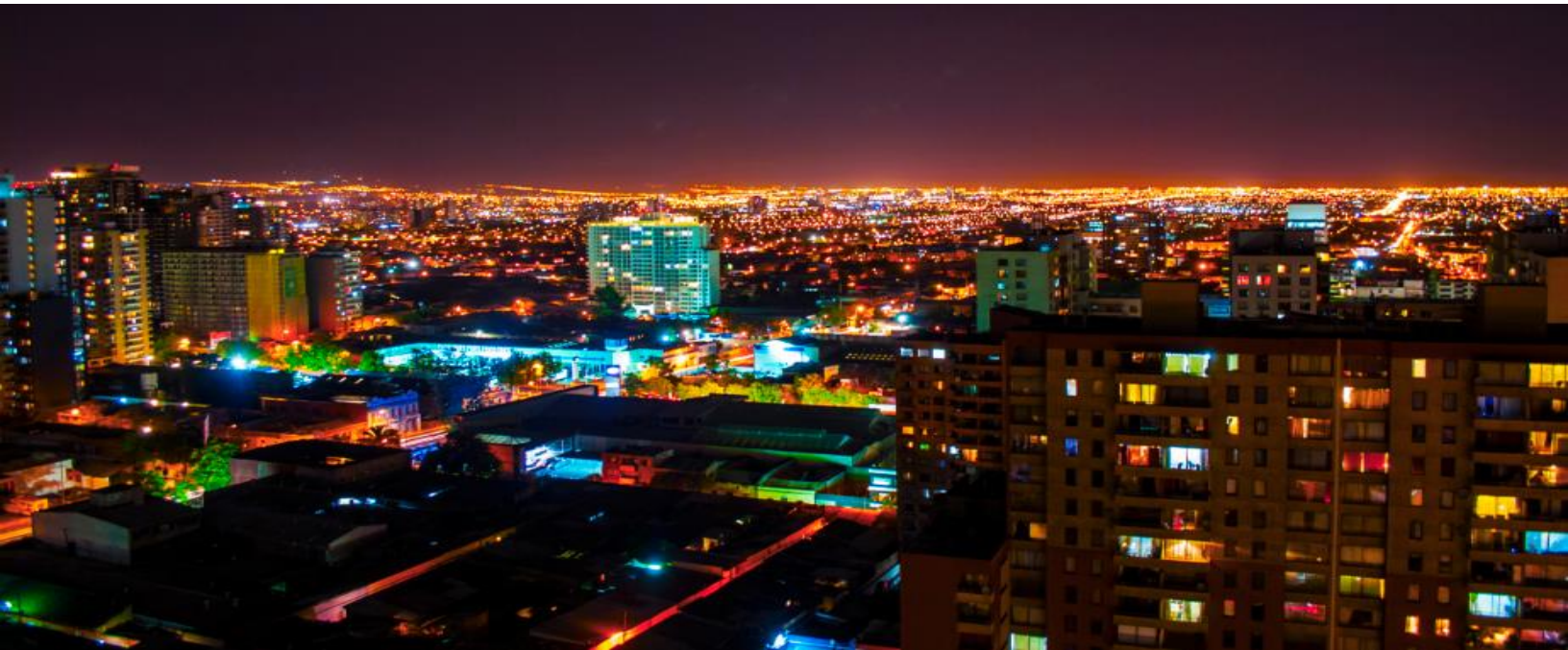




Global Entrepreneurship Monitor

Reporte de la Región Metropolitana
de Santiago 2015/2016



colabora



Adriana Abarca M.

patrocina



Vesna Mandakovic P.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte de la Región Metropolitana de Santiago 2015/2016

Primera Edición

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Inscripción Nº 272843

Santiago – Chile

Fotografía: Santiago sur, Cristian Eduardo Veloso Obreque.

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). El Global Entrepreneurship Monitor 2015 Global Report y los micro-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.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 ACERCA DEL GEM
- 1.2 MARCO CONCEPTUAL
- 1.3 METODOLOGÍA DEL GEM
- 1.4 PROCESO EMPRENDEDOR Y DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM
- 1.5 SOBRE ESTE REPORTE

2. VALORES SOCIALES HACIA EL EMPRENDIMIENTO Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES

- 2.1 COMPARATIVA REGIONAL
- 2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS
- 2.3 MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS
- 2.4 DISTRIBUCIÓN POR SECTORES
- 2.5 EDAD Y GÉNERO
- 2.6 NIVEL EDUCACIONAL
- 2.7 NIVEL DE INGRESOS
- 2.8 DESCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS
- 2.9 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS
- 2.10 ORIENTACIÓN A LA INNOVACIÓN
- 2.11 UTILIZACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS
- 2.12 POTENCIAL DE EXPANSIÓN DE MERCADO

3. FACTORES DEL ECOSISTEMA PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN METROPOLITANA

- 3.1 ANÁLISIS GENERAL DE LAS CONDICIONES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR
- 3.2 ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LAS CONDICIONES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN METROPOLITANA

4. REFERENCIAS

5. EXPERTOS CONSULTADOS

6. FICHA METODOLÓGICA

- 6.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA
- 6.2 ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES

7. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE

7.1 EQUIPO GEM CHILE

8. COLABORADOR

9. PATROCINADOR

TABLAS

TABLA 2.1: INDICADORES DE ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)

TABLA 2.2: FACTORES DE INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO

TABLA 2.3: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR

TABLA 3.1 CONDICIONES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

FIGURAS

FIGURA 1.1: EL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM

FIGURA 1.2: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM

FIGURA 2.1: ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)

FIGURA 2.2: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN LAS REGIONES PARTICIPANTES EN CHILE, EN 2015

FIGURA 2.3: BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES I

FIGURA 2.4: BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES II

FIGURA 2.5: DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS

FIGURA 2.6: EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES, SEGÚN GRUPO DE EDAD

FIGURA 2.7: EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS, SEGÚN GRUPO DE EDAD

FIGURA 2.8: EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS, SEGÚN GÉNERO

FIGURA 2.9: PROPORCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

FIGURA 2.10: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA, SEGÚN INGRESO FAMILIAR

FIGURA 2.11: RAZONES EXPRESADAS TRAS LA DISCONTINUACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO

FIGURA 2.12: NÚMERO DE TRABAJADORES Y POTENCIAL NÚMERO DE TRABAJADORES EN LOS NEGOCIOS DE LOS EMPRENDEDORES, SEGÚN ETAPA DE EMPRENDIMIENTO

FIGURA 2.13: NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS

FIGURA 2.14: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA

FIGURA 2.15: USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS

FIGURA 2.16: EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO

FIGURA 2.17: PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES, SEGÚN ORIENTACIÓN A MERCADOS INTERNACIONALES

FIGURA 3.1: INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN METROPOLITANA Y EL RESTO DE CHILE (1/2)

FIGURA 3.2: CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN METROPOLITANA Y EL RESTO DE CHILE (2/2)

FIGURA 3.3: EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN METROPOLITANA

1. INTRODUCCIÓN

Este año el proyecto Global Entrepreneurship Monitor Internacional cumplió dieciséis años de existencia, en los cuales todos los años ha publicado sin interrupciones reportes anuales acerca de la dinámica y estado de emprendimiento en más de cien economías. Chile como parte del GEM cumple doce ciclos, reportando indicadores de valores sociales, actividad emprendedora, aspiraciones emprendedoras y ecosistema emprendedor. Desde el año 2007, se ha medido la actividad emprendedora a nivel regional. Por esta razón el GEM Chile es el proyecto más relevante para entender el fenómeno del emprendimiento y su dinámica a nivel nacional.

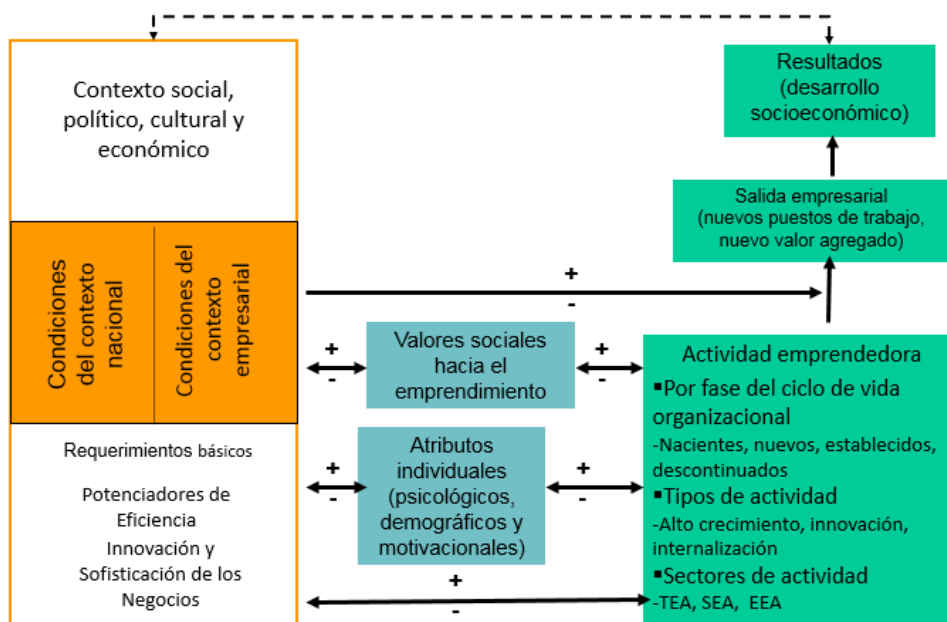
1.1 ACERCA DEL GEM

El GEM tiene como objetivo principal entender la relación entre emprendimiento y desarrollo, desde sus inicios en el año 1997, en donde solo participaron diez economías. Desde ahí ha intentado subsanar la carencia de datos, recolectando información relevante para la dinámica emprendedora. Al momento el GEM ha logrado reunir sesenta y dos economías en el año 2015, que unidas representan el 90% del PIB mundial. En la actualidad el GEM es el proyecto de emprendimiento más grande a nivel internacional, con datos armonizados de todos los países. Chile participa desde el año 2002.

1.2 MARCO CONCEPTUAL

El marco conceptual del GEM ha evolucionado a lo largo de los últimos años, sin embargo, sin comprometer la comparabilidad de los datos. Buscando responder a tres objetivos fundamentales: (i) determinar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico en las economías de los diferentes países, (ii) descubrir los factores que favorecen o dificultan la actividad emprendedora, especialmente de las relaciones entre las condiciones nacionales para el emprendimiento, valores sociales, características personas y de la actividad emprendedora y (iii) identificar las implicaciones políticas para la mejora de la capacidad emprendedora en una economía. En la **Figura 1.1** podemos apreciar el marco conceptual del GEM.

FIGURA 1.1: EL MARCO CONCEPTUAL DEL GEM



1.3 METODOLOGÍA DEL GEM

Para la aplicación de la encuesta APS (Adult Population Survey) y NES (National Expert Survey)¹ existe colaboración entre cada equipo nacional y el equipo central de datos del GERA. Este último coordina a los diferentes equipos nacionales en el proceso de recolección de datos, definición de muestras representativas, diseño e implementación del trabajo de campo y armonización de la información recolectada. Ambas encuestas son idénticas para todos los países o regiones que participan en el GEM, así contar con herramientas estandarizadas para asegurar la calidad de los datos, de forma que sean comparables entre las distintas economías.

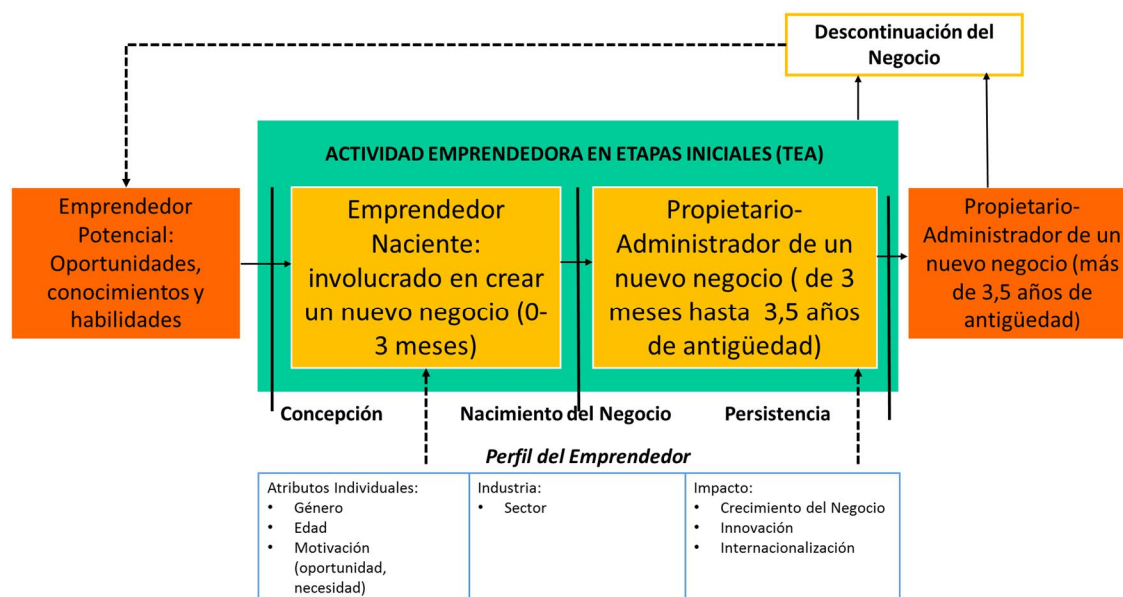
Sumado a lo anterior, cada ciclo se agregan o modifican algunas de las preguntas tanto a la APS como a la NES con la finalidad de obtener la información sobre temas especiales. Por ejemplo, los temas especiales más recientes fueron la actividad emprendimiento y bienestar y emprendimiento social.

Chile es uno de las economías que ha puesto un mayor énfasis en el enfoque regional, por esta razón nuestro país cuenta con una mayor cantidad y calidad de datos. En el año 2015 se realizaron 6.231 encuestas a la población adulta y se encuestaron 317 expertos de siete regiones del país.

1.4 PROCESO EMPRENDEDOR Y DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM

El GEM cubre el ciclo de vida del proceso emprendedor y observa 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 menos 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 ya establecidos). La **Figura 1.2** resume el proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM.

FIGURA 1.2: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM



1.5 SOBRE ESTE REPORTE

Este reporte contiene información dividida en los diferentes elementos del marco conceptual del GEM. Se analizan los principales indicadores de la dinámica emprendedora: valores sociales hacia el emprendimiento, componentes individuales y actividad emprendedora, sumado al contexto para emprender en la Región Metropolitana.

¹ Para mayor información visitar: www.gemconsortium.org

2. VALORES SOCIALES HACIA EL EMPRENDIMIENTO Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES

Dentro del modelo conceptual revisado del GEM resalta la importancia de diversos factores que juegan un rol definitivo en el desarrollo de la dinámica de emprendimiento. Uno de ellos son los factores relacionados con la valoración social que expresan los individuos frente al fenómeno del emprendimiento, sumado a otros atributos individuales que poseen las personas frente al emprendimiento.

2.1 COMPARATIVA REGIONAL

Dentro del GEM se destacan atributos de la valoración social hacia el emprendimiento, por ejemplo: si el emprendimiento es una opción de carrera deseable, si a los emprendedores se le reconocen sus éxitos y si los medios de comunicación le dan atención al emprendimiento. Todo esto en la medida de promover la cultura emprendedora.

Por otro lado, el de los atributos personales, se le consulta a la población acerca de la percepción de oportunidades, percepción de capacidades, es decir, los conocimientos y habilidades individuales que gatillan la actividad emprendedora, el miedo al fracaso o penalización social y, finalmente si dentro de los siguientes tres meses ve buenas oportunidades para iniciar un negocio, es decir, intenciones emprendedoras.

La **Tabla 2.1** muestra a nivel regional los indicadores de valoración social y atributos personales previamente descritos para el ciclo 2015.

TABLA 2.1: INDICADORES DE ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)

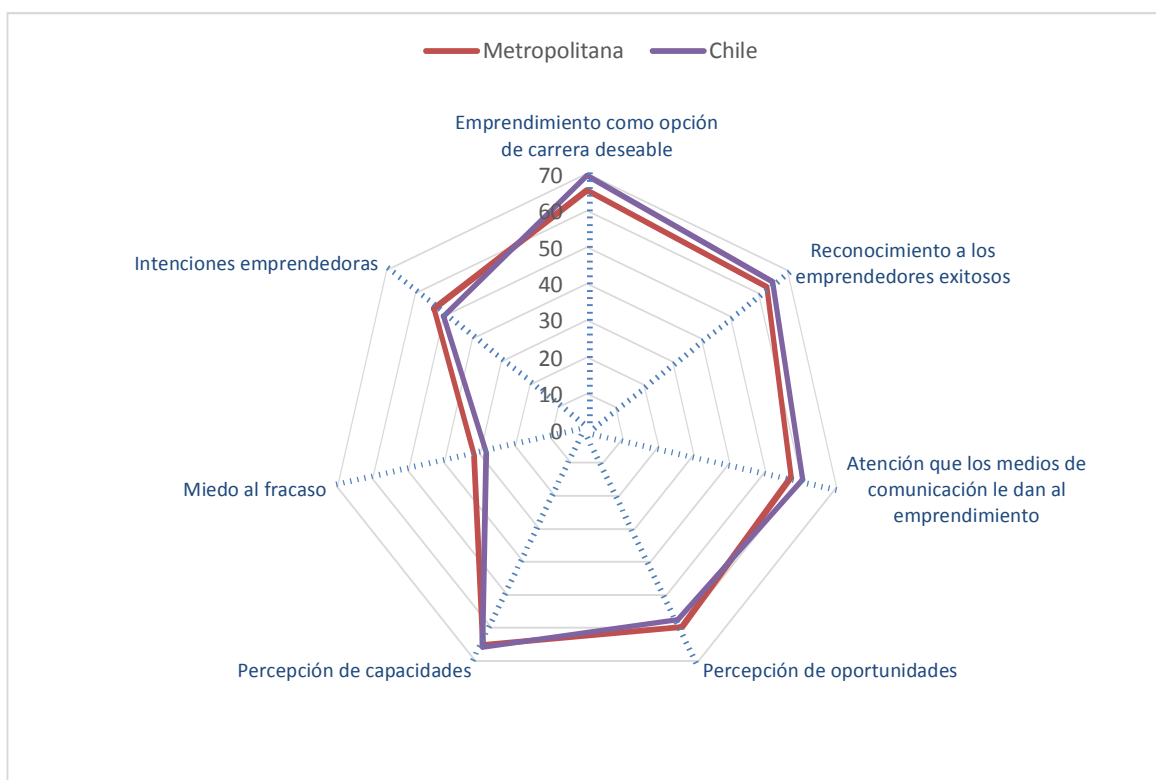
Región	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso*	Intenciones emprendedoras**	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Reconocimiento a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento
Tarapacá	67.59	57.72	31.29	56.73	73.95	63.22	59.59
Antofagasta	67.22	58.48	25.97	54.62	75.03	61.11	57.01
Coquimbo	59.23	61.18	26.36	49.64	74.04	67.84	62.07
Valparaíso	52.18	69.31	27.66	47.41	72.97	65.29	60.25
Metropolitana	59.73	65.25	31.52	53.34	65.49	62.85	57.11
Maule	47.73	59.76	33.36	46.87	68.11	67.41	62.78
Biobío	53.29	64.82	33.19	49.55	74.10	71.72	68.50
Araucanía	47.60	63.97	35.75	45.86	70.83	65.96	70.16
Los Lagos	65.76	67.26	29.28	48.80	72.20	63.13	61.23
Chile	57.4	65.7	28.1	50.0	69.6	64.9	60.4

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

La **Figura 2.1** muestra los resultados nacionales y los de la región. Podemos observar que no hay grandes diferencias en las mediciones:

- En percepción de oportunidades la región está dos puntos porcentuales sobre la medición nacional.
- En percepción de capacidades no hay diferencias.
- En miedo al fracaso la medición regional está sobre la nacional, con un 31.52% versus un 28.1%.
- La Región Metropolitana está por sobre la nacional con tres puntos porcentuales en intenciones emprendedoras.
- El emprendimiento como opción de carrera deseable es mayor a nivel nacional con un 69.6%.
- Y a nivel nacional los medios le dan más atención al emprendimiento (60.4% versus un 57.11% en la región).

FIGURA 2.1 ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO (PORCENTAJE DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS)



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

La **Tabla 2.2** muestra los factores de influencia en la percepción de los encuestados según su etapa de emprendimiento. Debemos recalcar, que para este propósito solo se considera el porcentaje de respuestas afirmativas. Al igual que el año pasado no se observan diferencias significativas entre las mediciones nacionales y la región.

Para la Región Metropolitana, independiente de la fase de emprendimiento, alrededor del 60% de los encuestados cree que habrá oportunidades de un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive.

En relación a la pregunta si cree que tiene los conocimientos y habilidades necesarias para iniciar un negocio o una empresa, la medición regional es prácticamente igual a la nacional. En general, aquellos emprendedores que ya hayan iniciado actividades en su negocio creen en un 88% en promedio que tienen los conocimientos que se requiere para la puesta en marcha de un negocio.

TABLA 2.2: FACTORES DE INFLUENCIA EN LA PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN ETAPA DEL EMPRENDIMIENTO

¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio en los últimos dos años?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Región Metropolitana	35%	66%	61%	82%	56%
Chile	34%	64%	59%	77%	58%
¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Región Metropolitana	59%	61%	59%	64%	61%
Chile	56%	60%	61%	64%	55%
¿Considera que usted posee los conocimientos , habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Región Metropolitana	55%	87%	87%	84%	93%
Chile	55%	88%	88%	86%	91%
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?					
	Sin relación con alguna actividad emprendedora	Con alguna relación con actividades emprendedoras	Emprendedores(as) nacientes	Nuevos(as) empresarios(as)	Actividad emprendedora establecida
Región Metropolitana	37%	22%	20%	26%	21%
Chile	36%	21%	20%	22%	22%

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

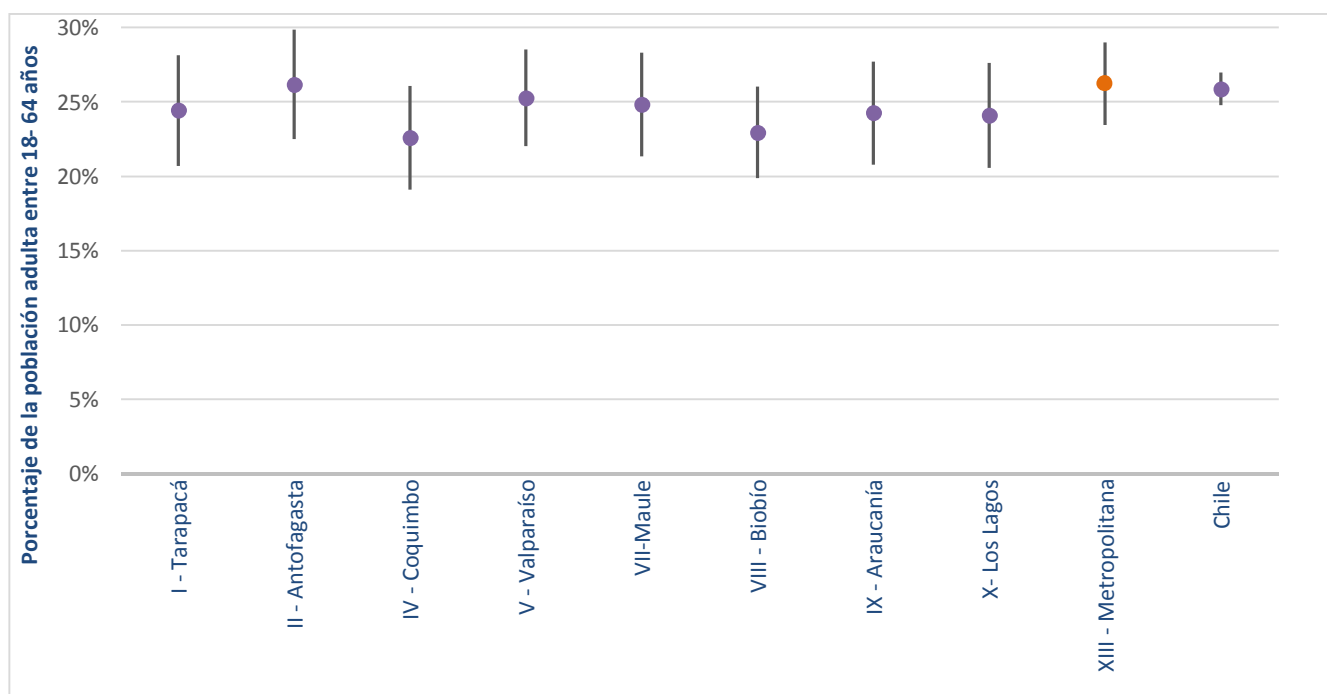
2.2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

El GEM hace distinción entre las distintas etapas de la actividad emprendedora: están aquellos nuevos emprendedores que están activamente participando en la creación de un nuevo negocio; los emprendedores dueños de nuevos negocios y por último, aquellos que ya poseen un negocio establecido.

La siguiente sección del reporte se dedica a analizar los resultados obtenidos para los emprendedores de la Región metropolitana comparado con el país.

En el año 2015 participaron nueve regiones en el sobremuestreo del GEM. La **Figura 2.2** muestra el indicador TEA, es decir, la actividad emprendedora en etapas iniciales para estas regiones. Este año nuevamente la Región Metropolitana obtuvo la medición más alta con un 26.25%, cifra menor al año pasado en donde alcanzó un 29.9%. Seguido por la región de Antofagasta con un 25.20% de la población entre 18-64 años que se declara emprendedora en etapas iniciales. En el otro extremo las regiones que alcanzó mediciones menores fueron Coquimbo con un 22.6% y Biobío con un 22.9%.

FIGURA 2.2: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES EN LAS REGIONES PARTICIPANTES EN CHILE, EN 2015



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

Para detallar más el proceso emprendedor, la **Tabla 2.3** muestra las mediciones de la actividad emprendedora, según la etapa del proceso emprendedor en que se encuentren y dividido por región. En el indicador de actividad emprendedora naciente se encuentra en primer lugar la Región de Tarapacá con un 17.94%, sobre el promedio nacional que fue de 16.50%. La Región de Valparaíso alcanzó la mayor medición en nuevos negocios, gerentes y propietarios con un 10.65% versus un 9.8% que es la media nacional.

La Región de la Araucanía presentó una medición de 10.21% en el indicador de negocios, gerentes y propietarios establecidos, mientras que la media nacional fue de un 8.20%. Finalmente, las regiones de Valparaíso con Araucanía son aquellas que tienen la tasa de discontinuación más alta a nivel nacional. Este indicador para la Región Metropolitana disminuyó de un 9.11% a un 5.01% este año, es decir, que los emprendedores han mantenido su negocio por más tiempo.

TABLA 2.3 ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN FASE DEL PROCESO EMPRENDEDOR

Región	Actividad emprendedor a naciente	Nuevos negocios, gerentes y propietarios	Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)	Negocios, gerentes y propietarios establecidos	Tasa de discontinuación
Tarapacá	17.94	7.82	24.45	8.14	4.76
Antofagasta	17.75	8.8	26.2	5.19	5.45
Coquimbo	15.79	7.24	22.6	6.32	4.52
Valparaíso	14.68	10.65	25.33	9.64	7.26
Metropolitana	16.81	9.81	26.25	7.8	5.01
Maule	15.24	10.15	24.83	8.37	6
Biobío	15.1	8.44	22.97	7.9	6.06
Araucanía	15.21	9.85	24.27	10.21	7.12
Los Lagos	17.1	7.36	24.11	8.22	6.17
Chile	16.50	9.80	25.90	8.20	8.50

Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

2.3 MOTIVACIONES EMPRENDEDORAS

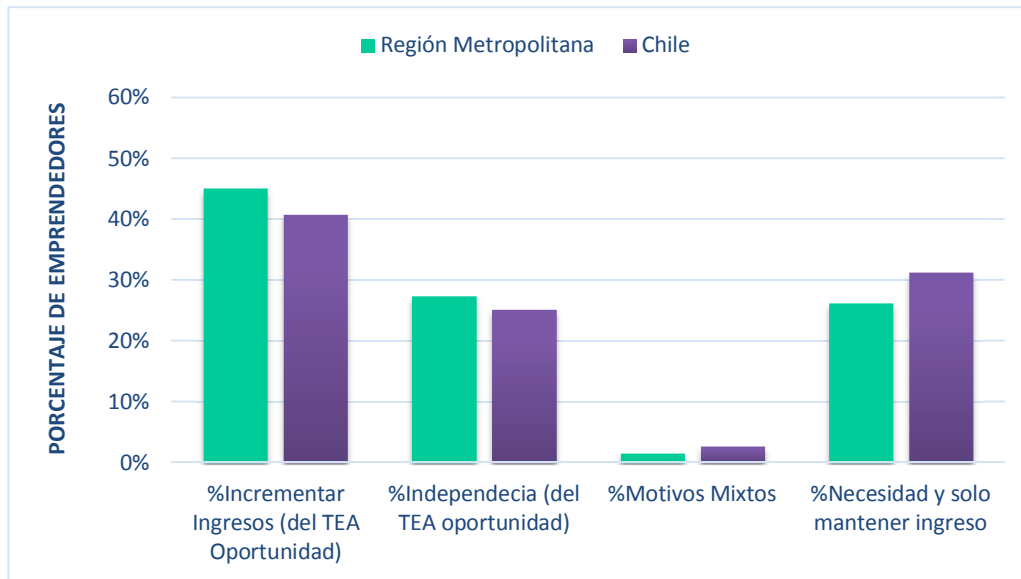
El GEM en su modelo entiende dos tipos de motivaciones: oportunidad y necesidad. La primera tiene estrecha relación con aprovechar una oportunidad del mercado y desarrollar un nuevo negocio, al ver la opción de materializar una idea de empresa con potencial de crecimiento. Dentro del emprendimiento por oportunidad el GEM profundiza y divide en aquellos que emprendieron como una forma de incrementar su nivel de ingresos, deseo de tener mayor independencia y motivos mixtos.

La segunda motivación es aquel emprendedor que señala que lo hizo por necesidad, es decir, no tuvo otra opción de empleo, y lo debe hacer porque necesita conseguir fondos para hacerse cargo de su carga financiera o por autoemplearse, viéndose forzados a desarrollar su negocio.

En la **Figura 2.3** se muestra el balance de los motivadores para aquellos emprendedores que declaran estar en etapas iniciales. Para la región podemos apreciar que el 45% de ellos declara que emprendieron como una medida de poder incrementar ingresos, el 27% de ellos para obtener mayor independencia, el 26% de ellos por necesidad y solo mantener el ingreso (cifra superior comparada con la medición del ciclo anterior en donde la medición alcanzó el 19%) y, finalmente el 2% declara que fue por motivos mixtos. La medición nacional alcanza niveles similares para las mismas variables: 41% declara que emprendió como una forma de incrementar ingresos, 25% por independencia, 31% por necesidad y solo mantener ingresos y 3% motivos mixtos.

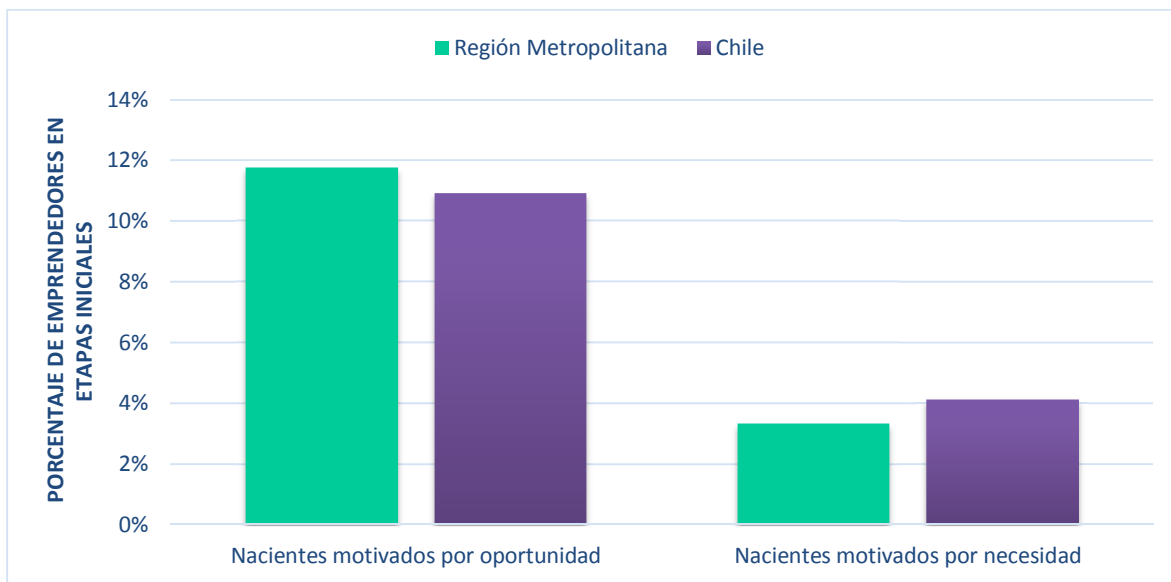
Como podemos observar en la **Figura 2.4**, el 12% de los emprendedores en etapas iniciales declaran que su motivación fue la oportunidad, para Chile la cifra es similar con un 11%. En cuanto al emprendimiento por necesidad, para Chile la medición alcanzó un 4% y para la región el 2%.

FIGURA 2.3: BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES I



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015

FIGURA 2.4: BALANCE DE LOS MOTIVADORES PARA EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES II



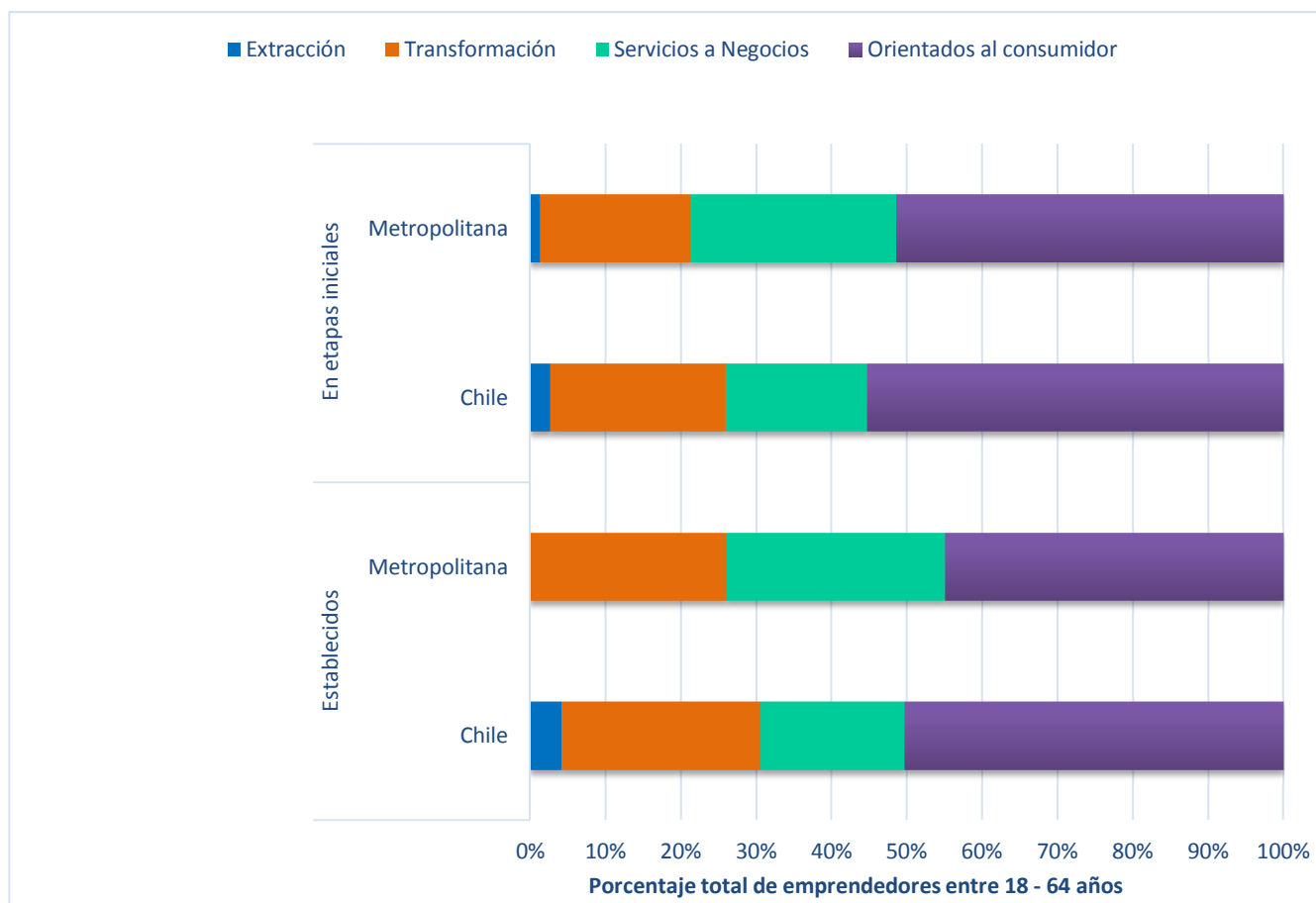
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

2.4 DISTRIBUCIÓN POR SECTORES

La **Figura 2.5** nos muestra la distribución por sectores tanto para emprendedores en etapas iniciales como aquellos establecidos. Como ha sido la tendencia en los últimos ciclos ambos se enfocan en sectores orientados al consumidor, para la región y emprendedores en etapas iniciales está medición llega al 51.4%, versus el 55.3% para la medición nacional; para establecidos la región alcanza un 45% y Chile un 50.3%. Al igual que el año pasado el 27% de los emprendedores en etapas iniciales se dedica a servicios a negocios, que incluye servicios financieros, un 19.9% se dedica a servicios de transformación y solo un 1.3% a extracción. Esta dimensión siempre ha sido la que presenta menor representatividad que se debe principalmente a la geografía de la región y la concentración de población.

Para emprendedores establecidos el 29% se dedica a servicios a negocios, el 26% a transformación, finalmente ninguno declara dedicarse a la extracción.

FIGURA 2.5: DISTRIBUCIÓN POR SECTORES EN EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS



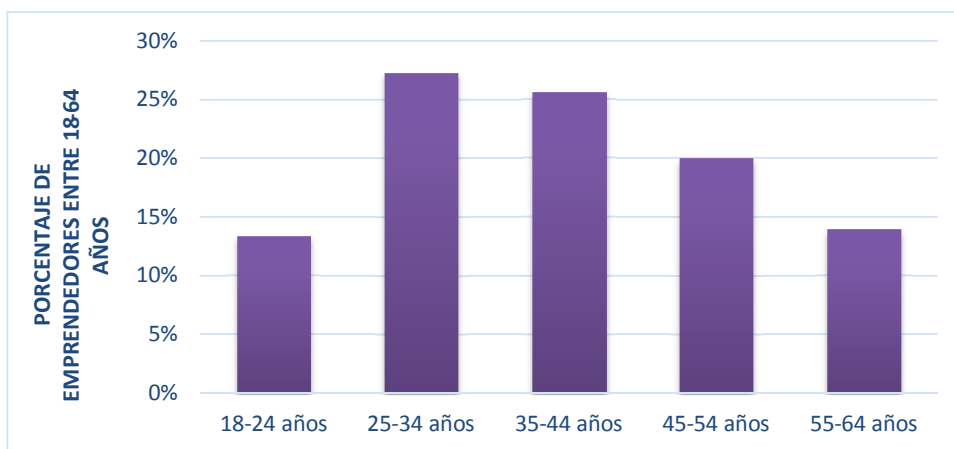
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

2.5 EDAD Y GÉNERO

Las Figuras 2.6 y 2.7 podemos observar la distribución de edades para los emprendimientos en etapas iniciales, el 27% de ellos se encuentra en el rango entre 25-34 años (30% medición 2015), seguido por el 26% que declara tener entre 35-44 años. Se observa una menor medición en los más jóvenes y adultos mayores con un 13% y 14% respectivamente.

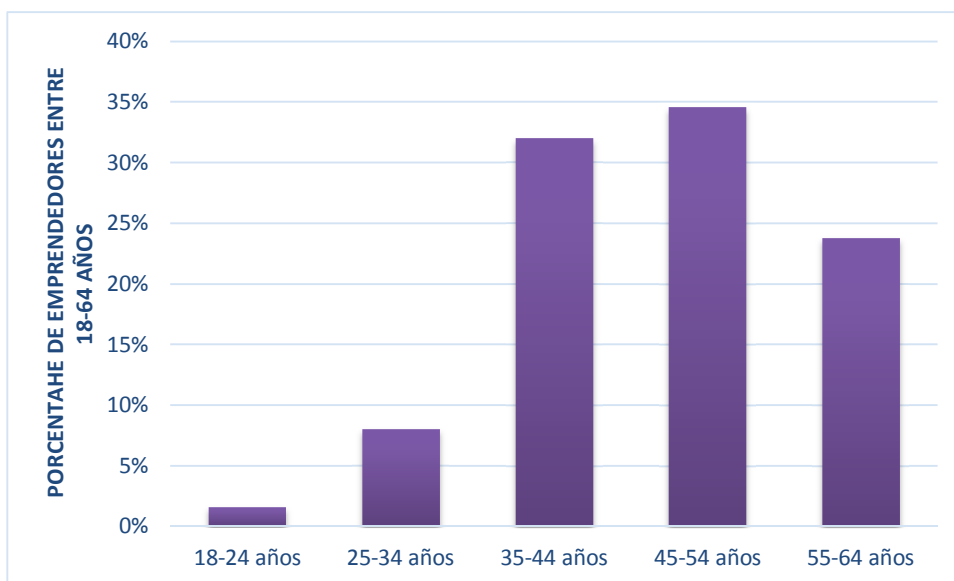
Para emprendedores establecidos, declaran pertenecer al rango entre 35-54 años, con un 67% en conjunto.

FIGURA 2.6: EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES, SEGÚN GRUPO DE EDAD



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

FIGURA 2.7: EMPRENDIMIENTOS ESTABLECIDOS, SEGÚN GRUPO DE EDAD

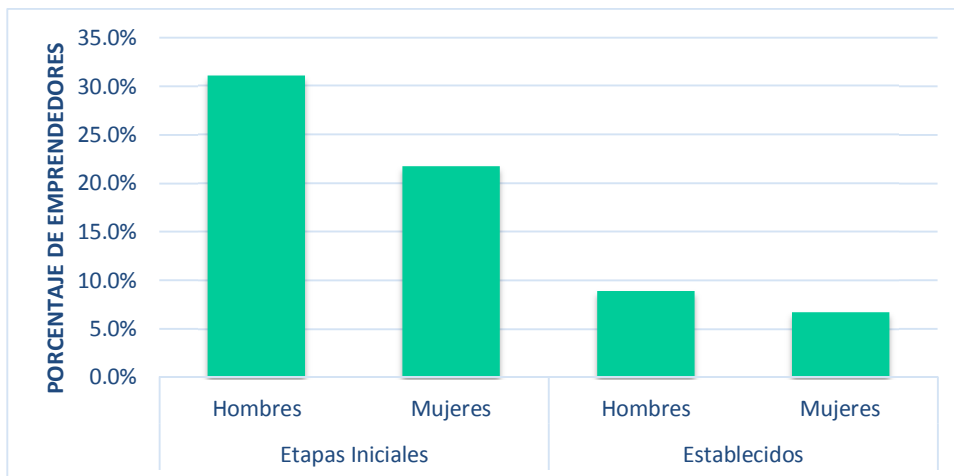


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

Al igual que en los ciclos anteriores, los hombres declaran emprender más que las mujeres. La Figura 2.8 muestra esta proporción, en donde para emprendedores en etapas iniciales la diferencia entre géneros del

10%, mientras que para establecidos es mucho menor, la medición es de un 8.9% para los hombres y de un 6.7% para la mujeres.

FIGURA 2.8: EMPRENDIMIENTOS EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS, SEGÚN GÉNERO



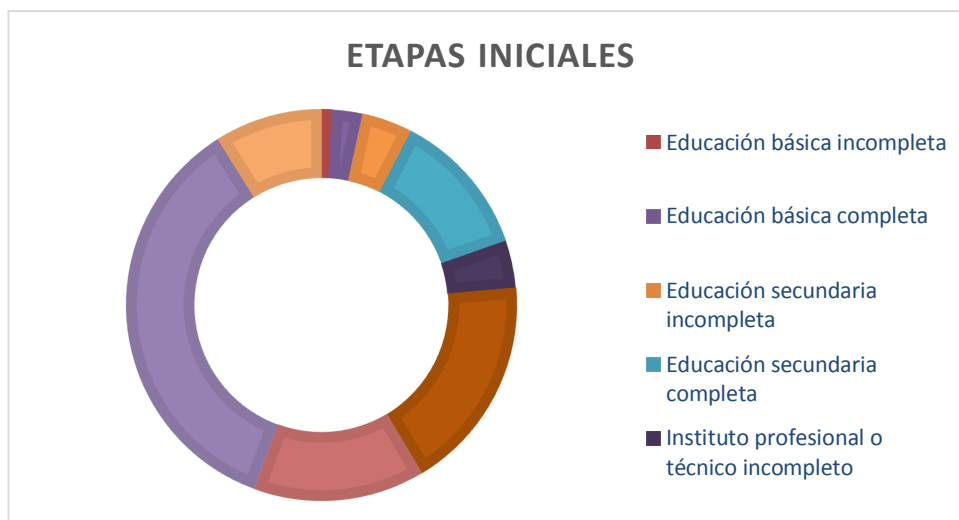
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

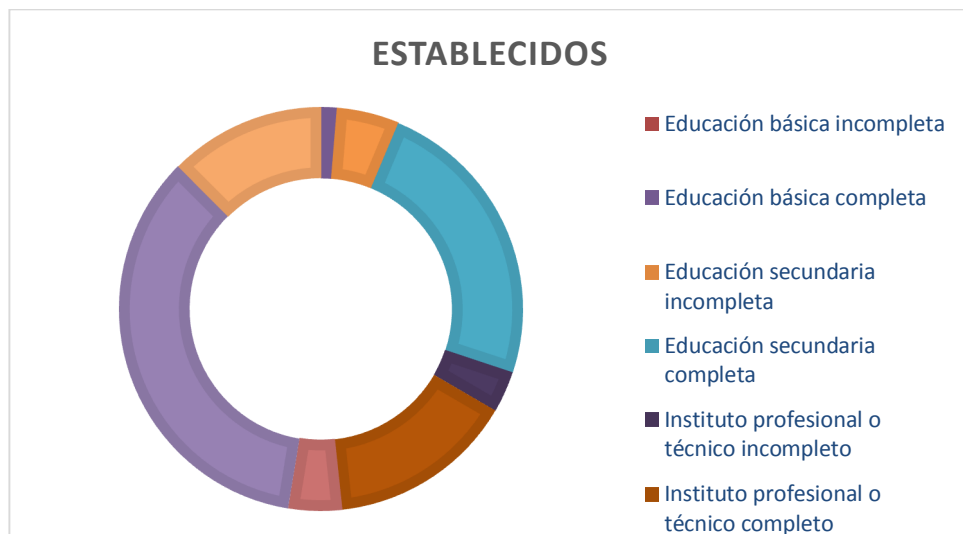
2.6 NIVEL EDUCACIONAL

La **Figura 2.9** nos muestra la distribución de emprendedores en temáticas de su educación formal. Para realizar el análisis de forma simple, se utilizan las nueve categorías más comunes dentro de nuestro país. Para los emprendedores en etapas iniciales el 35.5% declara tener estudio universitario completo, seguido de que el 17.8% declara que tiene un título profesional o técnico y el 8.9% (4% medición año anterior) afirma poseer como grado máximo un postgrado.

Para los emprendedores establecidos la situación es similar, con un 34.9% que posee estudios universitarios completos, un 14.9% con estudios técnicos completos y un 12.5% con postgrado (3% medición anterior).

FIGURA 2.9: PROPORCIÓN DEL NIVEL DE ESTUDIOS EN ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



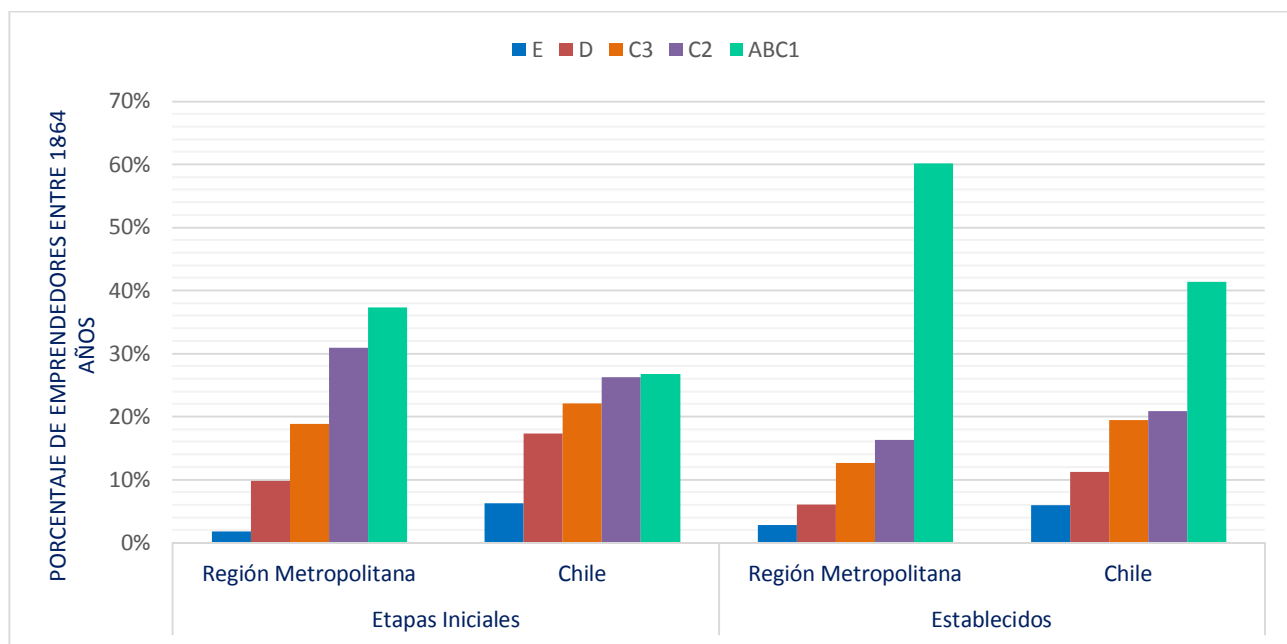


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

2.7 NIVEL DE INGRESOS

La **Figura 2.10** muestra la distribución de ingresos de los emprendedores en la región Metropolitana contrastado con Chile. Para los emprendedores en etapas iniciales en Chile un 26.8% declara pertenecer al estrato socioeconómico ABC1, mientras que para la región la medición alcanza un 37.3%. En el caso de los establecios dentro de la región un 60.2% declara obtener ingresos mayores a \$1.200.000, mientras que para el país solo un 41.4% afirma lo mismo.

FIGURA 2.10: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA, SEGÚN INGRESO FAMILIAR

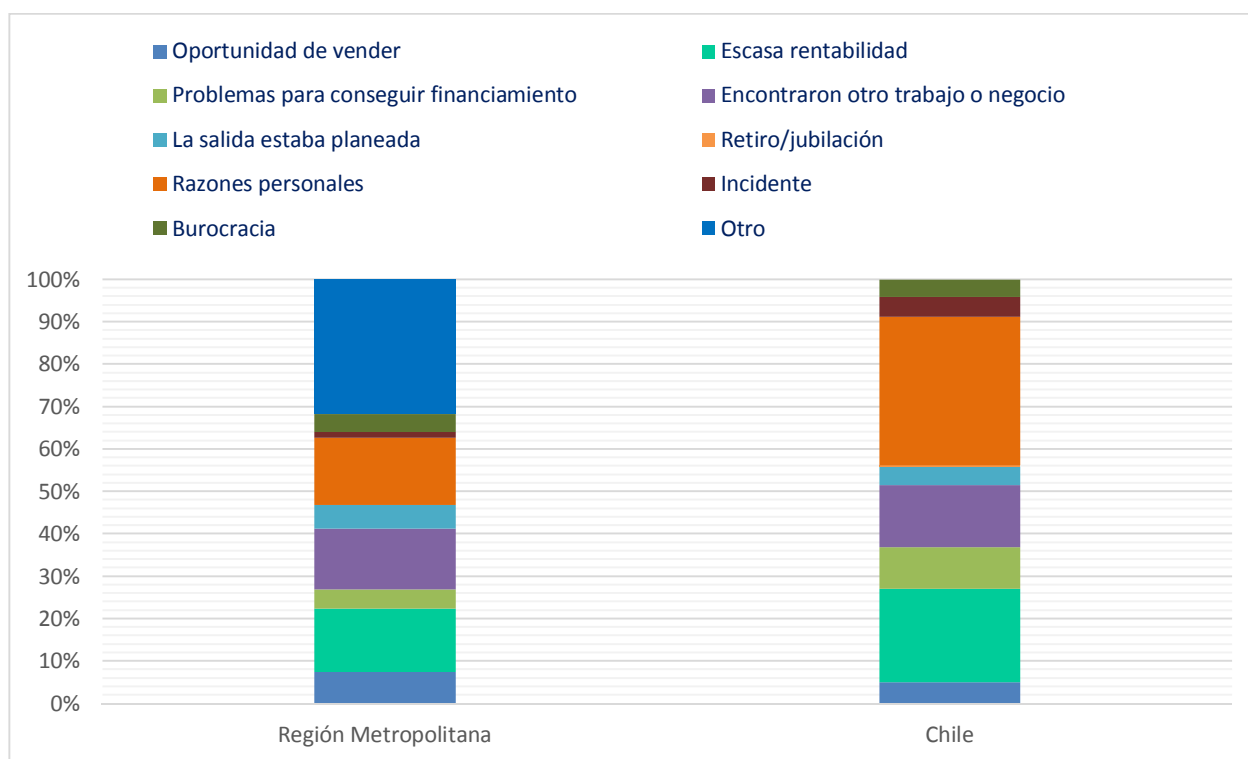


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

2.8 DESCONTINUACIÓN DE LOS NEGOCIOS

La **Figura 2.11** muestra las razones expresadas por los emprendedores para discontinuar su negocio. El año pasado las principales razones declaradas por los emprendedores de la región fueron razones personales (33%) y escasa rentabilidad con más del 25%, mediciones similares a nivel nacional. Este año los emprendedores de la región declaran que solo el 15% retiró su emprendimiento por escasa rentabilidad o porque encontraron otro trabajo, el 5.6% la salida estaba planeada, un 4.20% burocracia y una gran mayoría declaró tener otras razones (31.7%).

FIGURA 2.11: RAZONES EXPRESADAS TRAS LA DISCONTINUACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

2.9 ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

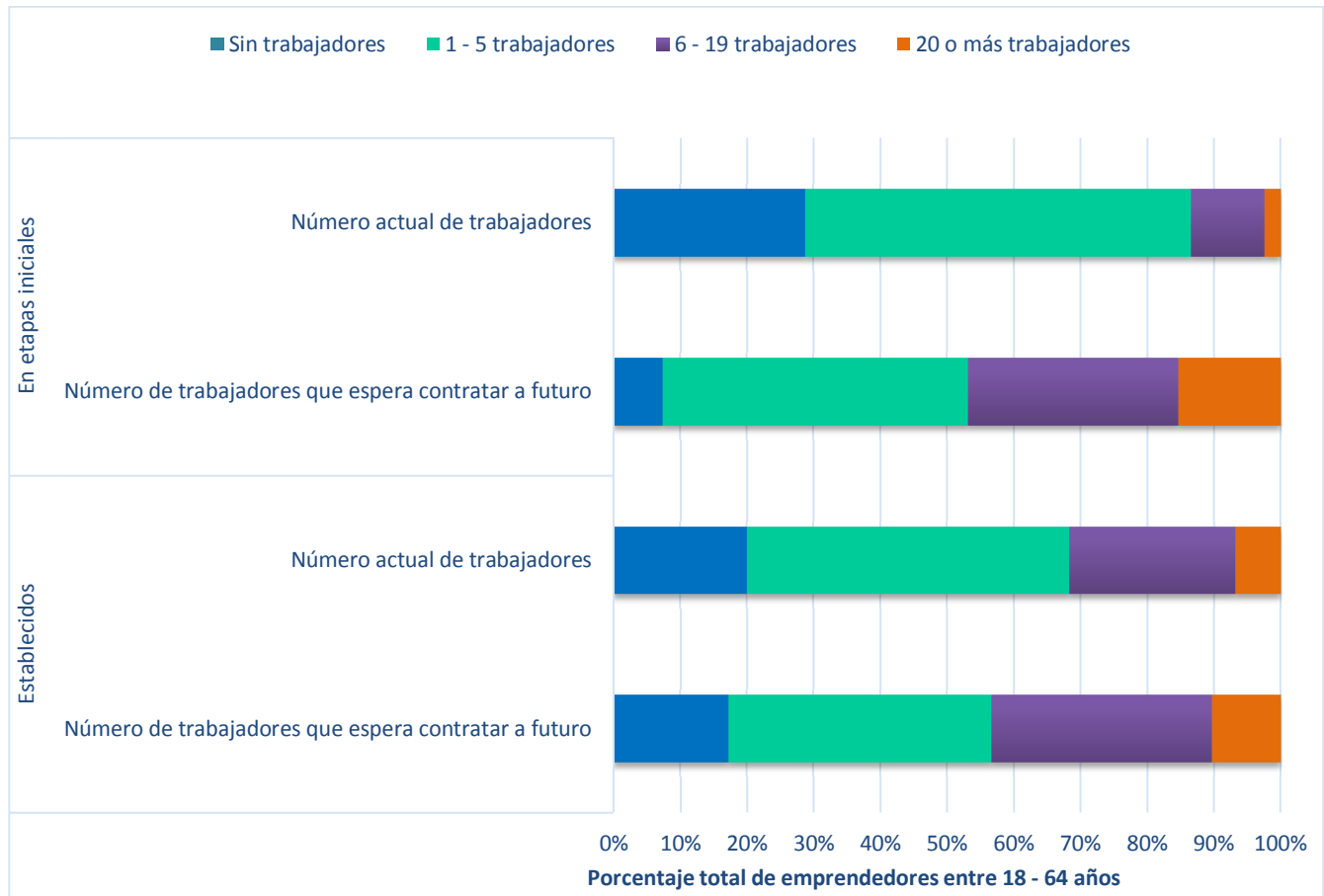
EL GEM en su modelo estudia las aspiraciones de los emprendedores, incluyendo expectativas de alto crecimiento, innovación en términos de productos y procesos nuevos, utilización de las nuevas tecnologías y potencial de expansión de mercado. En la siguiente sección se presentan los resultados más relevantes para la Región Metropolitana.

Cuando los emprendedores comienzan su negocio, siempre está la inquietud de emplear para poder desarrollar más su empresa. En cuanto a las expectativas de crecimiento, se les pregunta a los emprendedores cuántos son sus trabajadores actuales y cuántos planea contratar en un horizonte 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 2.12**, para la Región Metropolitana, el 45.7% (un incremento del 3% respecto al año anterior) 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 48.1%, (incremento de 5% con respecto al año anterior).

En cuanto a aquellos con altas expectativas, es decir, veinte trabajadores o más, un 15.4% 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 10.4%, cifra considerablemente menor que el 25% del año pasado.

FIGURA 2.12: 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), 2015.

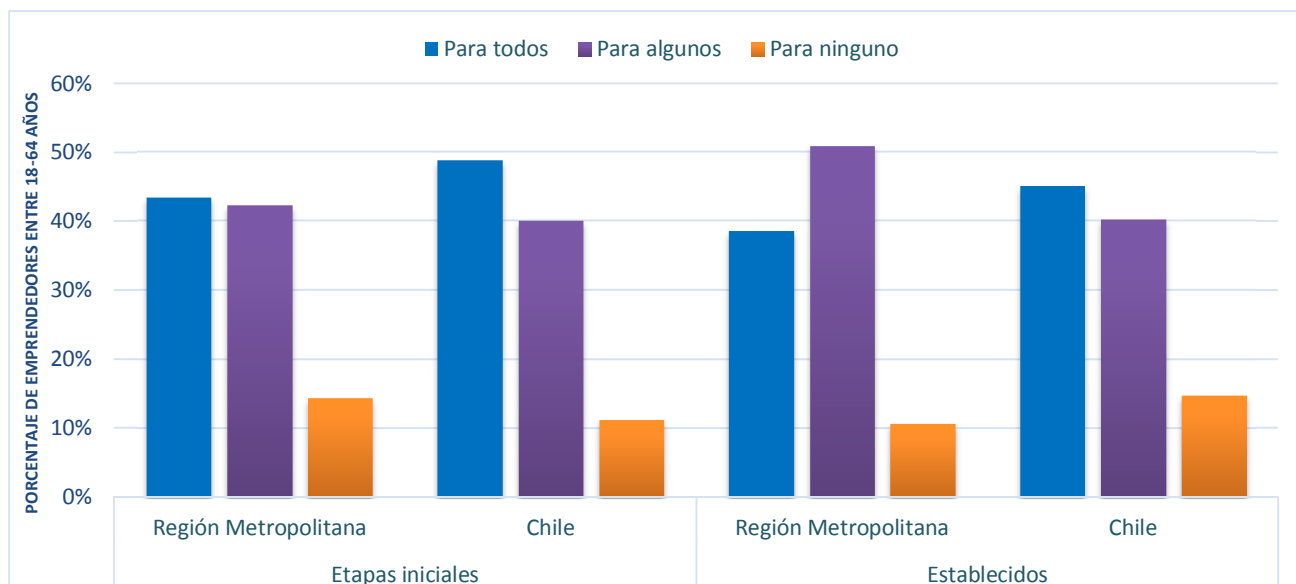
2.10 ORIENTACIÓN A LA INNOVACIÓN

La innovación representa novedad dentro de los mercados y dentro de la industria. El GEM le pregunta a los emprendedores que tan nuevos resultan para sus clientes los productos o servicios ofrecidos y si ellos poseen o no competencia dentro del mercado.

Sabemos que los niveles de innovación se incrementan con el nivel de desarrollo de los países (GEM 2015/2016 Global Report), debido a que éstos poseen mayor acceso a innovación y comunicaciones tecnológicas, profesional y otros servicios industriales.

FIGURA 2.13: NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS OFRECIDOS

¿Qué tan nuevo es su producto o servicio para sus clientes?

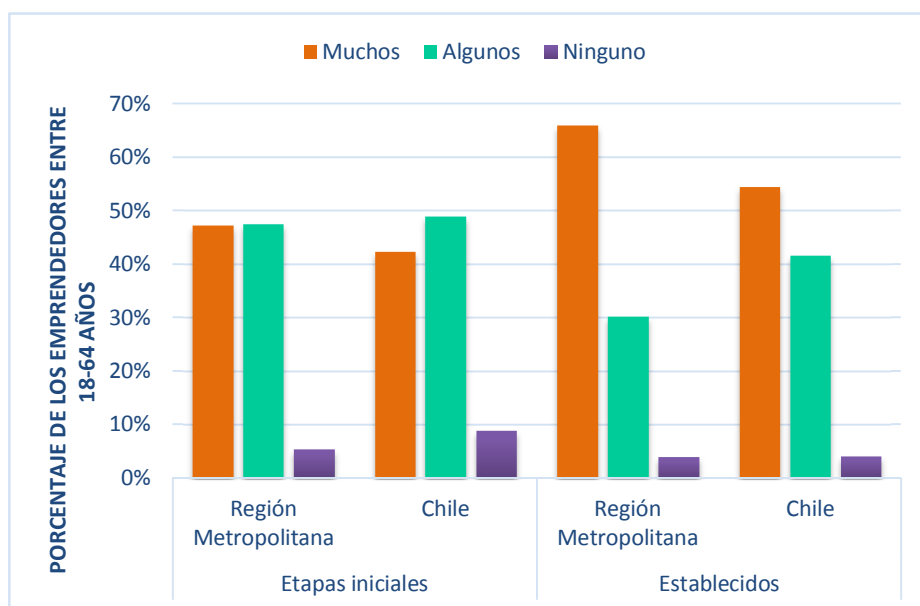


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2014.

La **Figura 2.13** nos muestra la percepción de los propios emprendedores en cuánto a la novedad de sus productos o servicios. El 43% de los emprendedores de la región en etapas iniciales piensa que su producto o servicio resulta ser novedoso para todos los clientes y para establecidos la medición alcanzó el 39%.

FIGURA 2.14: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA

¿Cuántos competidores ofrecen su mismos productos o servicios?



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

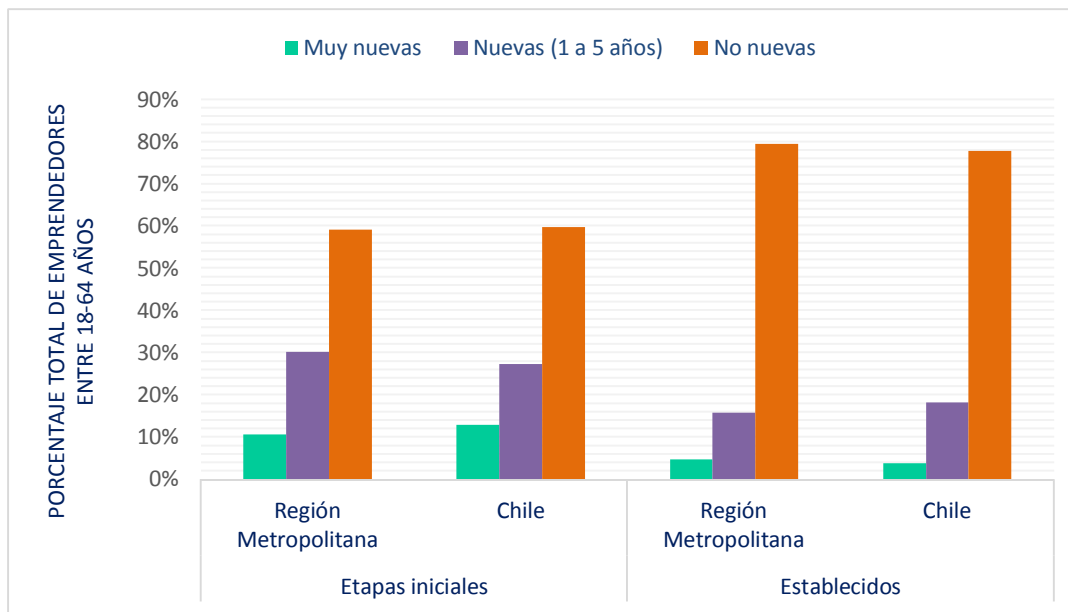
En la Región Metropolitana el 47% de los emprendedores en etapas iniciales considera que tiene muchos competidores, mientras que para los establecidos la medición alcanza el 66%. Para el país la medición es de 425 y 54% respectivamente. Estas cifras no presentan diferencias significativas para la región comparado con la medición anterior. Todo lo anterior se observa en la **Figura 2.14**.

2.11 UTILIZACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

El GEM le pregunta a los emprendedores que tan nuevas son las tecnologías que utilizan dentro de su empresa, en la **Figura 2.15** podemos observar que se repite la tendencia por años, en donde para emprendedores de la región y nacionales en etapas tempranas de actividad emprendedora el 60% aproximadamente declara que sus tecnologías son mayores a cinco años y para el caso de los establecidos la cifra aún es mayor alcanzando el 80%. El avance tecnológico muchas veces no va de la mano con el presupuesto que los emprendedores tienen para adquirir en la producción de sus productos o procesos nuevas tecnologías.

FIGURA 2.15: USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS

¿QUE TAN NUEVA ES LA TECNOLOGÍA O LOS PROCESOS QUE UTILIZA LA EMPRESA?



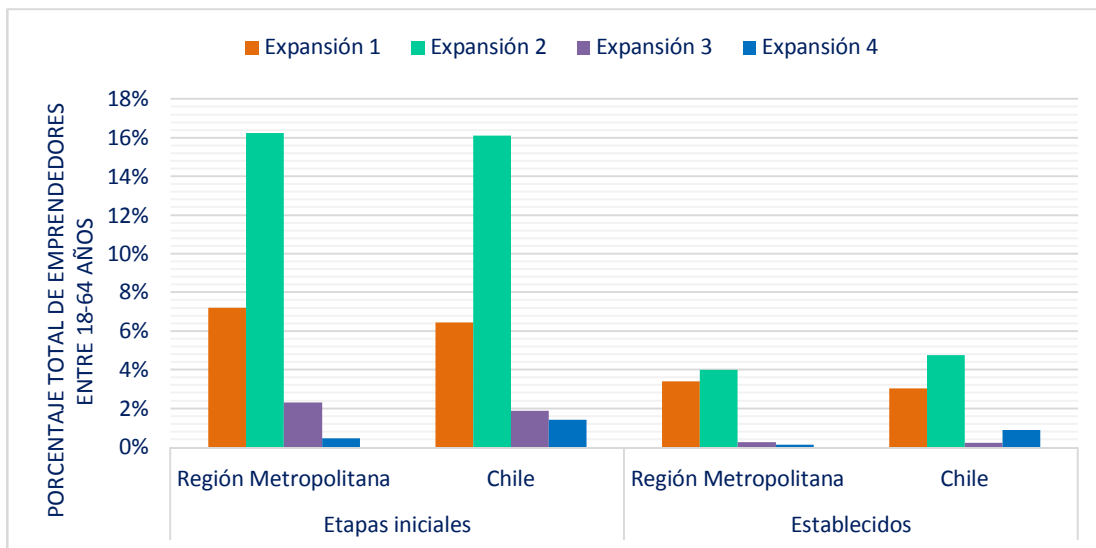
Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

2.12 POTENCIAL DE EXPANSIÓN DE MERCADO

Una de las aspiraciones de los emprendedores es la expansión de mercado. El GEM en su estudio mide 4 tipos de expansión, de escala 1 a 4, donde 4 indica el máximo impacto en cuanto a términos de expansión de mercado, 3 nos da señales de algún potencial de mercado considerando el uso de las tecnologías, 2 indica algún potencial de mercado pero sin uso de las tecnologías y 1 representa escasa expansión de mercado.

La **Figura 2.16** nos muestra los niveles de expansión de mercado, en donde tanto para Chile como para la región los emprendedores se ubican en el nivel dos, para emprendedores en etapas iniciales la medición alcanzo un 16.25% para la región y un 16.4% la medición nacional.

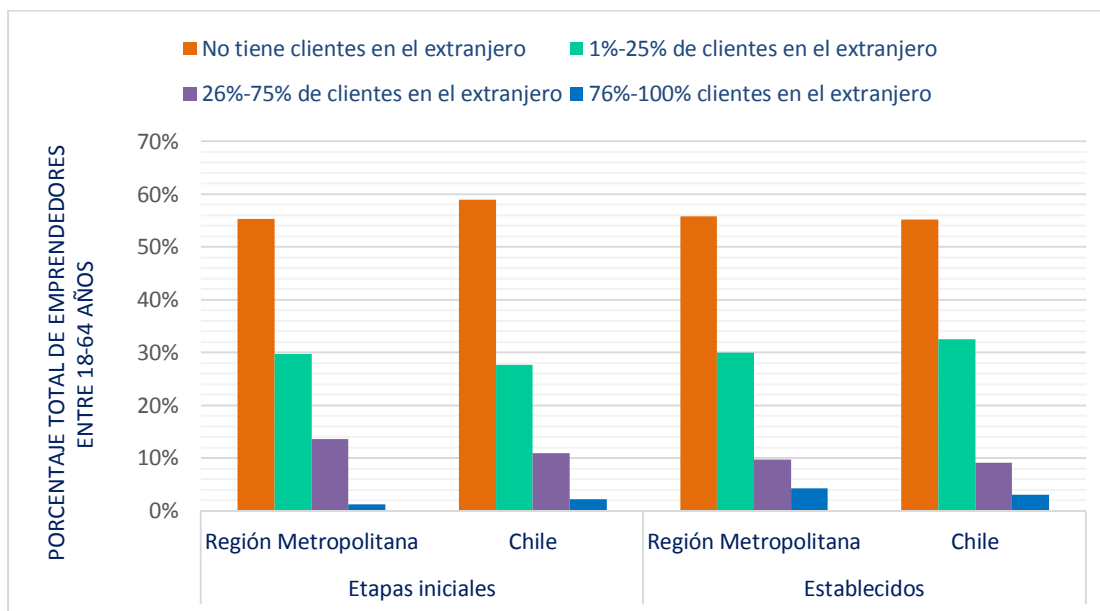
FIGURA 2.16: EXPECTATIVA DE EXPANSIÓN DE MERCADO



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

La orientación a mercados internacionales es una forma de medir las aspiraciones de los emprendedores, poder observar que tan desarrollados están sus productos y/o servicios dentro de otros mercados. La **Figura 2.18** muestra las diferentes mediciones, tanto para emprendedores en etapas iniciales, como para establecidos. Sobre el 50% de los emprendedores tanto en la región como en el país declara no poseer clientes en el extranjero. Un 29.8% de los TEA en la región declara tener entre 1%-25% de clientes en el extranjero y para los establecidos la medición llega al 30.1%. La medición para los que declaran que poseen entre 26%-75% de los clientes en el extranjero para los TEA dentro de la región es de un 13.7% y un 9.7% para los establecidos.

FIGURA 2.17: PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES, SEGÚN ORIENTACIÓN A MERCADOS INTERNACIONALES



Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS), 2015.

3. FACTORES DEL ECOSISTEMA PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN METROPOLITANA

La actividad emprendedora depende de las “Condiciones de la actividad emprendedora”. Estos son una serie de factores que entregan los lineamientos en donde se desarrollan las nuevas empresas y por lo mismo, determinan el ecosistema de emprendimiento.

La NES o Encuesta Nacional de Expertos es parte de la metodología estándar del GEM y está diseñada para estudiar condiciones en donde tiene lugar el emprendimiento y otros tópicos relacionados con éste. Su principal objetivo es obtener las distintas visiones de los expertos en estas condiciones. La NES es similar a otras encuestas que capturan el juicio de los expertos para evaluar condiciones nacionales como el “Índice de Competitividad Global” del World Economic Forum o el índice de “Doing Business” del Banco Mundial.

A continuación 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: (i) el apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento y (ii) ser neutras entre el efecto que ocasionan a las nuevas empresas y a las ya establecidas.
Programas de gobierno	de	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	el	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 éstas están al alcance de las firmas nuevas, las pequeñas y aquellas en crecimiento.
Infraestructura comercial y profesional	y	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	del	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.

La metodología de la encuesta NES delimita que deben existir al menos cuatro expertos por cada condición previamente mencionada, por lo que da un mínimo de 36 expertos por país y también para este caso que estamos analizando la Región Metropolitana son al menos 36 expertos por la región. Estos realizan la evaluación del contexto general.

El cuestionario está diseñado para que sea respondido en una escala Likert de nueve puntos, en donde 1 significa que está totalmente en desacuerdo a 9 que declara estar totalmente de acuerdo.

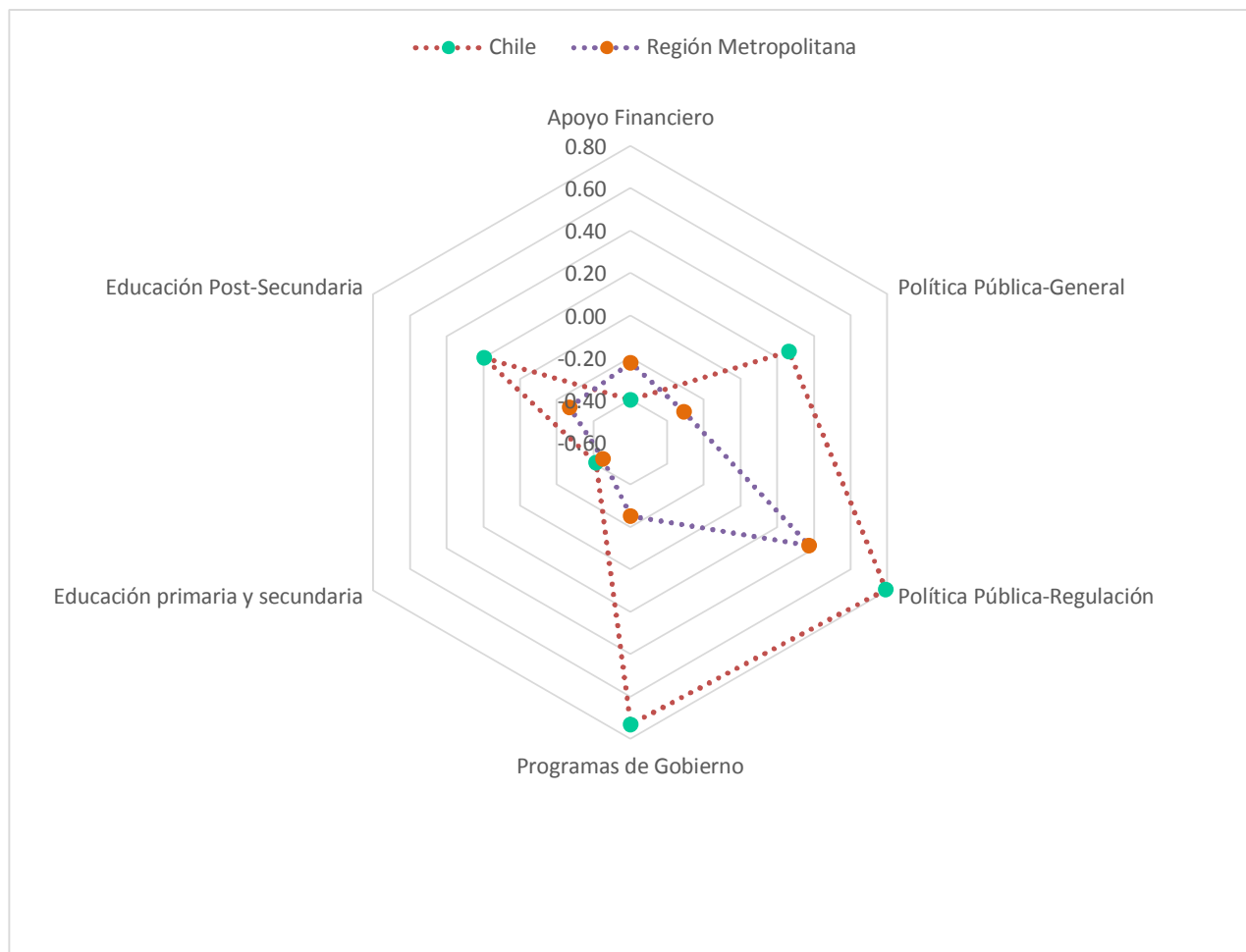
3.1 ANÁLISIS GENERAL DE LAS CONDICIONES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

A continuación se analizarán doce condiciones del ecosistema emprendedor, doce debido a que tres de estas variables se subdividen con el objetivo de obtener información más específica:

- (i) Políticas públicas: se divide en general y de regulación
- (ii) Educación para el emprendimiento: se divide entre básica y superior
- (iii) Dinamismo del mercado: se divide entre dinamismo del mercado y apertura del mercado interno

Las **Figuras 3.1 y 3.2** muestran cada una de estas categorías comparando el país con la Región Metropolitana. Para este análisis se utiliza una escala estandarizada, con media cero, para poder visualizar las diferencias que existen.

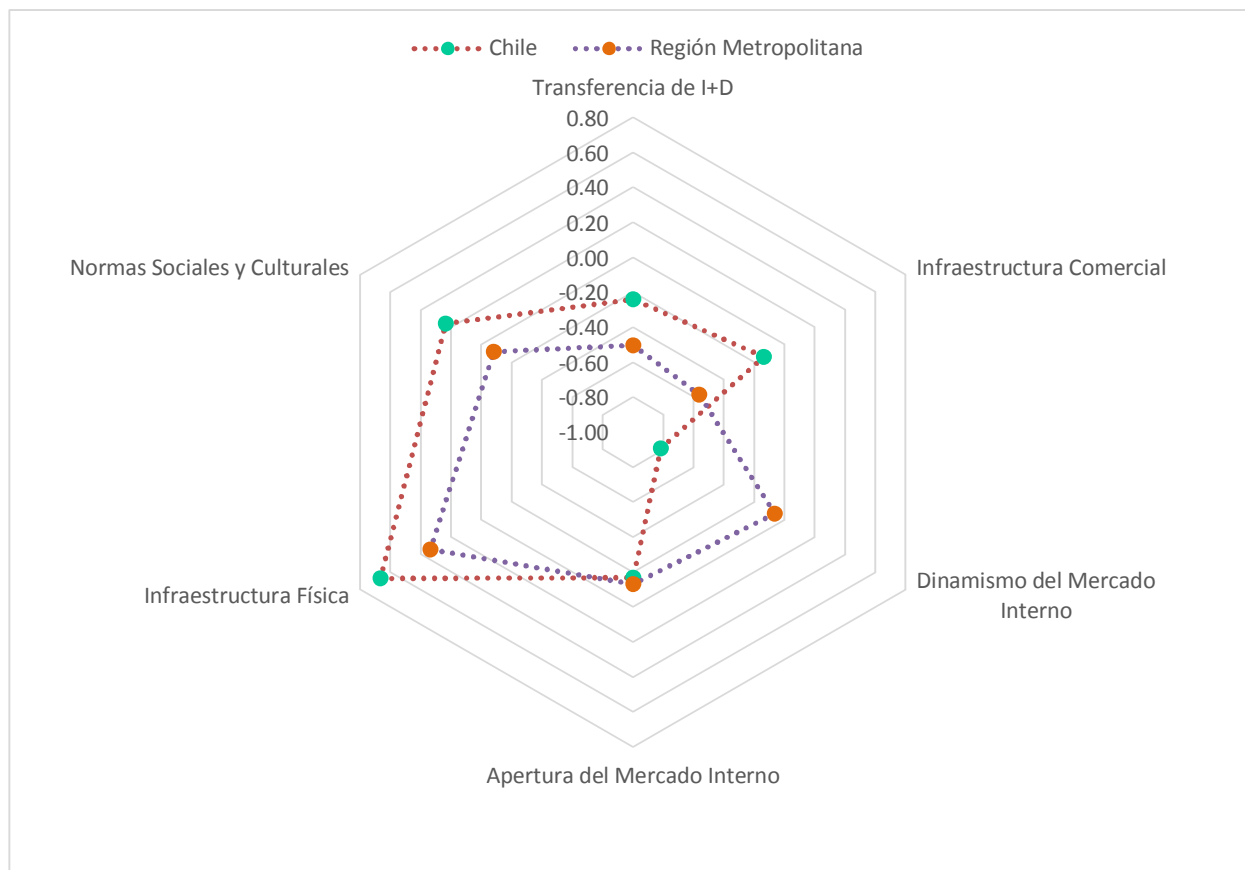
FIGURA 3.1: INDICADORES DEL CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN METROPOLITANA Y EL RESTO DE CHILE (1/2)



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2015.

Siguiendo la tendencia de ciclos pasados en términos de apoyo financiero nuevamente la Región Metropolitana recibe una evaluación mejor que a nivel nacional, debido a que la mayoría de las fuentes de financiamiento y capital resultan ser más accesibles dentro de la región. En política pública general como de regulación sigue estando mejor evaluado el país, es el intento de potenciar iniciativas regional para el fomento del emprendimiento como medida de autoempleabilidad. En términos de educación primaria tienen la misma evaluación, sin embargo, en educación post-secundaria tiene Chile una evaluación positiva versus la Región Metropolitana que está evaluada negativamente, debido a que no se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal, no se entregan los conocimientos específicos para comenzar una empresa, entre otros.

FIGURA 3.2: CONTEXTO PARA EL EMPRENDIMIENTO, EN LA REGIÓN METROPOLITANA Y EL RESTO DE CHILE (2/2)



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales (NES), 2015.

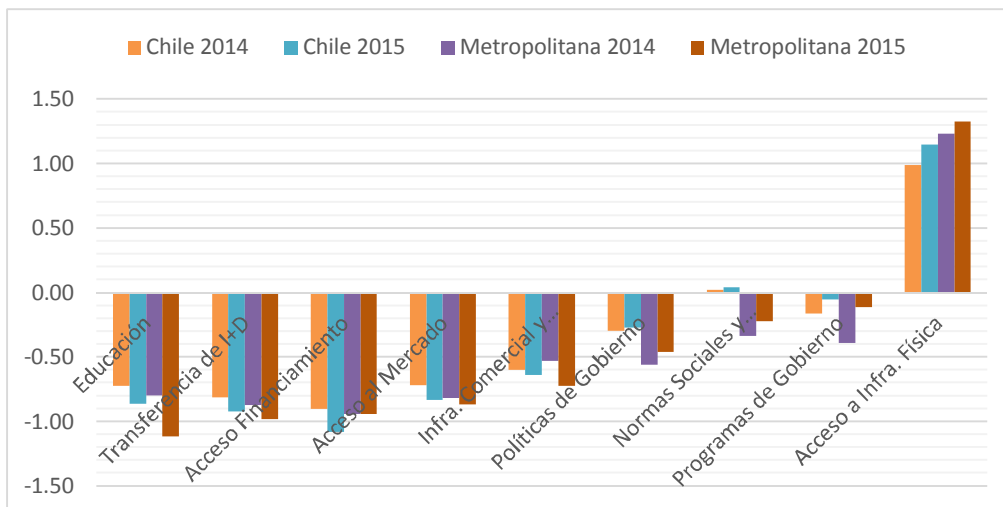
En transferencia de I+D la Región Metropolitana sigue peor evaluada en comparación con el país, los expertos de la región son más críticos en términos de que están en desacuerdo con que las tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas y que el costo de adquirir nuevas tecnologías es muy elevado. En infraestructura comercial también presenta una evaluación menor que la del país. Sin embargo, a pesar de que en dinamismo del mercado la evaluación es negativa es mejor que la comparativa nacional, la Región Metropolitana es donde se concentra mayormente la actividad económica del país y ese es el principal motivo.

Dimensiones como infraestructura física siempre ha sido evaluado positivamente, en general, tanto el país como la región cuentan con buenos accesos a servicios básicos, de telecomunicaciones e infraestructura física. Finalmente, normas sociales y culturales está peor evaluado que a nivel país debido q ue los expertos opinan que en la región no se enfatiza la autosuficiencia, autonomía e iniciativa personal.

3.2 ANÁLISIS ESPECÍFICO DE LAS CONDICIONES DEL CONTEXTO PARA EMPRENDER EN LA REGIÓN METROPOLITANA

Como podemos observar en la **Figura 3.3** la evaluación menor para este año en la Región Metropolitana fue la dimensión de educación, seguido por transferencia de I+D. La única que presenta evaluación positiva fue acceso a infraestructura física, al igual que en los dos ciclos pasado. En general la evaluación de las condiciones para la región es similar a la medición nacional para la mayoría de las dimensiones.

FIGURA 3.3: EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN METROPOLITANA



Fuente: GEM, Encuesta a Expertos Nacionales 2015.

A continuación se presentan las principales conclusiones de cada una de las nueve condiciones evaluadas por los expertos, para este año 2015. Además se añade el módulo de emprendimiento social, que fue el tópico especial este año.

Educación y capacitación para el emprendimiento

Factor -1.11

Con respecto al año pasado esta dimensión tuvo un retroceso significativo, siendo este año la peor evaluada. Sigue siendo una debilidad que en los colegios en la enseñanza primaria y secundaria, no se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal, sumado a que no se aportan los conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado. La variable que obtuvo la peor evaluación fue sin duda, que los expertos consideran que no se le dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas. La percepción de la enseñanza universitaria es mejor, la mitad de los expertos considera que la formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.

Transferencia de I+D

Factor: -0.97

Esta dimensión tuvo una leve disminución respecto al ciclo anterior, esto se explica principalmente porque el 100% de los expertos está de acuerdo en que las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos no se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento. Además de que las empresas nuevas no son capaces de costear las nuevas tecnologías y no existe apoyo suficiente para que los ingenieros y los científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.

Apoyo financiero para el emprendimiento

Factor: -0.94

Este año la dimensión de apoyo financiero no tuvo variación respecto al ciclo anterior, en donde había sido la dimensión peor evaluada. La temática del financiamiento siempre es el punto a discutir cuando se conversa de

emprendimiento, debido a que hay mucho camino por recorrer. A pesar de todos los esfuerzos realizados por el Gobierno, junto a iniciativas privadas el 90% de los expertos asevera que los emprendedores no disponen de suficiente capital propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento y que no existe prácticamente el financiamiento a través de la apertura bursátil para las empresas nuevas y en crecimiento. Sin embargo, el 65% de los expertos cree que hay suficientes subsidios públicos disponibles para este tipo de empresas.

Acceso al mercado interno

Factor: -0.86

Acceso al mercado interno presentó una leve disminución con respecto al ciclo anterior. Esta dimensión tiene relación con el dinamismo del mercado de un año a otro y todo lo relacionado con el correcto funcionamiento del mercado. La mayoría de los expertos considera que para las empresas nuevas y en crecimiento es difícil entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas y solo el 25% de los expertos cree que las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado.

Infraestructura comercial y profesional

Factor: -0.72

Esta dimensión también presentó un retroceso respecto a la evaluación del año pasado. A pesar de que más de la mitad de los expertos piensa que existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento, solo el 18% de ellos creen que los emprendedores pueden costear este tipo de servicios. El 30% de los encuestados aseguran que las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal y el 19% que tienen buen acceso a servicios bancarios como la apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales en el extranjero, notas de crédito, entre otras.

Políticas de Gobierno

Factor: -0.45

Políticas de Gobierno presentó una opinión favorable en comparación con el ciclo anterior por parte de los expertos. Aun así, solo el 21% de los expertos piensa que las políticas de Gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación, y el 34% cree que el apoyo a empresas y en crecimiento es una prioridad del Gobierno Local. A pesar de Tu Empresa en un Día, el 45% de los expertos está en desacuerdo con que las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales en aproximadamente una semana y la carga impositiva sigue siendo un obstáculo y barrera para las empresas nuevas y en crecimiento.

Normas sociales y culturales

Factor: -0.22

Esta dimensión se refiere a cómo las normas culturales y sociales alientan o no acciones individuales que contribuyan a la creación de negocios. Presentó una evaluación desfavorable en comparación con el ciclo anterior. A pesar de todos los esfuerzos el 35% de los expertos está en desacuerdo que las normas sociales y culturales valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal y el 45% creen que enfatizan la autosuficiencia, autonomía y la iniciativa personal. Solo el 22% piensa que los emprendedores se atreven a tomar riesgos.

Programas de Gobierno

Factor: -0.11

Esta dimensión presenta un incremento en la valoración respecto al año pasado. El 64% de los expertos piensa que puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas, contactando un solo organismo público; 59% de los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y el desarrollo de aquellas que están en crecimiento y finalmente, el 39% de los expertos está de acuerdo con que los programas que apoyan a las nuevas y en crecimiento son efectivos.

Acceso a la infraestructura física

Factor: 1.32

Esta dimensión, consistentemente a través de los años ha tenido una valoración positiva. En todas las variables, la aprobación es sobre el 80%, destacando con un 94% de aprobación las infraestructuras físicas como las carreteras, telecomunicaciones, etc. y que éstas proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento. Además, las empresas nuevas son capaces de costear y acceder a sistemas de comunicación como teléfono e internet. La que presenta menor evaluación (82%) tiene relación con que muchas veces a las empresas les resulta difícil poder afrontar los costes de los servicios básicos como el gas, agua, electricidad, etc.

Emprendimiento social

Factor: -0.31

Todos los años el GEM aborda una temática especial, para este ciclo fue Emprendimiento Social y se les consultó a los expertos sobre temáticas que abordan el tema. En general la evaluación fue desfavorable para la dimensión, el 31% de los expertos opina que la gente en situación de pobreza no puede confiar en el Gobierno o en las organizaciones sociales civiles, 23% piensa que el Gobierno muestra una buena capacidad para reunir emprendedores potenciales, empresarios y organizaciones sociales civiles en torno a proyectos específicos de índoles social, ambiental y comunitario. Por otro lado, el 73% de los expertos creen que generalmente, las empresas tienden a resolver de manera más efectiva los problemas sociales, medioambientales y comunitarios, comprando la gestión del Gobierno y de las organizaciones sociales civiles sobre los mismos y solo el 18% de los expertos afirma que existe suficiente financiación público y privada para empresas nuevas y en crecimiento que se involucran en la resolución de problemas sociales y medioambientales.

4. REFERENCIAS

- 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/>
- 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.

5. EXPERTOS CONSULTADOS

Agradecemos, nuevamente, a todos los expertos que, de forma desinteresada, contribuyeron al presente Reporte GEM Región Metropolitana de Santiago 2015. A continuación, el listado de sus nombres. Ante cualquier error y/u omisión en los nombres de la presente lista se ofrecen las disculpas correspondientes.

<u>Adrián Vidaurre</u>	<u>José Fernández</u>
Alan Farcas	José Tomás Arenas
Alberto Belmar	<u>Leonardo Meyer</u>
Aldo Barreto	<u>Manfred Schwerter</u>
Alejandrina Luarte	Margaret Lorena Lengerich
Ana María Correa	María Carla Arellano
Ana María Ponce	Mariano Pola
Andrea Sanz Raab	Michael Yorston
Antonio Lecuna	<u>Natalia Ca</u>
<u>Carlos Poblete</u>	<u>Pablo Munoz</u>
Catalina Misleh	Paloma Grob
Constanza Lengerich	Patricio Rodríguez
Cristobal de Solminihac	<u>Ricardo González</u>
<u>Federico Iriberry</u>	Roberto Bravo
Felipe del Sol	Roberto Opazo
Fernanda Vicente	Rodrigo Chavez
Fernando Larraín	Rodrigo Donoso
<u>Gustavo Dougherty</u>	<u>Santiago Echeverría</u>
<u>Hugo Benedetti</u>	Sebastian Herceg

6.FICHA METODOLÓGICA

6.1 ENCUESTA A POBLACIÓN ADULTA

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

6.2 ENTREVISTAS A EXPERTOS NACIONALES

<i>Muestra</i>	318 expertos de 7 regiones del país más la medición a nivel nacional.
<i>Fecha de Trabajo de Campo</i>	Mayo-Julio 2015.
<i>Encuestador</i>	Miembros del equipo GEM Chile

7. MÁS INFORMACIÓN DEL GEM CHILE

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

<http://www.gemchile.cl/>

Contacto: Adriana Abarca M.

Coordinadora GEM Chile

aabarca@udd.cl

Tel: (562) 23279801

7.1 EQUIPO GEM CHILE

Desde el año 2007, en adelante, el proyecto GEM Chile ha incorporado una perspectiva regional generando alianzas con prestigiosas instituciones. A continuación se presentan los equipos regionales y sus respectivos investigadores, quienes participaron en el ciclo 2015.

Región	Institución	Equipo
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Mariela Llanos Mauricio Vega Hugo Rodríguez Alberto Martínez Evadil Ayala
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Gianni Romaní Miguel Atienza
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Karla Soria Guillermo Honores
Región de Valparaíso	Universidad Técnico Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Paulina Santander Astorga Diego Yáñez Martínez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca
Región del Maule	INACAP	Luz María Verdugo Jiménez Christian Bacciarini González Francisca Gómez Gajardo
Región del Biobío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Jorge Espinoza Claudia Yáñez
	Universidad Técnico Federico Santa María, Sede Concepción	Patricio Rojas
	Universidad del Desarrollo	Vesna Mandakovic Adriana Abarca
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	Claudina Uribe Paulina Sanhueza Valeska Geldres Víctor Valenzuela
Región de Los Lagos	INACAP	Luz María Verdugo Jiménez Christian Bacciarini González Francisca Gómez Gajardo

8. COLABORADOR

El Proyecto GEM Chile es una iniciativa de:

Universidad del Desarrollo

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

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

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

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

Durante los últimos años, el programa de MBA de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo ha ocupado los primeros puestos 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

9. PATROCINADOR

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. Su trabajo se desarrolla en el marco de la política de innovación impulsada por el Gobierno del Presidente Sebastián Piñera.

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: PAÍSES PARTICIPANTES DEL GEM 2015, AGRUPADOS POR REGIÓN GEOGRÁFICA Y DESARROLLO ECONÓMICO

<i>África</i>	Botsuana	Marruecos	
	Burkina Faso	Sudáfrica	
	Camerún		
	Egipto		
	Senegal		
	Túnez		
<i>Asia y Oceanía</i>	India	China	Australia
	Filipinas	Indonesia	Israel
	Irán	Kazajstán	Japón
	Vietnam	Líbano	República de Corea
		Malasia	Taiwán
		Tailandia	
		Turquía	
<i>América Latina y El Caribe</i>		Argentina	Puerto Rico
		Barbados	
		Brasil	
		Chile	
		Colombia	
		Ecuador	
		Guatemala	
		México	
		Panamá	
		Perú	
	Uruguay		
<i>Europa</i>		Bulgaria	Alemania
		Croacia	Bélgica
		Hungría	Eslovaquia
		Letonia	Eslovenia
		Macedonia	España

	Polonia	Estonia
	Rumania	Finlandia
		Grecia
		Irlanda
		Italia
		Luxemburgo
		Noruega
		Países Bajos
		Portugal
		Reino Unido
		Suecia
		Suiza
<i>América del Norte</i>		Canadá
		Estados Unidos