desacuerdo con ella.

Análisis general de las condiciones del ecosistema emprendedor 3.1

Algunas de las variables previamente mencionadas se pueden dividir en sub-variables, de manera de obtener información más específica (Levie y Autio, 2008). Entre estas sub-divisiones se encuentra, para la variable de políticas públicas, que se divide entre general y de regularización; educación para el emprendimiento, dividida entre básica y superior y, finalmente, apertura al mercado interno, que se divide entre dinamismo de mercado y apertura del mercado interno. Por esta razón, finalmente, serán doce categorías. La **Figura 3.1** y **Figura 3.2** muestra

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



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2014.

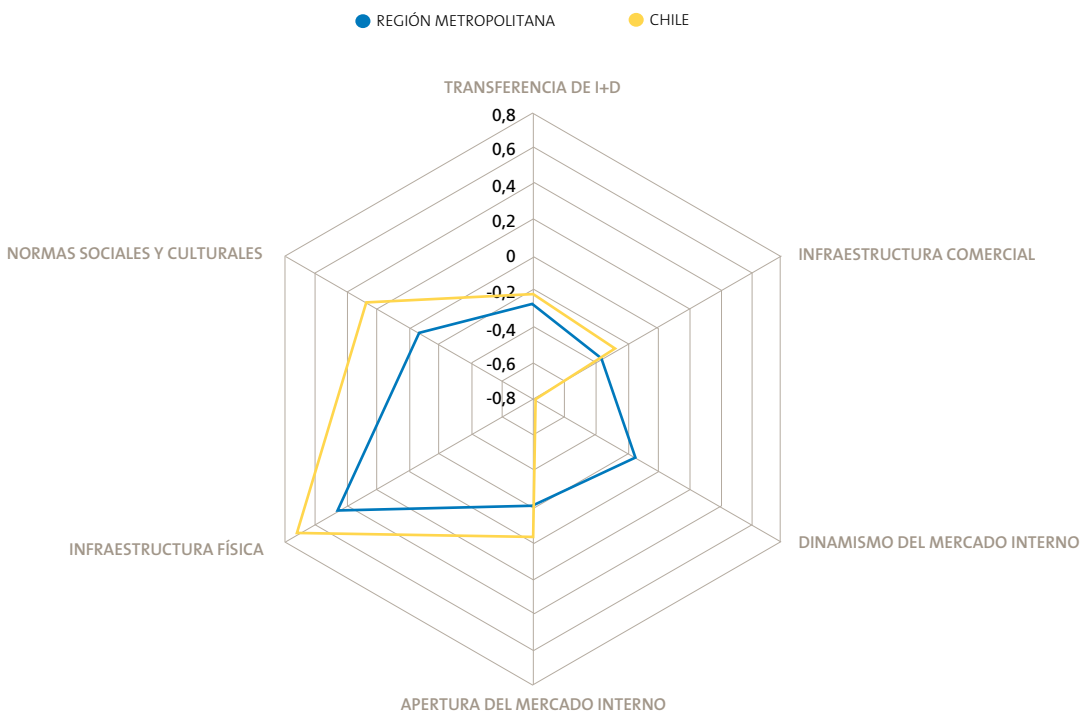
cada una de estas categorías, donde se comparan los valores de la Región Metropolitana con Chile. Se utiliza una escala estandarizada, con media=0, para poder visualizar mejor las diferencias existentes.

Al igual que en el ciclo anterior, en la dimensión de apoyo financiero está mejor evaluada la Región Metropolitana que Chile en general. Eso se debe a que la gran mayoría de los capitales se encuentra concentrado en la Región Metropolitana, sin embargo, la diferencia no logra ser significativa. En cuanto a política pública general y de regularización, el país está evaluado positivamente. Por su parte, la Región Metropolitana presenta índices menores, eso se debe principalmente a que los expertos no ven reflejadas

las políticas públicas en temas de regularizaciones e impuestos y que no están cumpliendo el objetivo de apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento. Lo mismo sucede en programas de gobierno, en donde la región tiene un índice menor comparado con el país, siendo posible decir que los expertos no creen que exista la suficiente cantidad de programas para ayudar, de forma directa, a las nuevas firmas y en crecimiento dentro de la región.

En cuanto a las últimas dos dimensiones, educación primaria y secundaria están mejor evaluadas para la Región Metropolitana comparado con el nivel nacional, esto se debe a los esfuerzos de inculcar el emprendimiento en las aulas, enseñando conocimientos y habilidades.

● **Figura 3.2: Contexto para el emprendimiento, en la región Metropolitana y Chile (2/2)**



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2014.

Siguiendo con el análisis, es posible señalar que, en la Región Metropolitana, existe una visión más crítica respecto a la dimensión de transferencia de I+D, al igual que en el ciclo anterior (con una leve diferencia). Esto tiene relación con que los expertos de la región creen, en menor medida, que la investigación y el desarrollo que conducen a generar nuevas oportunidades es levemente mayor a nivel nacional que dentro de la región.

En lo que respecta a la dimensión de infraestructura comercial y profesional, hay una leve diferencia entre Chile y la Región Metropolitana, a pesar de esto, se cree que los servicios entregados por los consultores, subcontratistas y proveedores son similares dentro del territorio nacional.

En dinamismo del mercado interno, la Región Metropolitana es significativamente mayor que Chile, eso se debe a que las prácticas comerciales y el marco regulatorio resulta ser más flexible dentro de la región que fuera de ella, sin embargo, en apertura al mercado interno la región tiene una evaluación más negativa que el país en general.

Generalmente, infraestructura física es una de las dimensiones mejor evaluadas a nivel nacional, debido a que el país cuenta con sistemas de comunicación, servicios básicos y carreteras

accesibles. Los índices son similares entre la región y el país, siendo levemente superior a nivel nacional.

Finalmente, en relación a las normas sociales y culturales, la Región Metropolitana se encuentra bajo la medición nacional, esto se debe a las iniciativas focalizadas de emprendimiento fuera de la región y a que, según los expertos, en gran medida la cultura nacional apoya el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal y otras normas proclives al emprendimiento.

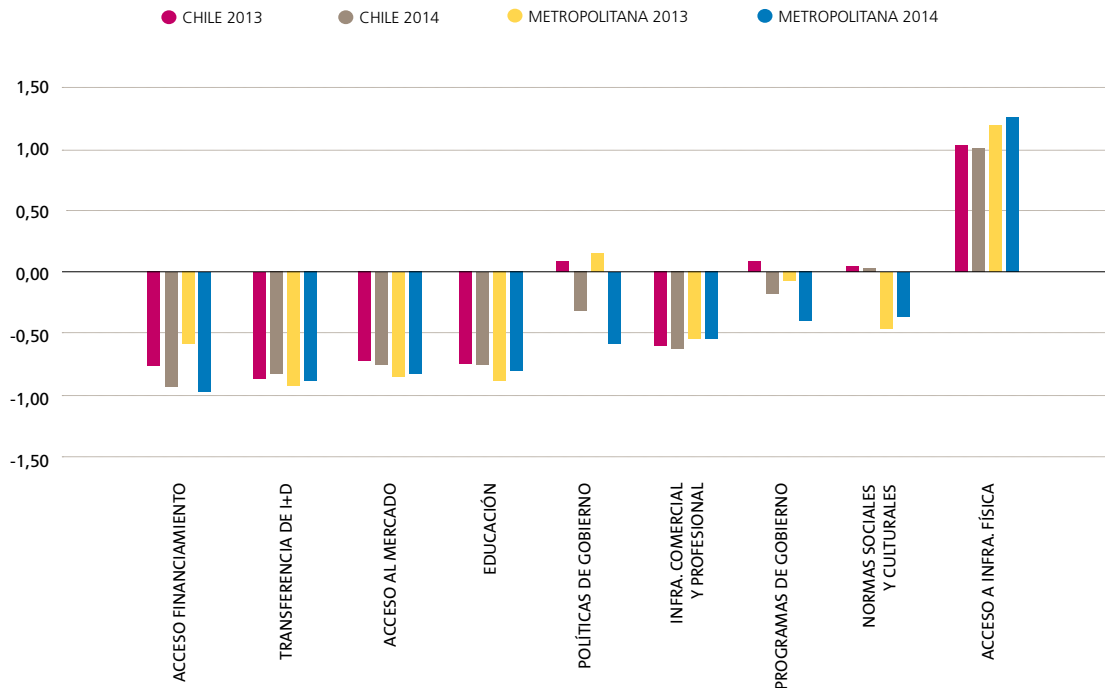
Análisis específico de las condiciones del contexto para emprender en la Región Metropolitana

3.2

Para realizar el análisis en los reportes de Chile se realizará una conversión de la escala Likert, cuyo nivel de respuesta es determinado por el nivel de acuerdo o desacuerdo en que el experto esté con la afirmación. Este índice único fluctúa entre -2,0 y +2,0. Esta metodología tiene la ventaja que permite ordenar las variables comparándolas entre ellas. A continuación se muestra la conversión de una escala a la otra.

Escala de Likert	Conversión	Aporte al emprendimiento
1	-2	Muy bajo
2	-1	Bajo
3	0	Medio
4	+1	Alto
5	+2	Muy alto

Figura 3.3: Evaluación del contexto emprendedor de la región Metropolitana



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2014.

La **Figura 3.3** presenta los resultados de la encuesta para las variables de contexto estudiadas, tanto para los años 2013 y 2014, para la Región Metropolitana y Chile. Como se puede observar, la única dimensión evaluada positivamente es infraestructura física, al igual que en el ciclo anterior. En las demás dimensiones tienen un comportamiento similar con la medición nacional, siendo más crítica en los indicadores de apoyo al financiamiento, políticas y programas de gobierno.

A continuación se presentan las principales conclusiones de cada una de las nueve condiciones evaluadas por los expertos, para este año 2014.

Apoyo financiero para el emprendimiento

La dimensión de apoyo financiero tuvo un retroceso en su valoración con respecto a los años anteriores en donde había presentado un avance positivo en los años 2012 y 2013. Nuevamente, vuelve a ser mal evaluada dado que el 97% de los expertos cree que no hay suficientes fuentes de capital para financiar las empresas nuevas y en crecimiento en la Región Metropolitana, sumado a que el 90% está en desacuerdo de que hay suficientes fondos de capital de riesgo y solo el 12% de los encuestados piensa que existen suficientes fuentes de financiamiento externo para las empresas nuevas y en

crecimiento. Sin embargo, el 23% de los expertos está de acuerdo con que existe suficiente financiamiento procedentes de inversionistas privados y el 34% que existen suficientes subsidios gubernamentales para las empresas nuevas y en crecimiento.

Transferencia de I+D

En comparación con el ciclo anterior, la dimensión de transferencia de I+D tuvo un leve incremento según la percepción de los expertos. A pesar de esto, la totalidad de ellos está de acuerdo en que no existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas. Sumado a esto, el 90% opina que no existen suficientes subvenciones y ayudas gubernamentales para estas empresas nuevas. Solo el 28% de los expertos cree que los conocimientos son eficazmente transferidos desde las universidades y centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.

Apertura del mercado interno

Dentro de apertura al mercado interno se estudia la relación con el dinamismo del mercado y todo aquello que tenga relación con las barreras de entrada al mercado. Esta dimensión no presenta variación comparada con el ciclo anterior. La variable peor evaluada es que el 85% de los expertos piensa que, en la región, las empresas nuevas y en crecimiento no pueden absorber fácilmente los costos de entrada al mercado y el 67% cree que las barreras de entrada son un gran impedimento a la hora de iniciar un negocio. Solo el 21% cree que hay un gran dinamismo, en que los mercados de bienes y servicios cambian drásticamente de un año a otro.

Educación y capacitación para el emprendimiento

Con respecto al ciclo anterior, esta dimensión fue mejor evaluada. Sin embargo, aún la

gran mayoría de los expertos tiene la percepción que hay un largo camino por recorrer en estimular la creatividad, autosuficiencia y la iniciativa personal en la enseñanza primaria y secundaria. También resulta relevante que en los colegios se aporten los conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de economía de mercado, porque aún esto es una debilidad. La educación universitaria tiene mejor evaluación en relación con que son capaces de entregar suficiente atención al espíritu empresas y a la creación de empresas. En gran parte de las universidades y centros de formación dentro de la región se incentiva el emprendimiento como opción de carrera deseable y, por lo mismo, se entregan los conocimientos necesarios para la creación y puesta en marcha de un nuevo negocio.

Políticas de gobierno

Esta dimensión vuelve a tener una opinión desfavorable por parte de los expertos respecto al ciclo anterior que fue positiva debido a que el emprendimiento era una prioridad en la política del gobierno nacional. Para este año uno de los aspectos peor valorados fue que, dentro de la región, los expertos no creen que este tema sea prioridad y que las políticas de gobierno no favorecen claramente a las empresas nuevas y en crecimiento en temas relacionados con licitaciones o compras públicas. Dos de los aspectos mejor evaluados es que las empresas nuevas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales para la puesta en marcha del negocio dentro de una semana y que los impuestos, tasas y otro tipo de regulaciones gubernamentales son aplicados de manera consistente.

Infraestructura comercial y profesional

Esta dimensión no presenta variación en comparación con el año 2013. Sigue la opinión dividida en cuanto a las variables, un 71% de los expertos está de acuerdo que dentro de la Región Metropolitana existen suficientes pro-

veedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento. Sin embargo, solo el 15% creen que estas empresas nuevas son capaces de absorber estos costos. En lo que respecta a buen asesoramiento legal, contable y fiscal, un tercio de los encuestados cree que son de fácil acceso. Ellos manifiestan, también, que uno de los principales aspectos a mejorar dentro de la región es mejorar los servicios bancarios, es decir facilitar la apertura de cuentas corrientes y mejorar y dar soporte a las transacciones comerciales en el extranjero, entre otros.

Programas de gobierno

A pesar que en el ciclo anterior esta dimensión tuvo un avance, para este ciclo presentó un gran retroceso. Esto se debe, principalmente, a que el 54% de los expertos piensa que el número de programas que fomentan la creación de empresas nuevas y en crecimiento no es suficiente, además, la información acerca de las ayudas y programas gubernamentales para la creación de empresas no es accesible. Solo el 31% piensa que los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales relacionados con la creación de empresas son competentes y eficaces en su labor y el 24% cree que son competentes e idóneos para dicho cargo.

Normas sociales y culturales

La percepción de los expertos para este ciclo es desfavorable, sin embargo, está mejor evaluada que en el ciclo anterior. Esto se puede deber a que el 64% de los expertos concuerda con que dentro de la Región Metropolitana la cultura nacional apoya y valora el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal y un 43% cree que enfatiza la capacidad, autonomía e iniciativa personal. Como región, se deben enfocar los esfuerzos en mejorar la creatividad y la innovación y estimular a que los emprendedores se atrevan a asumir riesgos.

Acceso a la infraestructura física

Esta variable es la única que, consistentemente, a través de los años, ha sido evaluada de forma positiva. En todos los aspectos la aprobación supera al 86%, por lo tanto los expertos piensan que, dentro de la Región Metropolitana, las carreteras, telecomunicaciones, etc. proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento. Además, no resulta costoso acceder a sistemas de comunicación, como teléfono e internet. Sumado a esto, las empresas acceden rápidamente a servicios básicos como agua, luz y gas, es decir, dentro del primer mes de operación.

Conclusiones finales

04

La Región Metropolitana de Santiago sigue siendo uno de los principales “polos de atracción” y es, sin duda, el ecosistema de emprendimiento más grande del país. Siendo Chile una economía muy centralizada, no es de extrañar que mucha actividad en torno al emprendimiento suceda en Santiago. Sin embargo, por otra parte, la oferta en el mercado laboral también es más grande por lo que el emprendimiento también “compite” con un mercado más sofisticado en todos los sentidos.

Ahora bien, muchos indicadores analizados bajo la metodología del GEM no presentan diferencias significativas con respecto a otras regiones. Por ejemplo, cuando se analizan las actitudes hacia el emprendimiento, las diferencias promedio son mínimas. Para este ciclo, la evaluación sobre si existe cobertura en medios de comunicación sobre emprendedores es ligeramente menor en la Región Metropolitana pero tampoco es una diferencia muy significativa. Incluso separando en las etapas dentro del ciclo emprendedor no es posible observar muchas diferencias, lo cual es positivo dado que el resto del país también ha tendido a evaluar positivamente los indicadores de valoración social hacia el emprendimiento.

En el ciclo 2014 se confirma una tendencia que se había observado en años anteriores sobre el crecimiento de las tasas de emprendimiento en la región. Si bien, también hay un crecimiento de la tasa de emprendimiento en otras zonas geográficas, la Región Metropolitana está sobre el promedio nacional con la mayor tasa de adultos que se consideran emprendedores. No deja de ser notorio que casi cuatro de cada diez habitantes de Santiago se considere activamente involucrado en algún tipo de actividad emprendedora, sin contar aquellos que también hacen aportes financieros. Algunas diferencias siguen siendo que los emprendedores de la Región Metropolitana suelen poseer mayores niveles educacionales y su nivel socioeconómico estaría sobre el promedio nacional.

Un aspecto que vuelve a destacar son las aspiraciones de los emprendedores en la Región Metropolitana. Ambos grupos de emprendedores, tanto en etapas iniciales como establecidos, mayoritariamente tienen intenciones de crear empleo durante los próximos años. Incluso un grupo no menor, 18% en etapas iniciales y 24% de los establecidos, aspira a generar más de 20 puestos de trabajo.

También se observa que los indicadores de innovación y competitividad son mayores en la Región Metropolitana, lo que otorga un nivel de competitividad relativa mayor, lo cual es natural siendo Santiago, como ya se ha destacado, un mercado mucho más grande y mucho más sofisticado en términos de cantidad y calidad de productos y servicios ofrecidos.

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 con el resto del país. En las otras regiones se observan mejores normas sociales y llama la atención el mayor apoyo relativo de los programas y políticas de gobierno pro-emprendimiento. Esto se puede explicar justamente por el centralismo donde, precisamente, es en las regiones fuera de la Región Metropolitana donde se alcanza más visibilidad de programas y políticas que ayuden a los ecosistemas de emprendimiento locales. Asimismo, la dinámica de mercado es mucho más amplia en Santiago.

En particular, las condiciones del contexto que tienen las menores evaluaciones son el acceso al financiamiento y la transferencia de I+D. Como se había remarcado en los indicadores del ciclo anterior, el déficit de transferencia que existe en I+D en la Región Metropolitana sigue siendo una paradoja dada la gran cantidad de centros de investigación y universidades. Sin embargo, sigue la percepción negativa sobre la incorporación de tecnología o traspaso de la información a los nuevos negocios emergentes. Persiste la percepción de

una gran distancia entre las universidades y centros de investigación con los emprendedores, lo cual se traduce en una muy baja transferencia de investigación y desarrollo.

En relación al financiamiento para el emprendimiento, si bien hay una leve diferencia entre la Región Metropolitana y el resto de las regiones, las percepciones sobre los componentes de apoyo al financiamiento son negativas en todos los casos, siendo los subsidios públicos los que mejor evaluación tienen.

En conclusión, si bien el contexto para emprender se ha mantenido relativamente estable en el año 2014, tanto en el país como en la Región Metropolitana, sigue teniendo áreas de oportunidad muy importantes. Destaca la baja en la opinión positiva en los programas y políticas de gobierno específicos en Santiago. Al mismo tiempo, es notorio que en Chile, principalmente en la Región Metropolitana, la tasa de población adulta que se declara emprendedora siga subiendo. Sin duda, esto hace necesario tomar acciones para seguir mejorando el ecosistema para el emprendimiento de la Región Metropolitana, en donde más emprendedores están realizando sus actividades. Se debe apuntar hacia mecanismos que ayuden a crecer y ser más competitivos a estos emprendimientos y, con esto, mantener la excelente imagen que Santiago ha ido ganando como, polo internacional pro-emprendimiento.

Más y mejor emprendimiento es fundamental para que las emprendedoras y emprendedores que viven y trabajan en Santiago aporten de forma sustantiva al crecimiento y desarrollo del país.

Referencias

05

- > Acs, Z. J. & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305-322.
 - > Álvarez, C., Urbano, D. & Amorós, J. E. (2014). The GEM Research: Achievements and Challenges. *Small Business Economics*, 42(3):445-465
 - > Bosma, N.(2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its Impact on Entrepreneurial Research. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 9(2), 143-248.
 - > Bosma, N. S. & Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor, 2009. Executive Report*. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.
 - > Bosma, N. S., Jones, K., Autio, E., & Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor, 2007. Executive Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
 - > Drexler, M. & Amorós, J. E. (2015). Guest post: how Chile and Colombia eluded the entrepreneur trap. *Financial Times*, January 8th. On line: [http://blogs.ft.com/beyond-brics/2015/01/08guest-post-how-chile-and-colombia-eluded-the-entrepreneur-trap/?](http://blogs.ft.com/beyond-brics/2015/01/08guest-post-how-chile-and-colombia-eluded-the-entrepreneur-trap/)
 - > Know, S-W. & Arenius, P. (2010). Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 315-330.
 - > Levie, J. & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.
 - > Porter, M. E., Sachs, J. J. & McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, edited by M.E. Porter, J.J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16-25. New York, NY: Oxford University Press.
 - > Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., López-García, P. & Chin, N. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
-

-
- > Reynolds, P., Hayand, M. & Camp, S. M. (1999). Global Entrepreneurship Monitor, 1999. Executive Report, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
 - > Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-226.
 - > Van Stel, A., Carree, M. & Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.
 - > WEF-GEM (2015). Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development. World Economic Forum: Geneva. <http://www.weforum.org/reports/leveraging-entrepreneurial-ambition-and-innovation-global-perspective-entrepreneurship-compe>
 - > Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M. & Thurik, A. R. (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 6(3): 167-237.
-

Expertos consultados

06

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

Alejandro Sande **A**
Alexander Wielohorski
Andrew Youlton
Carlos Poblete **C**
Carlos Urrutia
Carlos Varela
Carolina Cortés Brown
Christian Felzensztein
Cristián Larraín Goycoolea
Cristián Muñoz Canales
Daniel Winkler Rosa **D**
Federico Iriberry **F**
Fernando Araya

Francisco Elizalde
Giullio Aveli Erba **G**
Gonzalo Fuentes Medel
Héctor Jerez Fernandoi **H**
Hugo González Espinoza
Igor Araya Bustamante **I**
Inés Repetto
Javier Ignacio Hasbún **J**
Jesús Pardo
Jorge Huerta
José Gómez
Juan Esteban Ramos
Juan Pablo Silva Prado

Luis Alejandro Berardi **L**
Luis Ayet Blanchard
Luis Cruces Espejo
María Carla Arellano Garrido **M**
Martín Vender Acevedo
Miguel Maluje
Mimy Mayol
Pablo Reyes Arellano **P**
Raúl Contreras H. **R**
Reynaldo Cabezas
Sebastián Gilbert **S**
Teresa Collados **T**
Vicente Valdés **V**



Ficha metodológica

07

Encuesta a población adulta (7.1)

Tipo de Estudio	Encuestas administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara
Universo	Población chilena, adulta y mayor de 18 años.
Muestra	Muestra aleatoria estratificada por regiones, en base a los datos del CENSO 2012- INE.
Total muestral	6.212 casos del año.
Total muestra regional (RM)	999 casos válidos.
Fecha de trabajo de campo	Mayo-julio 2014.
Encuestador	Questio.

Encuesta a expertos (7.2)

Tipo de Estudio	Encuesta auto-administrada
Muestra	395 expertos de 9 regiones del país, incluyendo la Región Metropolitana
Muestra regional (RM)	39 expertos.
Fecha de trabajo de campo	Mayo-julio 2014.
Encuestador	Miembros del equipo GEM Chile



Acerca de los autores

08

Adriana Abarca Montero

Ingeniera Comercial y Magíster en Ciencias de la Administración de la Universidad del Desarrollo. Actualmente se desempeña como Coordinadora del GEM Chile y es co-autora del GEM Reporte Nacional de Chile, 2014.

José Ernesto Amorós

Licenciado en Administración de Empresas y M.Sc. Marketing, Tecnológico de Monterrey, México. Doctor en Management Science por ESADE Business School, Universitat Ramon Llull, Barcelona, España. Se desempeña como profesor e investigador en temas de emprendimiento. Es director del Instituto de Emprendimiento (IE) de la Universidad del Desarrollo.



Más información del GEM Chile

09

Actualmente, el proyecto GEM Chile es desarrollado por el
Instituto de Emprendimiento,
Universidad del Desarrollo.

<http://www.gemchile.cl/>
Contacto: Adriana Abarca
Coordinadora GEM Chile
aabarca@udd.cl
Tel: (562) 2 32 79 801

Equipo GEM Chile 9.1

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 2014.

Región	Institución	Equipo
Región de Arica y Parinacota	Universidad de Tarapacá	Vesna Karmelic Dante Choque Ximena Vega Roberto Gamboa
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Mauricio Vega Fernando Rosales Alberto Martínez Evadil Ayala
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romaní Miguel Atienza
Región de Atacama	Corporación para la Competitividad e Innovación de la Región de Atacama	Carolina Blanco Nicolás Cabrera
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Karla Soria
Región de Valparaíso	Universidad Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Jorge Cea Paulina Santander Diego Yáñez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Adriana Abarca
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza
	Universidad Técnico Federico Santa María, Sede Concepción	Patricio Rojas
	Universidad del Desarrollo	José Ernesto Amorós Adriana Abarca
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	Claudina Uribe Paulina Sanhueza Claudia Gómez Víctor Valenzuela

Colaboradores

10

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:

Universidad del Desarrollo



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 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 e Ingeniería y Negocios para impulsar la innovación en la UDD, en el marco de la alianza suscrita con el STVP.

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.

Más información en: www.udd.cl

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 año 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,



ca, con presencia en 13 países y una cobertura total de alrededor de 108 millones de personas.

Desde que comenzó a operar, Wayra ha recibido más de 17 mil propuestas de negocio en 20 meses, lo que equivale a casi una por hora. El año 2012 invirtió USD \$9.100.100 en financiamiento para emprendimientos.

Más información en: www.wayra.org

Patrocinadores

11

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 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 año 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



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

Anexo: Principales indicadores del GEM usados en este reporte

Actitudes y valoración social a los emprendedores

Medida	Descripción
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades pero señala que el miedo al fracaso es un disuasivo para formar una empresa.



Actitudes y valoración social a los emprendedores

Medida	Descripción
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que los emprendedores gozan de un alto estatus y reconocimiento social.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, los medios de comunicación exhiben, con frecuencia, historias de nuevos negocios exitosos.

Actividad Emprendedora

Medida	Descripción
Tasa de emprendimientos nacientes	Porcentaje de la población (18 a 64 años) activamente involucrado en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no ha pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de tres meses.
Tasa nuevos empresarios(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos u otra retribución por un periodo entre los 3 y los 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA, por su sigla en inglés)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.
Tasa de emprendedores(as) establecidos(as)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocio establecido, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.



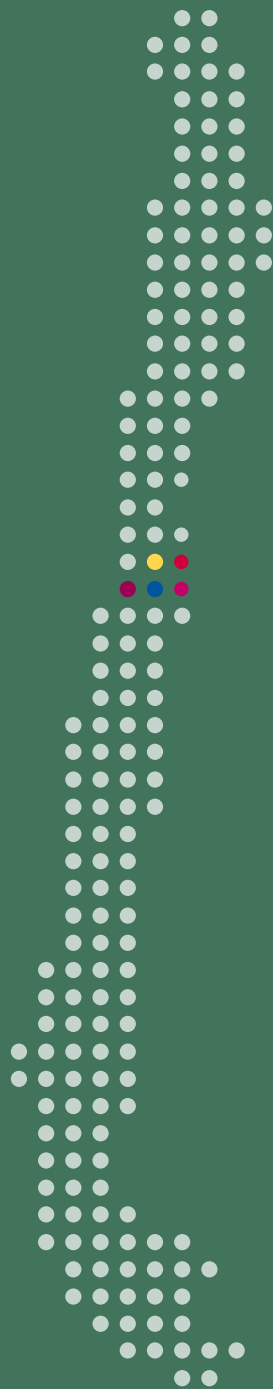
Actividad Emprendedora

Medida	Descripción
Tasa de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que está involucrado en una actividad emprendedora de fase inicial o es dueño y gestor de un negocio establecido.
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses ya sea por venta, cierre o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.
Motivación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en una 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).

Aspiraciones Emprendedoras

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

Global Entrepreneurship Monitor



www.gemchile.cl

