



GEM

Global Entrepreneurship Monitor

REGIÓN DE ANTOFAGASTA, CHILE 2013

Gianni Romaní / Miguel Atienza



aguas
antofagasta





Global Entrepreneurship Monitor

**INFORME DE LA REGIÓN DE
ANTOFAGASTA, CHILE
2013**

Gianni Romaní Chocce.
Miguel Atienza Úbeda.





Global Entrepreneurship Monitor

Informe de la Región de Antofagasta, Chile 2012

Gianni Romaní Chocce.

Miguel Atienza Úbeda.

Centro de Emprendimiento y de la Pyme.

Facultad de Economía y Administración.

Universidad Católica del Norte.

Este estudio ha sido posible gracias al financiamiento de Aguas Antofagasta, la Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo Tecnológico de la UCN y el apoyo del proyecto Fondecyt 1130356: "Geografía del Emprendimiento en Chile". Agradecemos también la ayuda de los expertos regionales y la población adulta que respondió amablemente al cuestionario; de los encuestadores en Antofagasta y del equipo encuestador en Santiago, y de todos los que directa o indirectamente han hecho posible la realización de este estudio.

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

**Global Entrepreneurship Monitor
Informe de la Región de Antofagasta, Chile 2013.
Noviembre 2014.**

Editor: Ediciones Universitarias

Registro de Propiedad Intelectual
Inscripción N° 246818
Santiago Chile.

ISBN: 978-956-287-365-9

Los datos utilizados en este estudio provienen del consorcio Global Entrepreneurship Monitor (GEM), constituido en 2013 por 67 equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Angola, Argelia, Argentina, Austria, Barbados, Bélgica, Bosnia Herzegovina, Botsuana, Brasil, Chile, China, Colombia, Corea del Sur, Costa Rica, Croacia, Dinamarca, Emiratos Árabes, Ecuador, Egipto, El Salvador, Eslovenia, Eslovaquia, Estonia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Ghana, Grecia, Hungría, India, Italia, Irán, Irlanda, Israel, Jamaica, Japón, Latvia, Libia, Lituania, Macedonia, Malasia, Malawi, México, Namibia, Noruega, Países Bajos, Palestina, Pakistán, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido, Rumania, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Surinam, Tailandia, Taiwán, Trinidad y Tobago, Turquía, Uganda, Uruguay, Vietnam y Zambia. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros están publicados en el informe Global Entrepreneurship Monitor 2013, que puede descargarse en línea en www.gemconsortium.org. Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

Diseño, Diagramación y Portada: Cristian Peña

Impreso en Emelnor S.A. Avenida A. Rendic 02 Antofagasta, Chile

Presentación de la Coordinación GEM Región de Antofagasta.

El Proyecto GEM Región de Antofagasta 2013 ha sido desarrollado por académicos adscritos al Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte (UCN).



El CEMP, se creó en agosto de 2007 con el objetivo de fomentar actividades que potencien el desarrollo del espíritu emprendedor en la UCN y en la Región de Antofagasta. Para ello, ha definido tres ejes que orientan su quehacer:

Docencia: el objetivo del CEMP es contribuir a la formación de profesionales con capacidad emprendedora y a la acreditación de académicos de la Universidad en la enseñanza del emprendimiento.

Investigación: este eje tiene como objetivo realizar investigación aplicada de alto impacto en el ámbito del emprendimiento, la dinámica de la Pyme y sus relaciones con el desarrollo regional, y establecer redes de cooperación con otros centros de investigación nacionales e internacionales especializados en los estudios sobre emprendimiento y la Pyme.

Vinculación con el medio: tiene como objetivo difundir resultados de investigación en la comunidad científica nacional e internacional, entre los actores regionales con el fin de contribuir a iniciativas públicas o privadas de desarrollo de la capacidad emprendedora, creación de empresas y desarrollo de las Pymes, y a la formación de un ecosistema emprendedor en el que la Universidad represente un papel relevante como actor del desarrollo regional.

Prefacio.

El emprendimiento ha cobrado tal relevancia en el país que se ha situado como eje de diversos programas públicos y privados que buscan precisamente incentivar el desarrollo local a partir del fomento de una mayor cultura pro-emprendimiento. Para quienes hemos trabajado, estudiado y analizado el fenómeno del emprendimiento en diferentes regiones de Chile, nos alegramos del gran desarrollo de la actividad emprendedora a lo largo de todo país, lo cual se manifiesta en las extraordinarias cifras de creación de nuevas empresas. En este contexto, tengo el agrado de presentar el séptimo Informe Global Entrepreneurship Monitor, GEM, de la Región de Antofagasta que corresponde a los datos obtenidos en 2013.

El GEM mide la dinámica emprendedora de más de sesenta economías, lo cual lo convierte en el proyecto internacional más extenso de investigación sobre emprendimiento. En Chile, con más de una década de mediciones, el GEM se ha constituido en un referente dado su alcance nacional y regional. Durante 2013, se volvieron a estudiar nueve regiones del país y, por primera vez, hemos hecho un estudio específico en una comuna, Peñalolén, con lo cual el GEM es uno de los proyectos de investigación en ciencias sociales más extensos de Chile. Gracias al esfuerzo continuo de académicos y profesionales del ámbito del emprendimiento, el GEM es un aporte importante al proveer de datos primarios comparables en Chile e internacionalmente. Esto reafirma nuestra vocación de seguir ofreciendo información de calidad para entender el complejo fenómeno del emprendimiento en Chile.

Queremos agradecer a las universidades e instituciones regionales asociadas que participaron en 2013, Universidad de Tarapacá, Corporación Privada para el Desarrollo de la Universidad Arturo Prat, Corporación para la Competitividad e Innovación Región de Atacama, Universidad Católica del Norte (sedes de Antofagasta y Coquimbo), Universidad Técnica Federico Santa María (casa central y sede de Concepción), Universidad Católica de la Santísima Concepción, Universidad del Desarrollo (sede Concepción) y Universidad de la Frontera. Agradecemos el valioso tiempo y ayuda de los informantes clave de la Región de Antofagasta que respondieron la encuesta sobre las condiciones regionales para el emprendimiento. Asimismo, nuestro más sincero agradecimiento a los más de 600 hombres y mujeres encuestados de la región que son un pilar fundamental de esta investigación. Finalmente, reconocemos el gran trabajo realizado por el equipo académico del Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte quienes hacen que el proyecto GEM en la Región de Antofagasta se materialice año tras año.

José Ernesto Amorós, PhD
Coordinador GEM Chile.

Contenido

PREFACIO	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xv
EXECUTIVE SUMMARY	xviii
¿QUIÉN ES EL EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA?	xxi
INTRODUCCIÓN	1
1. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM Y PRINCIPALES INDICADORES SOBRE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN EL MUNDO	3
1.1. El Modelo Conceptual del GEM	3
1.1.1. Emprendimiento y desarrollo	3
1.1.2. Emprendimiento: Actitudes, Actividad y Aspiraciones	5
1.1.3. Las Condiciones Marco del Emprendimiento	7
1.2. Definición del Emprendimiento	8
1.3. Metodología del Proyecto GEM	11
1.4. Principales Resultados Internacionales del GEM 2013	12
1.4.1. Actitudes, percepciones y actividad emprendedora en los países participantes en el ciclo GEM 2013	12
2. ACTITUDES, ACTIVIDAD Y ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA ..	17
2.1. La Actitud Emprendedora en la Región de Antofagasta	17
2.2. La Actividad Emprendedora de la Región de Antofagasta	20
2.2.1. Tasas de emprendimiento	20
2.2.2. Motivos de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales	24
2.2.3. Características Demográficas de los Emprendedores	27
2.3. Las Aspiraciones Emprendedoras en la Región	36
2.4. El Financiamiento del Emprendimiento en la Región	41
3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS EXPERTOS	44
3.1. Descripción de la Encuesta A Expertos	44
3.2. Evaluación General del Contexto Emprendedor	46
3.3. Evaluación de las Dimensiones del Contexto Emprendedor	49
3.3.1. Transferencia de I+D (Evaluación: -1,18)	49
3.3.2. Acceso al Financiamiento (Evaluación: -0,98)	54
3.3.3. Infraestructura Comercial y legal (Evaluación: -0,76)	56
3.3.4. Apertura del Mercado Interno (Evaluación: -0,72)	57
3.3.5. Educación y Capacitación para el emprendimiento (Evaluación: -0,71)	57
3.3.6. Políticas de Gobierno (Evaluación: -0,15)	59
3.3.7. Programas de Gobierno (Evaluación: -0,02)	60
3.3.8. Normas Sociales y Culturales (Evaluación: 0,02)	66
3.3.9. Acceso a infraestructura física (Evaluación: 1,14)	68

3.3.10. Oportunidades para el Emprendedor, Capacidad Emprendedora y factores que influyen en el emprendedor	69
3.3.11. Factores que limitan e impulsan el emprendimiento Regional	72
 4. REFLEXIONES EN TORNO AL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN	 77
 REFERENCIAS	 80
EXPERTOS QUE RESPONDIERON LA ENCUESTA REGIONAL 2013	83
EXPERTOS QUE RESPONDIERON LA ENCUESTA NACIONAL 2013	85
SOBRE LOS AUTORES	86
COORDINACIÓN DEL GEM CHILE	87
EQUIPOS REGIONALES QUE PARTICIPARON EN EL PROYECTO GEM CHILE 2013	88
PRESENTACIÓN DE LOS AUSPICIADORES	89

Índice de Tablas.

TABLA 1. ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRENDEDORAS EN PAÍSES DEL GEM 2013 POR REGIÓN GEOGRÁFICA	14
TABLA 2. PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO	19
TABLA 3. FACTORES DE PERCEPCIÓN GENERAL SOBRE EL EMPRENDIMIENTO	20
TABLA 4. APROXIMACIÓN DEL NÚMERO DE HABITANTES DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA INVOLUCRADOS EN ALGUNA ETAPA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	24
TABLA 5: NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO DE LOS EMPRENDEDORES	41
TABLA 6: MONTO DE INVERSIÓN DE LOS INVERSIONISTAS INFORMALES	42
TABLA 7: BRECHA EN EL FINANCIAMIENTO DE LOS EMPRENDEDORES	43

Índice de Cuadros.

CUADRO 1. GLOSARIO DE LAS PRINCIPALES MEDIDAS Y TERMINOLOGÍA	xiv
CUADRO 2. DIFERENCIAS ENTRE EL GEM Y LOS REGISTROS DE ACTIVIDADES DE EMPRESAS	9

Índice de Figuras

FIGURA 1. LAS 10 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	xxi
FIGURA 2. CARACTERÍSTICAS DE LAS FASES DE DESARROLLO Y FOCO PRINCIPAL	4
FIGURA 3. EL MODELO CONCEPTUAL DEL GEM	8
FIGURA 4. EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERACIONALES DEL GEM	10
FIGURA 5. TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES PARA LOS 67 PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2013, SEGÚN FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO	16
FIGURA 6. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES	21
FIGURA 7: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR COMPOSICIÓN	22
FIGURA 8. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR ETAPAS 2012-2013	22
FIGURA 9. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR ETAPAS Y REGIONES	23
FIGURA 10. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR OPORTUNIDAD	24
FIGURA 11. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR NECESIDAD	25
FIGURA 12. EMPRENDEDORES NACIENTES POR OPORTUNIDAD Y NECESIDAD	26
FIGURA 13. MOTIVOS DEL EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES POR OPORTUNIDAD	26
FIGURA 14. TIPOS DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR RANGOS DE EDAD	27
FIGURA 15. PROPORCIÓN DE RANGOS DE EDAD POR TIPO DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	28
FIGURA 16. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR TIPO Y GÉNERO	28
FIGURA 17. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR NIVEL EDUCATIVO	29
FIGURA 18. NIVEL DE EDUCACIÓN Y TIPO DE EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES	30
FIGURA 19. NIVEL DE INGRESOS Y TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	30
FIGURA 20. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN INGRESO FAMILIAR	31
FIGURA 21. SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES	32
FIGURA 22. SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRESARIOS ESTABLECIDOS	32
FIGURA 23. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR SECTOR ECONÓMICO	33
FIGURA 24. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA ESTABLECIDA POR SECTOR ECONÓMICO	34
FIGURA 25. PROPORCIÓN DE LA POBLACIÓN QUE HA DISCONTINUADO O CERRADO SU NEGOCIO EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES	35
FIGURA 26. NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LOS EMPRENDEDORES	37
FIGURA 27. CANTIDAD PERCIBIDA DE COMPETIDORES CON PRODUCTOS O SERVICIOS SIMILARES	37
FIGURA 28. USO DE TECNOLOGÍA RECIENTE EN LOS PROCESOS O SERVICIOS	38
FIGURA 29. ASPIRACIONES EN LA EXPANSIÓN DE MERCADO	39
FIGURA 30. CLIENTES EN EL EXTRANJERO DE LOS EMPRENDEDORES POR ETAPAS	40
FIGURA 31: VÍNCULO DE LOS INVERSIONISTAS INFORMALES CON LOS EMPRENDEDORES	42
FIGURA 32: RETORNO ESPERADO DE LOS INVERSIONISTAS INFORMALES EN ANTOFAGASTA	43
FIGURA 33. EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA 2013	46
FIGURA 34. EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN 2007-2013	48
FIGURA 35. EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN Y EN CHILE EN 2013	49
FIGURA 36. EVALUACIÓN DE LA TRANSFERENCIA DE I+D	50
FIGURA 37. LEGISLACIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL	53
FIGURA 38. EVALUACIÓN DE LA INNOVACIÓN	54
FIGURA 39. EVALUACIÓN DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EL EMPRENDIMIENTO	55

FIGURA 40. EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y LEGAL	56
FIGURA 41. EVALUACIÓN DE LA FACILIDAD PARA ACCEDER A NUEVOS MERCADOS Y CLIENTES	57
FIGURA 42. EVALUACIÓN DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO	58
FIGURA 43. EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO EXISTENTES	60
FIGURA 44. EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO	61
FIGURA 45. EVALUACIÓN DE LA PREOCUPACIÓN DEL GOBIERNO POR EL DESARROLLO DE EMPRESAS CON POTENCIAL DE CRECIMIENTO	64
FIGURA 46. EVALUACIÓN DE LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	66
FIGURA 47: VALORACIÓN SOCIAL DE SER EMPRESARIO	68
FIGURA 48. EVALUACIÓN DEL ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA	69
FIGURA 49. EVALUACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES DISPONIBLES	70
FIGURA 50. CAPACIDAD DE FORMAR UNA NUEVA EMPRESA	71
FIGURA 51. EMPRENDIMIENTO Y BIENESTAR EN LA REGIÓN	72
FIGURA 52. FACTORES QUE LIMITAN O PERJUDICAN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	72
FIGURA 53. FACTORES QUE IMPULSAN EL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN	74
FIGURA 54. FACTORES DONDE SE PUEDE MEJORAR EL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN	75

Cuadro 1. Glosario de las principales medidas y terminología

Medida	Descripción
Actitudes y Percepciones Emprendedoras	
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años (excluidos aquellos individuos que están involucrados en alguna actividad emprendedora) que observa buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años (excluidos aquellos individuos que están involucrados en alguna actividad emprendedora) que cree que tiene los conocimientos y las habilidades para iniciar un negocio.
Intención emprendedora	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años de edad (excluidos aquellos individuos que están involucrados en alguna actividad emprendedora) que quiere iniciar un negocio dentro de los tres próximos años.
Tasa de temor al fracaso	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años de edad (excluidos aquellos individuos que están involucrados en alguna actividad emprendedora) que indica que el miedo al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio.
Emprendimiento como una carrera deseable	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años de edad quienes están de acuerdo con la expresión de que en su país/región, la mayoría de las personas consideran iniciar un negocio como una elección de carrera deseable.
Atención mediática al emprendimiento	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años de edad que están de acuerdo con la expresión de que en su país/región, con frecuencia ven historias en los medios públicos de comunicación acerca del éxito de los nuevos negocios.
Indicadores de la Actividad Emprendedora de la población adulta	
Tasa de emprendedores naci- entes	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años involucrado en la puesta en marcha de un nuevo negocio (start up) y que ha manifestado que tiene o tendrá propiedad de una parte del mismo; este negocio NO ha pagado salarios, sueldos o cualquier otra compensación más de tres meses.
Tasa de nuevos empresarios	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que tiene toda o parte de la propiedad y dirección de un negocio y que está pagando salarios entre tres y 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA)	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que es emprendedor naciente y nuevo empresario.
Tasa de emprendedores estab- lecidos	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años de edad que tiene actualmente la propiedad y dirección de un negocio establecido y que lleva pagando salarios más de 42 meses.
Tasa de actividad emprend- edora total.	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que está emprendiendo en etapas iniciales más los emprendedores establecidos (como se definió arriba).
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora.	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años, que discontinuó su negocio en los 12 últimos meses ya sea por venta, cierre u otro motivo que le obligó a dejar la propiedad y gestión del negocio. Nota: NO es una medida de fracaso empresarial.
Actividad Emprendedora impul- sados para mejorar la oportuni- dad identificada	Porcentaje de aquellos involucrados en la actividad emprendedora en etapa inicial (como definido anteriormente) quienes (i) declaran ser motivados por oportunidad en oposición a no tener otra opción de trabajo; y (ii) quienes indican que el principal motivo para estar involucrado en esta oportunidad es ser independiente o incrementar su ingreso, en lugar de mantener sus ingresos.
Aspiraciones Emprendedoras	
Actividad emprendedora en etapas iniciales con expectativa de alto crecimiento.	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que es emprendedor naciente y nuevo empresario (como se definió arriba) que espera crear al menos veinte empleos en los próximos cinco años.
Actividad emprendedora en etapas iniciales con expectativa de alto crecimiento: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales (como definido anteriormente) que esperan crear al menos veinte empleos en los próximos cinco años.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a nuevos productos o mercados: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapa inicial que indican que sus productos o servicios son nuevos, al menos para alguno de sus clientes e indica que pocos negocios ofrecen el mismo producto o servicio.
Actividad emprendedora en etapa inicial orientada a sectores tecnológicos: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapa inicial que se encuentran en el sector de "tecnología de punta" o "tecnología media", de acuerdo a la clasificación de la OCDE (2003).

Resumen Ejecutivo

Actividad emprendedora

- Por tercer año consecutivo, la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales supera el 20%. En 2013, un 25,4% de la población adulta de la Región de Antofagasta está involucrada en actividades emprendedoras de duración menor o igual a los tres años y medio. Esto supone un ligero aumento respecto a 2012 (24,7%). Influyó en este resultado el incremento más que proporcional de la tasa de emprendedores nacientes, que pasó de un 14,9% en 2012 a un 18,2% en 2013, mientras que la tasa de emprendedores nuevos y establecidos ha disminuido.
- La tasa de los emprendedores con más de tres años y medio de actividad ha disminuido significativamente, de un 7,3% a un 4,9% en 2013. En consecuencia, la brecha entre emprendedores en etapas iniciales y establecidos se ha ampliado aun más y muestra, una vez más, la vulnerabilidad de los negocios de los emprendedores locales.
- La tasa de emprendimiento en etapas iniciales por necesidad ha tenido, además, un incremento considerable, de un 2% en 2012 a un 4,6% en 2013. Mientras que la tasa por oportunidad ha disminuido levemente en ese mismo periodo, de un 21,7% a un 20,8%: Pese a ese resultado, Antofagasta, presenta la tasa de emprendimiento por oportunidad más alta del país.

Actitud emprendedora

- La percepción de la población sobre temas relacionados con el emprendimiento no ha variado significativamente. Más de un 70% declara que la creación de empresas es considerada una buena carrera o profesión y que hay un reconocimiento social al empresario exitoso. Un 62,2% considera que cada vez es más frecuente ver historias de emprendedores en los medios de comunicación.
- Destaca, una vez más, la percepción positiva de las oportunidades de emprender en la región. Por séptimo año consecutivo, supera significativamente al conjunto del país, con independencia de si la persona está o no involucrada en alguna etapa del proceso emprendedor. Una vez más, Antofagasta es percibida como una región de oportunidades.
- La percepción de las habilidades y capacidades de los emprendedores es también positiva. Sin embargo, hay diferencias significativas entre las personas que están involucradas en alguna etapa del proceso emprendedor y las que no lo están. En las primeras, es mayor el porcentaje de respuestas afirmativas que en las segundas. Lo mismo ocurre con el temor al fracaso, mayor en las personas no vinculadas al proceso emprendedor. En estos aspectos, no hay diferencias significativas entre la región y el país.

Aspiraciones Emprendedoras

- Pese a la elevada tasa de emprendimiento por oportunidad, las aspiraciones de los emprendedores no han variado significativamente, lo que repercute en la calidad de sus emprendimientos. Por séptimo año consecutivo, predominan los negocios de servicios a las personas. No se observa un aumento de la diversificación sectorial del emprendimiento local, ni mejoras en la percepción de su competitividad, ni en la novedad de los productos o servicios. Más del 60% de los emprendedores todavía usa tecnología con más de cinco años y aspira ampliar su mercado sin usar tecnología.
- Un resultado alentador es el aumento de los clientes en el extranjero, aunque este resultado hay que tomarlo con mucha cautela. La proporción de emprendedores que no exporta disminuye y crece significativamente el porcentaje que declara tener entre un 1% y un 25% de sus clientes en el extranjero. En el caso de los emprendedores en etapas iniciales, aumenta de un 48,6% en 2012 a un 84,8% en 2013.
- Otro resultado menos alentador es que los emprendedores sobreestiman los productos o servicios que ofrecen, más del 55% de los emprendedores en etapas iniciales y establecidos considera que sus productos o servicios son nuevos para todos, y más de un 60% de los que están en las primeras etapas del proceso emprendedor consideran que sus productos o servicios tienen pocos o ningún competidor.
- Las aspiraciones de los emprendedores respecto a la generación de empleos en los próximos cinco años ha disminuido. En 2013 el porcentaje de emprendedores con la intención de crear más de 19 puestos de trabajo ha disminuido de un 4,5% a un 2,4%.

Contexto emprendedor en la región

- La evaluación del contexto emprendedor regional sigue siendo fundamentalmente negativa pero está mejorando desde 2007. Las dimensiones que han evolucionado favorablemente son: Políticas de gobierno, Programas de gobierno, Normas sociales y culturales, Acceso a infraestructura física y Educación y capacitación. En contraste, las dimensiones de Transferencia de I+D, Acceso a Financiamiento, Infraestructura comercial y legal y Acceso al mercado interno continúan con mala evaluación.
- Los juicios de los expertos nacionales respecto al contexto emprendedor son menos severos y próximos a los regionales.
- Los expertos regionales comparten la visión de que la Región de Antofagasta ofrece buenas oportunidades de negocio, pero, al mismo tiempo, perciben que los emprendedores no tienen ni las capacidades ni las competencias necesarias para crear una empresa de alto potencial de crecimiento y que hay más oportunidades de las que los emprendedores son capaces de abordar con éxito.

- Un 90% o más de los expertos considera que habitualmente los emprendedores parecen estar más satisfechos con su vida personal y profesional comparados con aquellos que no están involucrados en actividades emprendedoras. Un 74% de los emprendedores considera que las regulaciones laborales vigentes permiten que las personas puedan compatibilizar su vida personal con la profesional, mientras que la mitad de los expertos percibe que las condiciones generales no permiten alcanzar ese equilibrio.
- Según los expertos, los factores que obstaculizan la actividad emprendedora en la región son: el Acceso al financiamiento, el Contexto político, institucional y social y la Educación y capacitación, mientras que los factores que promueven el emprendimiento son: el Clima económico, los Programas de gobierno y las Políticas de gobierno. Entre las propuestas para promover la actividad, destacan: mejorar el acceso al financiamiento, la educación y capacitación en todos los niveles, con énfasis en el nivel básico y medio, y que las políticas de gobierno sean más focalizadas así como que las prioridades de los gobiernos locales sean las mismas del gobierno.

Los resultados de este séptimo informe muestran que la actividad emprendedora en la Región de Antofagasta ha dado un salto cuantitativo importante en estos tres últimos años, sin embargo las aspiraciones y las expectativas de los emprendedores no acompañan a ese crecimiento explosivo. El gran desafío para la región, en esta nueva etapa, es hacer que esas expectativas y aspiraciones de los emprendedores den un salto cualitativo e influyan en la calidad de los emprendimientos y que éstos se transformen en productivos y agreguen valor a la economía regional.

Executive Summary

Entrepreneurial Activities

- For the third consecutive year, the rate of entrepreneurial activities in the initial stages exceeded 20%. In 2013, 25.4% of the adult population in the Antofagasta Region was involved in entrepreneurial activities for three and a half years or less. This assumes a slight increase compared to 2012 (24.7%). Influencing this result was the more than proportional increase in the rate of nascent entrepreneurs that moved from 14.9% in 2012 to 18.2% in 2013, whilst the rate of new and established entrepreneurs has dropped.
- The rate of entrepreneurs with more than three and a half years of activity has dropped significantly from 7.3% to 4.9% in 2013. As a consequence, the gap between the entrepreneurs in the initial stages and the established entrepreneurs has widened even further and shows, once again, the vulnerability of the businesses of the local entrepreneurs.
- The rate of necessity entrepreneurship in the initial stages has also had a considerable increase, from 2% in 2012 to 4.6% in 2013, whilst the rate due to opportunity has dropped slightly over the same period from 21.7% to 20.8%: Despite this result, Antofagasta, presents the highest rate of opportunity entrepreneurship in the country.

Entrepreneurial Attitude

- The people's perception of entrepreneurship has not changed significantly. More than 70% considers the creation of companies to be a good career or profession and that there is social recognition of successful business people. 62.2% considers that it is more and more frequent to see stories about entrepreneurs in the news.
- Once again, the positive perception of the opportunities for business in the region is highlighted. For the seventh consecutive year, it significantly exceeds the rest of the country, independently of whether the person is involved in any entrepreneurial stage or not. Once again, Antofagasta is seen as a region of opportunities.
- The perception of skills and capabilities of the entrepreneurs is also positive. However, there are significant differences between people involved in some stage of the entrepreneurial process and those that are not. In the first group, the percentage of positive answers is greater than in the second. The same occurs with fear of failure, greater in people not involved with the entrepreneurial process. In these aspects, there are no significant differences between the region and the country.

Entrepreneurial Aspirations

- Despite the high opportunity entrepreneurship rate, the aspirations of the entrepreneurs have not varied greatly, affecting the quality of their enterprises. For the seventh consecutive year, the services businesses to people are predominant. No increase is seen in the diversification of the local entrepreneurial activities, or improvements in the perception of their competitiveness, or in the novelty of their products or services. More than 60% of the entrepreneurs are still using technology that is more than five years old and they aspire to extend their market without using technology.
- An encouraging result is the increase in overseas clients, although this result should be taken with great caution. The rate of entrepreneurs that do not export has dropped and the percentage that has between 1% and 25% of their clients overseas has increased. In the case of entrepreneurs in the initial stages, increased from 48.6% in 2012 to 84.8% in 2013.
- Another, less encouraging, result is that the entrepreneurs overestimate the products or services they offer and more than 55% of the entrepreneurs in the initial stages and the established ones consider that their products or services are new for everyone, and more than 60% of those in the initial entrepreneurial stages consider that their products or services have few or no competitors.
- The aspirations of the entrepreneurs with regards to the generation of employment during the next five years have dropped. In 2013, the percentage of entrepreneurs with the intention of creating more than 19 employment positions has diminished from 4.5% to 2.4%.

Entrepreneurial context in the region

- The assessment of the regional entrepreneurial context is still basically negative, but has been improving since 2007. The dimensions that have shown a favourable evolution are: Government policies, Government programs, Social and cultural norms, Access to physical infrastructure and Education and training. In contrast, the dimensions of I+D Transferral, Access to Financing, Commercial and legal infrastructure and Access to the internal market continue to be poorly assessed.
- The opinions of national experts regarding the entrepreneurial context are less severe and closer to the regional opinions.
- The regional experts share the view that the Antofagasta region offers good business opportunities, but at the same time, see that the entrepreneurs have not had the skills or competencies necessary to create a company with a high growth potential and that there are more opportunities than those that the entrepreneurs are capable of dealing with successfully.

- 90% or more of the experts consider that the entrepreneurs habitually seem very satisfied with their personal and professional lives, compared with those that are not involved in entrepreneurial activities. 74% of the entrepreneurs consider that the current labour regulations allow people to make their personal and professional lives compatible, whilst half of the experts see that the general conditions do not allow this balance to be reached.
- According to the experts, the factors that hinder the entrepreneurial activities in the region are: Access to financing, the Political, institutional and social Context and Education and training, whilst the factors that promote them are: the Economic climate, Government programs and Government policies. Among the proposals to promote the activity are: improving access to financing, education and training at all levels, with emphasis on the basic and mid-levels, and for the government policies to be more focussed, so that the priorities of local government are the same as those of the government.

The results of this seventh report show that the entrepreneurial activity in the Antofagasta Region has taken an important, quantitative leap over the last three years, however, the aspirations and expectations of the entrepreneurs do not accompany this explosive growth. The big challenge for the region, in this new stage, is to encourage these expectations and ambitions of the entrepreneurs to make a qualitative leap and to influence the quality of the entrepreneurial activities so that they become more productive and add value to the regional economy.

¿Quién es el emprendedor de la Región de Antofagasta?

Figura 1. Las 10 características del emprendedor



Introducción.

El proyecto GEM empezó en 1999 y, desde entonces, ha tenido un proceso de expansión y revisión continua. La expansión se refiere al número de países que participan, 67 en 2013, y la revisión continua, a la ambición explicativa del modelo conceptual que plantea el GEM. Desde 2008, este modelo se amplió para analizar qué características y qué papel representa el emprendimiento según la etapa del desarrollo de los países a partir del Informe de Competitividad Global, elaborado por el Foro Económico Mundial. Con ello, el proyecto GEM avanza en sus tres grandes objetivos:

- Medir el nivel de actividad emprendedora en cada uno de los países participantes y compararlos entre sí;
- Analizar los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora; e
- Identificar áreas de oportunidad, que permitan la creación de políticas públicas y recomendaciones para mejorar el nivel de actividad emprendedora.

Otro de los avances relevantes de este proyecto es el reconocimiento de que, dentro de cada país, el emprendimiento tiene distintas manifestaciones y contribuye al desarrollo local de diversas maneras. Esto ha hecho que cada vez más países incorporen en sus estudios la dimensión regional. Destacan las experiencias de España e Inglaterra, donde el GEM posee representatividad estadística para casi todas sus regiones, de modo que, tanto los investigadores como los políticos cuentan con bases de datos que pueden equipararse a los registros públicos de empresas, con la ventaja de contar con información adicional sobre las características de los emprendedores y empresarios. En América Latina, Chile inició este esfuerzo en 2007, le siguió Colombia en 2010. Este año, son nueve las regiones involucradas en proyecto GEM Chile y se espera que en los próximos años, se incorporen las otras regiones faltantes.

El Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) fue pionero en el estudio sobre la actividad emprendedora en la Región de Antofagasta incorporándose al proyecto GEM Chile en 2007. Desde entonces, la región ha experimentado importantes cambios económicos, políticos y sociales. El 2013, considerado por el gobierno de Chile como “Año de la Innovación”, fue tan especial como el “Año del Emprendimiento” en 2012, ya que se realizaron numerosas actividades para promover la Innovación y el Emprendimiento. Se crearon y reestructuraron programas de fomento y apoyo a los nuevos negocios. Como resultado, la innovación y el emprendimiento se han instalado como temas de interés en la academia, la política y la sociedad en general. Este séptimo informe da cuenta de la actitud, la actividad y las aspiraciones emprendedoras en 2013.

El informe utiliza información de dos fuentes principales. La primera es una encuesta telefónica aplicada a una muestra representativa de adultos sobre las actitudes, aspiraciones y actividad de los adultos involucrados en alguna etapa del proceso emprendedor. La segunda fuente de datos es una encuesta aplicada a las personas que están directa o indirectamente involucradas en el proceso emprendedor, denominadas “expertos”. Esta encuesta mide sus percepciones sobre el entorno emprendedor regional. En 2013, además, se ha incorporado una dimensión a la encuesta de los expertos vinculada con el bienestar.

El informe tiene tres partes: la primera presenta el Proyecto GEM, su modelo conceptual, definiciones operacionales, condiciones de contexto y los principales indicadores de la actividad emprendedora por grupo de países, destacando los resultados de Chile. En la segunda parte, se analizan los resultados sobre las actitudes, actividad, aspiraciones y financiamiento de los emprendedores en la Región de Antofagasta a partir del análisis de las encuestas a la población adulta. La tercera parte muestra la valoración de los expertos regionales sobre el contexto emprendedor. Por último, se concluye con algunas reflexiones en torno al emprendimiento en la Región de Antofagasta.

1. Global Entrepreneurship Monitor - GEM y Principales indicadores sobre la actividad emprendedora en el mundo.

1.1. El Modelo Conceptual del GEM¹.

Antes de describir el modelo conceptual del GEM, que sirve de base para el análisis de la información, es importante tener clara la relación del emprendimiento con el desarrollo económico, así como con el contexto emprendedor y las actitudes, aspiraciones y actividad de los individuos. A continuación, se desarrollan cada uno de estos aspectos.

1.1.1. *Emprendimiento y desarrollo*

Existe un amplio consenso sobre la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico (Acs, 2006; Audretsch, 2007; Wennekers, van Stel, Carree y Thurik, 2010). Los emprendedores aceleran los cambios estructurales de la economía y fuerzan a las empresas maduras a ser más competitivas, contribuyendo así a mejorar la productividad. Se reconoce, además, que los emprendedores, sobre todo los de alto impacto, contribuyen de forma significativa a la creación de empleo (Acs, Parsons y Tracy, 2008).

La influencia de los emprendedores varía según el nivel de desarrollo económico de los países (Wennekers et al., 2005; Gries y Naude, 2008). Se sabe que el grado de necesidad que conduce al autoempleo es especialmente alto en países con bajo nivel de desarrollo económico, donde la economía no es capaz de crear suficiente empleo en sectores altamente productivos. A medida que un país se desarrolla, su nivel de actividad emprendedora por necesidad declina gradualmente ya que sus sectores productivos crecen y ofrecen más oportunidades de empleo. Al mismo tiempo, el emprendimiento motivado por la oportunidad tiende a elevarse, introduciendo un cambio cualitativo en la actividad emprendedora total. La disminución de la actividad emprendedora por necesidad seguida del incremento del emprendimiento por oportunidad en función del desarrollo de los países, es conocida como la hipótesis de la curva con forma de "U".

Si bien esta hipótesis ha recibido apoyo académico, no refleja totalmente la complejidad de la relación entre el emprendimiento y el desarrollo. Por ello, en 2009 la asociación del GEM (GERA, Global Entrepreneurship Research Association) introdujo una diferenciación más matizada en las fases del desarrollo económico, siguiendo la tipología de Porter, Sachs y McArthur (2002), del Informe de Competitividad Mundial, que distingue entre "economías basadas en los factores de producción", "economías basadas en la eficiencia" y "economías basadas en la innovación" (figura 2).

¹ Este apartado está basado en el informe GEM 2010 Global Report de Kelley et al (2011) disponible en www.gemconsortium.org.

Es importante reconocer que las tres principales etapas del desarrollo (basados en los factores de producción, la eficiencia y la innovación) están presentes en todas las economías nacionales, pero su prevalencia relativa varía en cada país. La tipología propuesta señala que cada fase del desarrollo económico tiene una combinación diferente de estos tres tipos de actividades. Las tres fases están denominadas de acuerdo a la actividad que es más preponderante. De igual modo, cada fase presenta condiciones del marco emprendedor que varían.

En las economías basadas en recursos, el énfasis está puesto en los requisitos básicos: el desarrollo de las instituciones, la infraestructura, la estabilidad macroeconómica, la salud y la educación primaria. Estos requisitos básicos ayudan a sostener el emprendimiento por necesidad, pero no contribuyen del todo a facilitar el emprendimiento por oportunidad. A medida que la economía progresa y las economías de escala se vuelven más relevantes, otras condiciones, que son denominadas reforzadoras de la eficiencia, aseguran que el funcionamiento adecuado del mercado se vuelva algo importante. Aún cuando estas condiciones no están directamente relacionadas con el emprendimiento en el sentido que le dio Schumpeter (1912, 1934) y su concepto de “destrucción creativa”, sí están indirectamente relacionadas dado que el potencial desarrollo de nuevos mercados atraerá más emprendimientos. Para países cuyo desarrollo está basado en la innovación, las condiciones para el emprendimiento se vuelven más importantes, ya que apalancan el desarrollo económico en mayor medida que los requisitos básicos y los reforzadores de la eficiencia. Los detalles de cuál es el rol del emprendimiento en cada fase del desarrollo económico están descritos en la figura 2.

Figura 2. Características de las fases de desarrollo y foco principal.



Dado que la actividad emprendedora cambia con el desarrollo económico, los responsables de las políticas tienen que adaptar sus programas al contexto nacional. No hay que olvidar, sin embargo, que condiciones previas como la educación primaria y la salud básica son necesarias y deben tener prioridad en cualquier país, pues es poco probable que el emprendimiento promueva la creación de riqueza sin la provisión adecuada de estos requisitos básicos. Por eso mismo, es recomendable que los gobiernos de los países en desarrollo refuercen las condiciones básicas del marco emprendedor y no desvíen recursos financieros a expensas de la mejora de estas condiciones. El proyecto Doing Business del Banco Mundial ha demostrado, en este sentido, que algunas intervenciones de cuantía relativamente baja pueden reducir drásticamente el costo de entrada de los emprendedores a la economía formal.

En el otro extremo del espectro, los responsables políticos de los países más avanzados deben ampliar el conjunto de condiciones del marco emprendedor para lograr una economía más dinámica y orientada a la innovación. Esto presupone que ya se cumplen los requisitos básicos que permiten mejorar las condiciones actuales. Por ejemplo, en algunos países desarrollados, existe una preocupación creciente por el deterioro de la infraestructura de transporte y por la escasez de energía que podría hacer más compleja la actividad empresarial. Las políticas destinadas a promover la iniciativa emprendedora deben partir, por tanto, de las necesidades propias del contexto económico y social.

1.1.2. Emprendimiento: Actitudes, Actividad y Aspiraciones.

El emprendimiento ha sido definido de diversas formas. Las visiones históricas del emprendimiento son interesantes en la medida en que reflejan su papel en cada una de las tres fases del desarrollo analizadas. Se reconoce que Cantillon (1755) fue el primero en definir el emprendimiento. Según este autor, el emprendedor era "alguien con voluntad de asumir el riesgo financiero de un nuevo negocio". Esta definición muestra el rol del emprendimiento en Europa durante el siglo XVIII y plantea una visión estática del emprendedor, entendido como "dueño del negocio", y no dinámica, relacionada con el inicio de nuevos negocios. Al final del siglo XIX, Marshall (1890) prestó atención a los tipos de emprendedores y su importancia para la economía de mercado. Este autor describe cómo los emprendedores industriales aprovechaban las economías de destreza y de escala, y compara a los más exitosos con los árboles más grandes de un bosque, que destacan de sus vecinos y les quitan la luz y el aire. El enfoque "marshalliano" refleja bien la perspectiva económica del emprendimiento intensivo en escala como fenómeno de la etapa del desarrollo impulsada por la eficiencia. Schumpeter (1934, 1942) destaca por vincular el carácter dinámico del emprendimiento con la innovación y el desarrollo económico. Su concepto de "destrucción creativa" se relaciona directamente con el rol del emprendimiento en los países impulsados por la innovación. Estos emprendedores desplazan la frontera tecnológica hacia adelante y destruyen la actividad económica basada en tecnologías obsoletas.

Las concepciones actuales del emprendimiento son variadas, lo que muestra su naturaleza polifacética. Davidsson (2004) enumera siete rasgos asociados al emprendimiento, y Wennekers y Thurik (1999) presentan trece conceptos diferentes sobre el emprendimiento. En un estudio reciente, Godin et al. (2008) identifican seis elementos comunes del emprendimiento. Un análisis detallado de los conceptos propuestos permite identificar tres componentes principales: las actitudes, la actividad y las aspiraciones emprendedoras (Acs y Szerb, 2008). Estos factores están interrelacionados y se retroalimentan hacia adelante y hacia atrás. Por ejemplo, las actitudes positivas hacia el emprendimiento pueden incrementar la actividad y aspiraciones emprendedoras, lo que, a su vez, también afecta positivamente las actitudes al aparecer más modelos a imitar. Las aspiraciones positivas, por su parte, pueden hacer cambiar la naturaleza de la actividad emprendedora y a su vez cambiar las actitudes.

Las actitudes hacia el emprendimiento se manifiestan, por ejemplo, en la medida en que la gente piensa que hay buenas oportunidades para iniciar un negocio, o cuando se le asigna un estatus alto a los emprendedores. Otras actitudes importantes incluyen el nivel de riesgo que las personas están dispuestas a aceptar y la percepción de sus propias habilidades, conocimiento y experiencia en la creación de negocios. Las actitudes emprendedoras pueden influir la actividad emprendedora pero también pueden ser influidas por ésta. Por ejemplo, la legitimidad del emprendimiento en la

sociedad, expresada en actitudes emprendedoras positivas, pueden estar influidas por el hecho de conocer a una persona que ha iniciado un negocio recientemente. Esto puede ser función tanto del nivel de actividad emprendedora como de las redes sociales. Quienes conocen a otras personas que recientemente han iniciado una empresa pueden, mediante la familiaridad con el proceso, ser más propensos a ver este proceso como legítimo y posible.

Las actitudes emprendedoras son importantes porque expresan los sentimientos generales de la población hacia los emprendedores y el emprendimiento. Si los países tienen personas capaces de reconocer oportunidades de negocios importantes y de percibir que tienen las habilidades requeridas para aprovechar esas oportunidades y, en general, si las actitudes nacionales hacia el emprendimiento son positivas, esto generará apoyo cultural, recursos financieros y redes que beneficien a aquellos que son emprendedores o quieren iniciar un negocio.

La actividad emprendedora es diversa. En cualquiera de sus manifestaciones, un aspecto fundamental es la medida en que la gente crea nuevas empresas, tanto en términos absolutos como en relación con otras actividades económicas, tales como el cierre de empresas. Dentro de los nuevos negocios, se pueden distinguir diferentes tipos de actividad emprendedora. Por ejemplo, la creación de empresas puede variar según los sectores industriales, el tamaño del equipo fundador, si la nueva empresa es legalmente independiente de otros negocios, así como las características demográficas de los fundadores, como sexo, edad o educación.

La actividad emprendedora debe ser entendida como un proceso. Esta es la razón por la cual el GEM mide la intención emprendedora y la actividad empresarial naciente, nueva y establecida. Examinar los múltiples componentes de la actividad emprendedora también permite explorar las diferencias en el proceso emprendedor a lo largo de las tres fases del desarrollo económico de los países. Por ejemplo, se espera que la actividad emprendedora naciente y nueva sea alta en las economías basadas en los factores de producción, principalmente debido a que la actividad económica es motivada por la supervivencia. En cambio, en las economías impulsadas por la innovación se espera que la proporción de emprendimiento por oportunidad sea más alta que en las economías impulsadas por los factores de producción y la eficiencia.

La aspiración emprendedora refleja la naturaleza cualitativa de esta actividad. Por ejemplo, los emprendedores se diferencian en sus aspiraciones al introducir nuevos productos, nuevos procesos de producción, al ingresar a mercados extranjeros, al desarrollar una organización y al financiar su crecimiento con capital externo. Estas aspiraciones, si se realizan, pueden tener un impacto económico significativo a través de las actividades emprendedoras. La innovación en productos y procesos, la internacionalización y la ambición de lograr un elevado crecimiento son consideradas como características distintivas del emprendimiento con alto potencial de crecimiento. El GEM ha creado medidas que capturan estas aspiraciones.

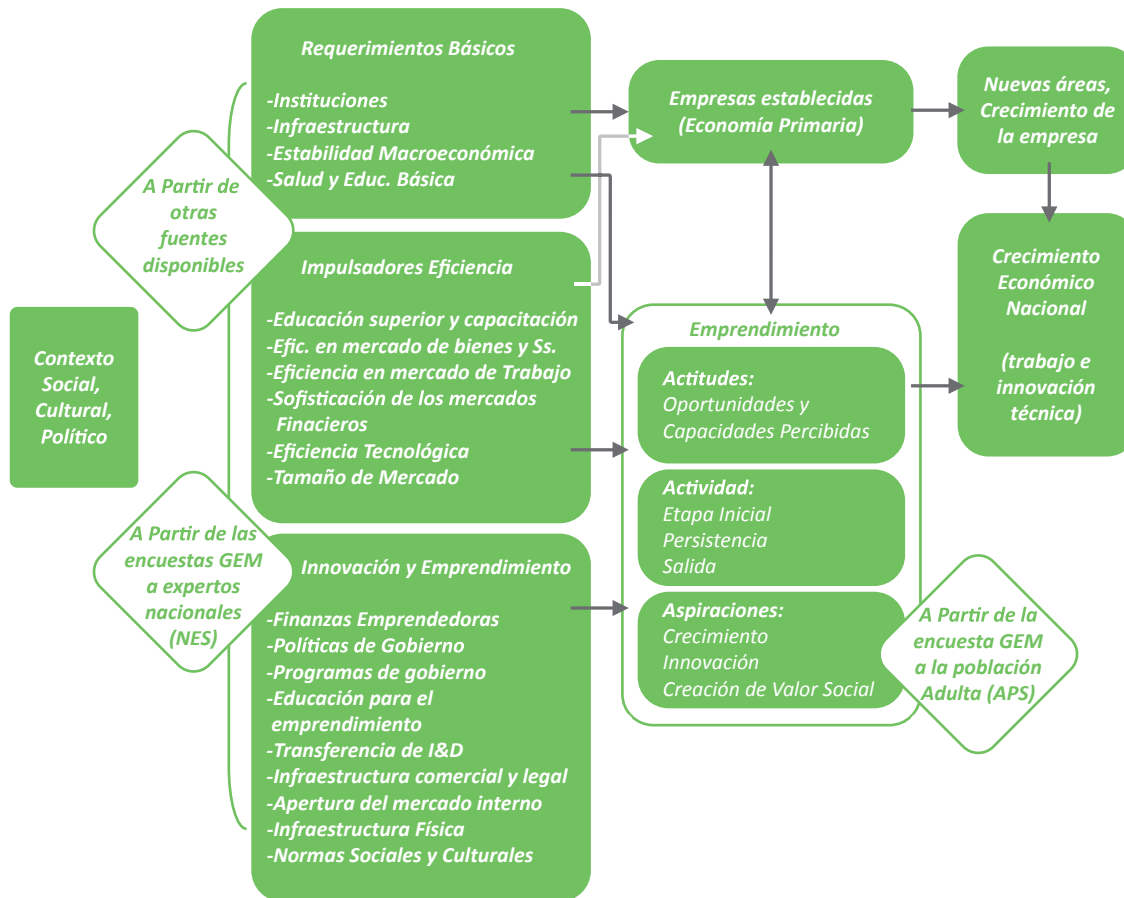
1.1.3. Las Condiciones Marco del Emprendimiento

Las condiciones marco del emprendimiento reflejan las principales características del medio socio económico de un país que pueden tener un impacto significativo en la actividad emprendedora. El modelo conceptual del GEM vincula dichas condiciones con la fase de desarrollo económico del país. Las condiciones relevantes para las economías basadas en factores de producción y las impulsadas por la eficiencia proceden del Informe de Competitividad Global 2008-2009 (Porter y Schwab, 2008). Respecto a las economías basadas en la innovación, el modelo del GEM hace una contribución al Informe de Competitividad Global, identificando las condiciones marco específicas para la innovación y el emprendimiento. Tal como Acs et al. (2003) proponen, el mecanismo emprendedor es el que convierte la innovación en producto. La falta de emprendimiento puede ser vista como un cuello de botella para que los países basados en la innovación logren mayor crecimiento.

Como fue mencionado anteriormente, todas las economías tienen tipos de actividad económica basados en factores de producción, en la eficiencia y en la innovación. Pero la importancia relativa de las condiciones marco del emprendimiento para un país puede variar de acuerdo a la fase de desarrollo económico. Según el Informe de Competitividad Global, cada fase del desarrollo económico tiene una combinación óptima de estas tres actividades. De hecho, sus mismos nombres destacan la actividad que les es más significativa.

La Figura 3 representa el Modelo conceptual del GEM. Para las economías impulsadas por los factores de producción, el énfasis está puesto en requerimientos básicos: desarrollo institucional, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria. Estos requerimientos básicos ayudarán a sostener el emprendimiento por necesidad, pero podrán hacer muy poco para generar negocios por oportunidad. Conforme los países progresan y las economías a escala se vuelven más relevantes, otras condiciones, que aseguran el funcionamiento adecuado del mercado, llamadas "impulsores de la eficiencia", cobran importancia. Aunque esas condiciones no están directamente relacionadas con el emprendimiento en el sentido Shumpeteriano, sí lo están de manera indirecta, dado que el desarrollo de los mercados también provoca más emprendimiento. Para los países cuyo desarrollo económico es principalmente impulsado por la innovación, las condiciones marco cobran más relevancia como determinantes del desarrollo económico que como requerimientos básicos o impulsores de eficiencia.

Figura 3. El modelo conceptual del GEM.



Fuente: GEM (www.gemconsortium.org)

Las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras como componentes interactivos dinámicos del emprendimiento están interrelacionados por una compleja retroalimentación hacia adelante y hacia atrás con las condiciones básicas de la economía. Cuando las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras se materializan en la creación de nuevos negocios tienen un impacto en el crecimiento económico nacional.

1.2. Definición del Emprendimiento

El emprendimiento es un fenómeno cuya complejidad se refleja en la variedad de definiciones existentes. Como se mencionó en el apartado anterior, el GEM, acorde con sus objetivos, adopta una definición amplia basada en el papel que juegan los individuos en el proceso emprendedor. A diferencia de la mayoría de información sobre emprendimiento que toma a las nuevas y pequeñas empresas como unidad de análisis, el GEM estudia el comportamiento de los individuos que inician y administran un negocio. Esto distingue al GEM de otras bases de datos, que suelen recoger información de los catastros de nuevas empresas (cuadro 2).

Cuadro 2. Diferencias entre el GEM y los registros de actividades de empresas.

El GEM es un estudio social dirigido a individuos. Desde la perspectiva del GEM, las personas son los agentes que idean, comienzan y mantienen los nuevos negocios. Algunas de las principales diferencias entre los datos del GEM y el del Registro de Actividades de Empresas son las siguientes:

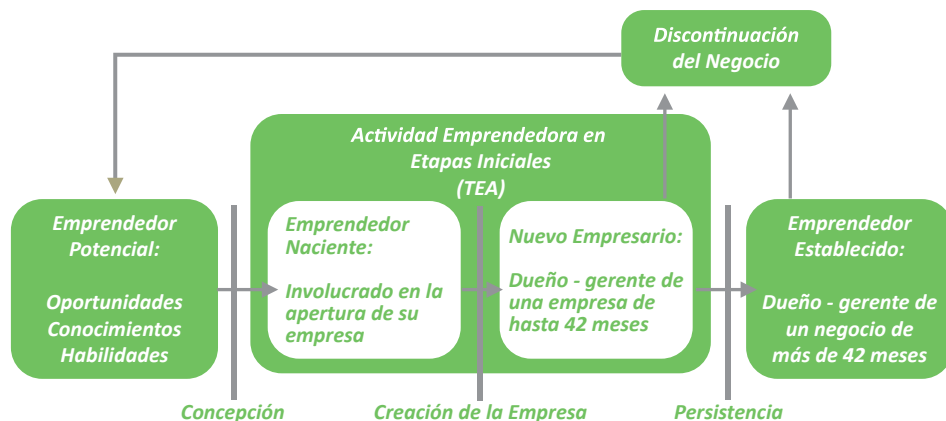
- Los datos del GEM se obtienen usando un diseño de investigación armonizado para todos los países que participan de este proyecto. A pesar de iniciativas recientes de la EUROSTAT, la OECD y el Banco Mundial, no se ha logrado la armonización y homogenización de los registros nacionales de empresas. Los datos del GEM permiten la comparación entre países. La robustez del método del GEM se ha verificado por la estabilidad de las comparaciones nacionales año tras año.
- Los resultados del GEM están sujetos a la incertidumbre estadística propia de los datos agregados (nacionales). Por ello, se publican intervalos de confianza de los índices de emprendimiento obtenidos. En contraste, los datos de los registros de empresas no requieren intervalos de confianza por suponerse que incorporan la práctica totalidad del universo de empresas. Sin embargo, existen, según el país, distintas fuentes de errores como, por ejemplo, el que algunos negocios pueden no estar registrados en las bases de datos, mientras que otros pueden estarlo solo por razones fiscales sin ocurrir una actividad emprendedora. El grado en el cual estas prácticas suceden varía mucho entre países.
- El GEM estudia a las personas que están formando un negocio u empresa (empresarios nacientes), así como a quien posee y administra negocios que ya han iniciado actividades. Esto incluye a trabajadores por cuenta propia y otros empresarios que no se registran necesariamente como empresas. El GEM además mide actitudes y opiniones acerca de la actividad emprendedora.
- El GEM no ofrece cifras sobre el número de negocios y la creación de nuevas empresas. Su objetivo es medir el espíritu emprendedor y la actividad emprendedora en las diversas fases de la existencia de los negocios. Por lo tanto, no es la fuente más apropiada para estudiar las características de las empresas. Para estos fines, los datos de los registros de actividades son preferibles a los del GEM (con la excepción de países como España y el Reino Unido, donde las muestras del GEM son muy amplias).
- Algunas características de los negocios, que no están generalmente disponibles en los registros de actividades, se pueden inferir del GEM. Como ejemplo pueden mencionarse las motivaciones para ser emprendedores, el grado de innovación en las actividades emprendedoras y las expectativas de crecimiento. Sin embargo, estas características siempre deben ser derivadas de muestras suficientemente grandes, por lo que es útil combinar las muestras del GEM de varios años.

En el apéndice del informe global 2005 del GEM, se compararon las medidas de autoempleo y las cifras de nuevas empresas del GEM con las publicadas por la OCDE y la EUROSTAT, observándose que los datos del GEM son una buena aproximación de los registros de actividades de empresas.

Otro aspecto a destacar, es que, desde sus inicios, el proyecto GEM entendió el emprendimiento como un proceso y observa a los individuos en diferentes fases de la actividad emprendedora, desde la inicial, cuando el negocio está en gestación, pasando por la consolidación, hasta llegar a la discontinuación del negocio. El individuo emprendedor que tiene éxito en su negocio pasa por todas las etapas del proceso, por lo que estudiar sus acciones resulta útil para entender el comportamiento emprendedor. Se considera, desde esta perspectiva, que el proceso emprendedor parte antes de que la empresa esté operativa.

La recolección de datos del GEM cubre el ciclo de vida completo del proceso emprendedor. Considera a los individuos desde que estos comprometen recursos para empezar un negocio del que esperan ser los dueños. En esta fase, se les denomina **Emprendedores Nacientes**. Cuando poseen y administran el nuevo negocio y, además, han pagado sueldos hasta 42 meses, se les denomina **Nuevos Empresarios**. La tasa de emprendedores nacientes y de los nuevos empresarios en conjunto puede ser considerada como un indicador de la actividad emprendedora de un país ya que representa la dinámica de las nuevas empresas (figura 4).

Figura 4. El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM



Fuente: GEM (www.gemconsortium.org)

El GEM mide esa dinámica empresarial con el índice **TEA**, de las siglas en inglés Total Entrepreneurship Activity o Índice de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales. También, considera a los emprendedores que son dueños y administran una empresa ya establecida que ha estado operativa más de 42 meses, denominándolos Emprendedores Establecidos (figura 4). Estos emprendedores han sobrevivido el denominado "Valle de la Muerte" y han pasado las etapas iniciales. Una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la supervivencia de las empresas. Sin embargo, el que un país tenga una tasa alta de **emprendedores establecidos** y baja de actividad emprendedora, supone la existencia de escaso dinamismo de la actividad emprendedora (Reynolds et al., 2005).

1.3. Metodología del proyecto GEM

La metodología del GEM permite obtener una gran cantidad de información estandarizada sobre la actividad emprendedora de cada país y comparar entre los países participantes del proyecto y sus regiones. Esta metodología incluye información de las siguientes fuentes:

- La aplicación de una encuesta general a una muestra representativa de la población adulta entre 18 y 64 años, denominada Adult Population Survey (APS). La encuesta, estandarizada y traducida al idioma correspondiente de cada país y región, se aplica a través de una entrevista telefónica, cara a cara o una combinación de ambas, entre los meses de Mayo y Julio. Incluye preguntas precisas acerca de la participación en y la actitud hacia el emprendimiento. Con este instrumento, se recopilan los datos y se analizan en profundidad los elementos del modelo del GEM relacionados con las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de las personas, situando a los diferentes países/regiones dentro del marco internacional y nacional. La muestra de la APS en cada país es de al menos 2.000 adultos y, si se incorporan sus regiones, se calcula una muestra representativa para cada una de ellas. En el caso de Antofagasta, la muestra de 2013 fue de 508 individuos.
- La realización de una entrevista personal con un cuestionario estructurado, estandarizado y traducido al idioma correspondiente de cada país o región, a una muestra mínima de 36 personas seleccionadas ya sea porque tienen un amplio conocimiento del contexto emprendedor del país/región o porque son emprendedores de gran trayectoria que han “vivido en carne propia” el proceso emprendedor, a estas personas se las denomina expertos (as), por esa razón la encuesta es conocida como National o Regional Expert Survey (NES / RES). Es una encuesta que busca medir las percepciones sobre el entorno emprendedor y se realiza en el mismo período que el APS, es decir entre Mayo y Julio. En el caso de Antofagasta, 37 expertos respondieron la encuesta regional y 3 respondieron la encuesta nacional en 2013.

Además, el GEM utiliza diversas fuentes secundarias para complementar los indicadores de emprendimiento y hacer comparaciones con otros datos internacionales. La figura 3 resume el modelo conceptual del GEM así como la información que se recoge con los principales instrumentos utilizados, la APS y la NES.

Toda esta información es analizada en conjunto para todos los países y sus regiones, estandarizada, homogenizada y posteriormente presentada en el informe global (GEM Global Report), en el de cada país (Country Report) y en el de cada región (Regional Report).

También es importante mencionar que, en el informe global, cada año se introduce un tema especial en el cual se profundiza. En 2013 el tema escogido fue Emprendimiento y Bienestar. En el informe GEM 2013 Executive Report², se encuentra un apartado especial con los resultados de todos los países sobre este tema. En este informe, se incorpora la evaluación realizada por los expertos de la región sobre este tópico.

²Ver GEM 2013 Executive Report, disponible En www.gemconsortium.org

1.4. Principales resultados internacionales del GEM 2013³.

En el ciclo GEM 2013 participaron 67 países que fueron agrupados por región geográfica en 7 grupos y también de acuerdo a las tres fases de desarrollo económico del Informe de Competitividad Global 2013-2014 del Foro Económico Mundial (Schwab, 2013). Las fases de desarrollo económico se establecen en función del PIB per cápita y de su dependencia de los recursos naturales, estimada a partir de la participación de los bienes primarios en la exportación.

1.4.1. Actitudes, percepciones y actividad emprendedora en los países participantes en el ciclo GEM 2013.

Las actitudes emprendedoras expresan los sentimientos generales de una población hacia los emprendedores y hacia el emprendimiento. Una sociedad se puede beneficiar de personas que son capaces de reconocer oportunidades de negocio y perciben que tienen las capacidades y habilidades para llevarlas a cabo. Más aún, si la economía en general tiene actitudes positivas hacia el emprendimiento, se generará apoyo cultural, recursos financieros, redes y diferentes tipos de ayuda adicionales para los emprendedores actuales y potenciales.

La cultura emprendedora puede reforzarse mediante las percepciones que la sociedad tiene de los emprendedores, en la medida en que se considera el ser emprendedor como una buena opción de carrera. Además, los medios de comunicación pueden fortalecer el conocimiento acerca de los emprendedores. Un programa de televisión que muestre emprendedores exitosos o una revista que publique los logros que estos emprendedores han tenido, contribuyen a formar las impresiones de una sociedad respecto al emprendimiento y los emprendedores. También los responsables de las políticas públicas pueden llevar a cabo acciones específicas para destacar a los emprendedores y moldear las percepciones culturales.

El GEM trata de capturar todos esos aspectos y mide diferentes indicadores de actitudes: la percepción de las personas sobre las oportunidades para empezar un negocio y sus capacidades para explotarlos. También el temor al fracaso y el riesgo que los individuos están dispuestos a asumir para iniciar un negocio. Las percepciones sobre el emprendimiento se reflejan en preguntas acerca del estatus de los emprendedores, su imagen en los medios de comunicación y su atractivo como elección de carrera. Por último, también se mide la intención de las personas para empezar un negocio.

La tabla 1 muestra los indicadores antes mencionados para cada uno de los 67 países participantes en el ciclo GEM 2013, así como los promedios no ponderados de cada grupo según la fase de desarrollo.

En general se observa que las actitudes emprendedoras tienen mayores indicadores en países menos desarrollados como los africanos. Se destaca sobre todo la alta propensión que tiene la población a emprender, medida en términos de intención de crear un nuevo negocio (columna central de la tabla 1). Un 48,4% de la población económicamente activa de los países del África subsahariana declaró que deseaba emprender un nuevo negocio en los próximos seis meses. En contraste, algunos países desarrollados de Europa y Norte América, pese a tener buenas actitudes y percepciones hacia el emprendimiento, tienen niveles de intención relativamente bajos (15,9% en la Unión Europea y

³ Este apartado está basado en el informe GEM Reporte Nacional de Chile 2013 de Amorós y Acha (2014).

16% en América del Norte). La explicación de este fenómeno estaría en las diferentes características nacionales; desde trabas burocráticas asociadas a la constitución de una empresa -las que reducen el atractivo de emprender-, hasta una excesiva protección al empleo, lo que podría desanimar a emprender a quienes están empleados, aún cuando tengan percepciones emprendedoras positivas.

A la izquierda de la tabla están los indicadores relacionados de forma directa con la percepción de las oportunidades, capacidades y miedo al fracaso. Como se mencionó, las regiones que reúnen a los países en vías de desarrollo tienen en promedio una mayor percepción de oportunidades, manifiestan mayor capacidad emprendedora y menor miedo al fracaso que los países más desarrollados. Esto se acentúa particularmente en América Latina y África donde existe una alta propensión a emprender. Chile destaca por su alto porcentaje en la percepción de buenas oportunidades para iniciar un negocio, mientras que países como Uganda sobresalen por su menor porcentaje de temor al fracaso (tabla 1).

En el lado derecho de la tabla 1, se encuentran los indicadores que miden las actitudes nacionales hacia el emprendimiento. El primero evalúa el porcentaje de personas que considera que el ser emprendedor es una opción de carrera deseable. Este indicador varía sustancialmente entre países pero en promedio nuevamente es más bajo en los países más desarrollados. Según Amorós y Acha (2014), esto se debe a que el desarrollo económico genera un aumento en la oferta de empleo. 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 diferencias según las fases de desarrollo económico. Destacan, de nuevo, África y el Medio Oriente. En relación a la cobertura de los medios de comunicación, este tercer indicador entrega una aproximación respecto a la popularidad del emprendimiento. En general, en este aspecto no se observan mayores diferencias en promedio según la fase de desarrollo económico, sin embargo, al analizar los países destacan casos como Brasil, en América Latina y el Caribe; Uganda y Botsuana en África Subsahariana, y Taiwán y Filipinas en el Asia Pacífico y Sur de Asia, que cuentan con emprendedores con alta cobertura mediática, mientras que países como Hungría y Grecia, en la Unión Europea, se encuentran con una realidad opuesta con porcentajes del 28,4% y el 32,4% respectivamente (tabla 1). Estos ejemplos, permiten evidenciar lo complejo que es el fenómeno del emprendimiento y cómo los factores socioculturales afectan la actitud hacia el emprendimiento.

Tabla 1. Actitudes y percepciones emprendedoras en países del GEM 2013 por región geográfica.

PAÍS	Percepciones de oportunidades	Percepciones de capacidades	Miedo al fracaso*	Intenciones emprendedoras**	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Alto estatus a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento
AMÉRICA LATINA y EL CARIBE							
Argentina	40,9	61,7	30,2	35,4			
Brasil	50,9	52,6	42,7	29,4	84,6	82,2	84,1
Chile	68,4	59,6	31,4	47,3	69,1	67,2	66,3
Colombia	67,7	57,8	35,2	57,2	90,9	71,4	67,5
Ecuador	57,3	74,3	37,9	49,4	66,5	67,7	79,1
Guatemala	58,8	66,4	34,3	40,0	86,8	71,5	55,1
Jamaica	51,2	79,1	32,6	40,2	79,4	80,9	81,7
México	53,6	58,5	33,0	23,5	57,8	62,3	50,8
Panamá	58,7	66,4	27,9	34,7	64,4	59,2	70,4
Perú	61,0	62,2	26,2	38,3	70,4	71,2	71,5
Trinidad y Tobago	58,0	75,3	20,9	30,9	79,5	72,0	61,0
Uruguay	47,9	61,1	29,6	27,7	58,1	56,0	57,5
Promedio (no ponderado)	56,2	64,6	31,8	37,8	73,4	69,2	67,7
MEDIO ESTE Y NORTE DE ÁFRICA							
Argelia	61,9	55,5	35,0	36,5	79,6	84,2	47,4
Irán	37,0	56,5	36,1	33,1	64,1	82,4	59,9
Israel	46,5	36,2	53,3	26,7	60,6	80,3	49,1
Libia	52,3	58,6	33,5	64,1	85,2	84,3	38,2
Promedio (no ponderado)	49,4	51,7	39,5	40,1	72,4	82,8	48,6
ÁFRICA SUSAHARIANA							
Angola	56,7	56,3	42,1	47,0	66,8	72,6	62,1
Botsuana	65,9	67,4	20,1	60,7	80,7	83,7	85,6
Ghana	69,3	85,8	25,6	41,4	81,6	94,1	82,4
Malawi	78,9	89,5	17,3	71,0	0,0	0,0	0,0
Nigeria	84,7	87,0	18,5	41,0	81,2	61,9	76,5
Sudáfrica	37,9	42,7	27,1	15,4	74,0	74,7	78,4
Uganda	81,1	83,8	17,7	58,4	88,3	95,3	87,5
Zambia	76,8	79,6	20,1	52,0	66,5	71,2	69,0
Promedio (no ponderado)	68,9	74,0	23,6	48,4	67,4	69,2	67,7
ASIA-PACÍFICO Y SUR DE ASIA							
China	33,1	36,3	35,9	16,6	69,6	73,5	71,3
Corea	12,7	28,1	44,5	13,6	51,3	67,8	67,6
India	41,4	55,8	35,6	25,5	61,5	70,4	61,4
Indonesia	46,7	62,0	41,3	39,6	70,8	79,8	75,3
Filipinas	47,9	68,4	39,2	45,0	84,9	79,3	86,8
Japón	7,7	12,9	47,4	7,1	31,3	52,8	57,6
Malasia	40,7	28,0	32,3	13,3	41,8	45,0	62,2

Singapur	22,2	24,8	39,8	20,3	50,9	59,4	75,3
Taiwán	42,0	27,2	41,2	29,1	73,0	64,5	87,1
Tailandia	45,3	44,4	54,8	23,5	74,5	74,8	77,2
Vietnam	36,8	48,7	60,5	28,8	63,4	81,5	80,5
Promedio (no ponderado)	34,2	39,7	43,0	23,9	61,2	68,1	72,9
UNIÓN EUROPEA							
Alemania	31,3	37,7	48,2	8,9	49,4	75,2	49,9
Bélgica	31,5	33,8	50,8	9,2	54,8	52,2	43,9
Eslovaquia	16,1	51,0	44,5	20,3	49,2	58,5	51,7
Eslovenia	16,1	51,5	42,0	14,7	57,4	68,1	50,5
España	16,0	48,4	47,7	9,3	54,3	52,3	45,6
Estonia	46,1	40,0	47,8	22,9	53,2	58,6	40,7
Finlandia	43,8	33,3	41,1	9,3	44,3	85,5	68,5
Francia	22,9	33,2	45,3	13,7	55,3	70,0	41,4
Grecia	13,5	46,0	69,1	8,9	60,1	65,1	32,4
Hungría	18,9	37,5	47,9	17,4	45,7	74,1	28,4
Irlanda	28,3	43,1	45,3	14,7	49,6	81,2	59,9
Italia	17,3	29,1	56,2	11,3	65,6	72,4	48,1
Letonia	34,8	47,8	42,5	26,7	61,4	59,5	58,6
Lituania	28,7	35,4	49,4	25,7	68,6	57,2	47,6
Luxemburgo	45,6	43,3	49,6	19,2	39,4	70,6	36,3
Países Bajos	32,7	42,4	41,3	10,3	79,5	66,2	55,2
Polonia	26,1	51,8	56,3	21,4	66,8	59,9	58,5
Portugal	20,2	48,7	48,2	16,0			
Reino Unido	35,5	43,8	39,8	7,6	54,1	79,3	49,6
Republica Checa	23,1	42,6	42,9	15,3		47,8	
Rumanía	28,9	45,9	46,0	26,8	73,6	72,6	61,3
Suecia	64,4	38,8	39,7	11,0	52,0	71,5	58,5
Promedio (no ponderado)	29,2	42,0	47,3	15,5	56,7	66,6	49,3
PAÍSES EUROPEOS (NO UE)							
Bosnia y Herzegovina	23,3	50,5	39,5	25,2	82,3	71,9	39,2
Croacia	17,6	47,2	46,0	24,1	61,5	43,1	42,9
Macedonia	37,2	49,7	41,0	30,9	69,5	67,9	66,8
Noruega	63,7	34,2	33,3	6,2	49,3	75,5	56,9
Rusia	18,2	28,2	40,5	4,7	65,7	68,0	49,0
Suiza	41,5	44,7	35,5	11,3	40,5	65,0	47,8
Promedio (no ponderado)	33,6	42,4	39,3	17,1	61,5	65,2	50,4
AMERICA DEL NORTE							
Estados Unidos	47,2	55,7	35,0	16,6			
Canadá							
Puerto Rico	28,3	53,0	27,4	16,8	17,9	50,1	68,8
Promedio (no ponderado)	37,8	54,4	31,2	16,7	17,9	50,1	68,8

*Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que percibe buenas oportunidades para comenzar un negocio.

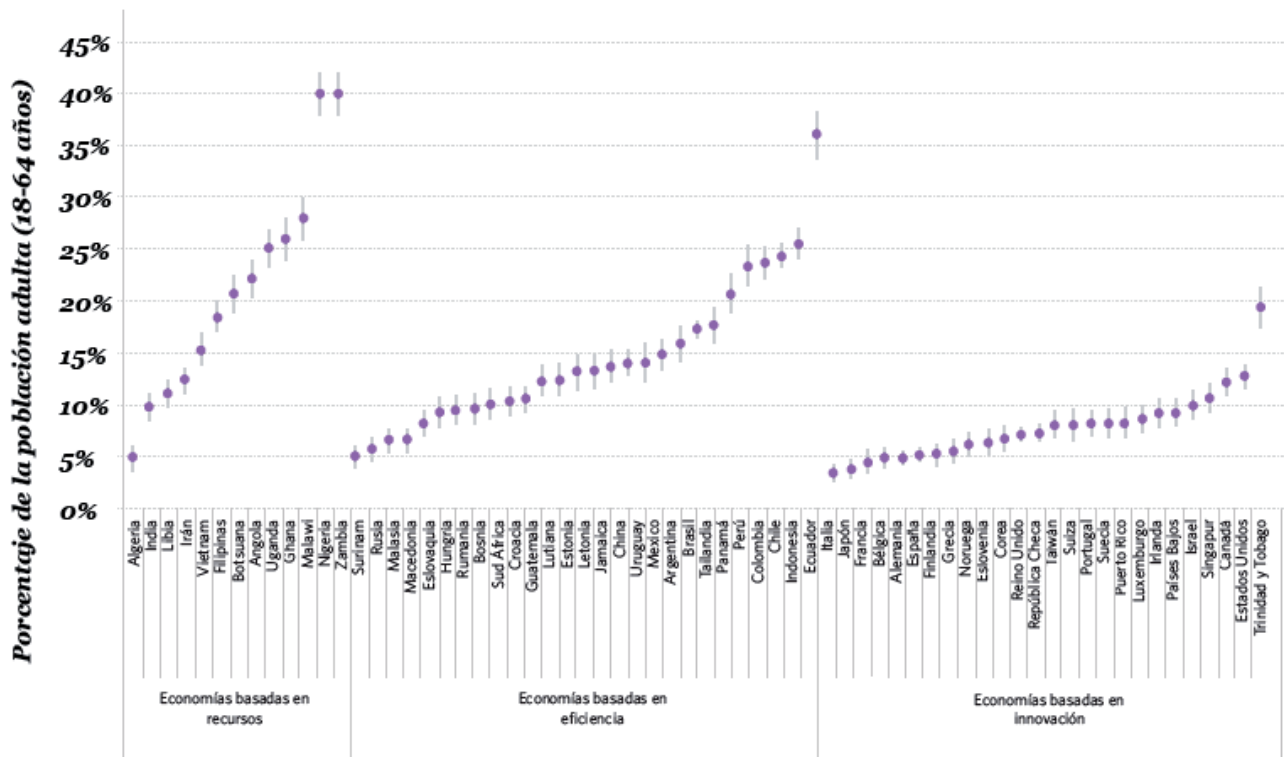
**Porcentaje de la población que no está involucrada en actividades emprendedoras.

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

La figura 5 muestra la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales de los 67 países que participaron en el proyecto GEM 2013 según su nivel de desarrollo y en orden creciente, es decir de la tasa más baja a la más alta por cada grupo de países. Esta figura facilita la comparación entre países en similar etapa de desarrollo, e incorpora una barra que representa el valor de la tasa con un intervalo de confianza del 95%.

En términos generales, las economías basadas en los recursos y en la eficiencia, presentan tasas más elevadas de actividad emprendedora en etapas iniciales que las economías basadas en la innovación. La naturaleza de estas diferencias tiene su explicación en los niveles de desarrollo y en las motivaciones de los emprendedores (oportunidad y necesidad)⁴. Generalmente, los emprendedores en estos grupos de economías emprenden más por necesidad que por oportunidad, por lo que sus negocios son más vulnerables en el tiempo. Es importante, en consecuencia, el análisis de la tasa de los emprendedores establecidos, ya que ésta proporciona una proxy sobre la sustentabilidad del emprendimiento en una economía.

Figura 5. Tasa de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales para los 67 países participantes en el GEM 2013, según fase de desarrollo económico
(Intervalo de confianza del 95%).



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta 2013.

⁴Un análisis completo al respecto se puede encontrar en el informe GEM 2013 Global Report (Amorós y Bosma, 2014) (www.gemconsortium.cl).

En los países del primer grupo (economías basadas en los recursos), el rango en la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales varía entre un 10% y un 30%, correspondientes a India y Malawi respectivamente. Un caso excepcional es Argelia con un 5%, mientras que Nigeria y Zambia entre los países del África Subsahariana alcanzan tasas de 40% de actividad emprendedora motivada fundamentalmente porque los emprendedores no tienen otra alternativa para sobrevivir. Son emprendimientos que no logran subsistir y esto se constata por su baja tasa de emprendedores establecidos (Amorós y Bosma, 2014).

En el grupo de países basados en la eficiencia, el rango varía entre el 5%, en el caso de Surinam y el 26% en Indonesia, la excepción en este grupo es Ecuador que presenta una tasa del 36% de actividad emprendedora en etapas iniciales, predominando el emprendimiento por necesidad más que por oportunidad. Entre los países de América Latina y el Caribe destacan Chile, Colombia, Perú y Panamá con tasas por encima de 20%, sin embargo sus tasas de emprendedores establecidos son bastante bajas, 8,5%; 5,9%; 5,5% y 3,5% respectivamente. Pese a que la población declara que son emprendimientos por oportunidad, las bajas tasas de emprendedores establecidos revelan la fragilidad de estos emprendimientos y dan una señal de alerta respecto a su calidad.

En el grupo de países basados en la innovación, el rango varía entre un 3,4% en el caso de Italia y un 12,7% en Estados Unidos, el país que se encuentra fuera de este rango es Trinidad y Tobago con un 20% (figura 5). Es importante destacar que la mayoría de los países en este grupo emprenden por oportunidad y sus tasas de emprendedores establecidos son iguales o superiores a la tasa de emprendedores en etapas iniciales por lo que evidencian mayor sustentabilidad y no son tan vulnerables como los emprendimientos de las economías basadas en los factores productivos y en la eficiencia. Dos aspectos pueden contribuir a estos resultados. Por un lado, hay más alternativas de empleo en lugares donde la industrialización y la formalización de las actividades se han llevado a cabo. Más gente puede conseguir empleo en lugar de emprender. Por otro lado, estas economías, en general, cuentan con ecosistemas más desarrollados para los negocios, las personas inician negocios porque identificaron una buena oportunidad y están más preparadas para mantener ese negocio en el tiempo, tienen condiciones más favorables para ello, tales como acceso al financiamiento no tradicional y fuerza laboral con mayor grado de educación, entre otros aspectos.

2. Actitudes, Actividad y Aspiraciones Emprendedoras en la Región de Antofagasta.

El apartado anterior mostró una visión global sobre las actitudes, percepciones y actividad emprendedora en los 67 países que participaron en el proyecto GEM 2013. En este apartado, se analizan con más detalle las actitudes, aspiraciones y actividad de los emprendedores en la Región de Antofagasta en comparación con los resultados de Chile y las regiones que participaron en el estudio.

2.1. La Actitud emprendedora en la Región de Antofagasta

Para el desarrollo de la actividad emprendedora es necesario que exista una percepción de buenas oportunidades de negocio (y querer capturarlas) y de capacidades (conocimiento, habilidades) para llevarlas a cabo. Como se comentó en el apartado anterior, junto a esto es importante la percepción de la población respecto al emprendimiento como opción de carrera, el estatus de ser emprendedor, así como la atención que los medios de comunicación prestan al emprendimiento y a los emprendedores.

La tabla 2 muestra el porcentaje de respuestas afirmativas en la Región de Antofagasta y en Chile, respecto a las oportunidades y capacidades percibidas, así como el temor al fracaso. El primer resultado destacable es que no existen diferencias significativas entre las personas que están involucradas en alguna etapa del proceso emprendedor versus las que no lo están, en la dimensión de percepción de buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio. Sí hay diferencias significativas en esta dimensión cuando se comparan las percepciones de la población en la región con el conjunto del país. Claramente, la percepción en Antofagasta sobre las oportunidades existentes en la región supera significativamente a la proporción del conjunto del país. Más del 80% de la población con independencia de si está o no vinculada a alguna actividad emprendedora considera que en la región hay buenas oportunidades, frente a un porcentaje superior al 65% que opina lo mismo en el conjunto del país. Antofagasta sigue siendo percibida por la población como una región de buenas oportunidades.

El segundo resultado destacable es que en las demás dimensiones que influyen en el emprendimiento, como el conocer a otros emprendedores, la percepción sobre sus habilidades y el temor al fracaso, sí existen diferencias significativas entre el grupo que no tiene actividad emprendedora y los que sí están involucrados en alguna etapa del proceso emprendedor ya sea como emprendedores nacientes, nuevos o establecidos.

En contra de lo esperado, la proporción de emprendedores nacientes y nuevos empresarios que conoce a otros emprendedores es mayor que en los empresarios establecidos. Se esperaba lo opuesto por el tiempo que los empresarios establecidos llevan en actividad pero, al parecer, son los que están partiendo y los nuevos empresarios los que conocen a otros emprendedores. Con independencia de la etapa en que se encuentren los emprendedores, la proporción supera significativamente a los que no tienen actividad emprendedora, algo esperable (tabla 2). Con excepción de los empresarios establecidos, no se han encontrado diferencias significativas entre los resultados de la región y el conjunto del país.

Con respecto a los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio, también existen diferencias significativas cuando se compara el grupo sin actividad emprendedora con el que tiene actividad, destacando este último grupo. No se han encontrado diferencias significativas entre la región y el conjunto del país. Los porcentajes de respuestas afirmativas superan el 77% en el grupo que está involucrado en alguna etapa del proceso emprendedor, frente a un porcentaje superior al 40% en el grupo que no tiene actividad emprendedora (tabla 2).

Por último, en la región y en el conjunto del país, hay una mayor proporción de no emprendedores que tiene temor al fracaso. Un 32,5% en Antofagasta y un 37,7% en todo el país, afirma tener dicho miedo. Entre los emprendedores, el temor al fracaso está menos extendido y no hay variaciones significativas entre grupos de emprendedores en las etapas del proceso emprendedor. Tampoco se observan diferencias significativas entre Antofagasta y el conjunto del país (tabla 2).

Tabla 2. Percepción de los encuestados sobre los factores que influyen en el emprendimiento
(Porcentaje de respuestas afirmativas)

¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos*
Antofagasta	26,6%	58,3%	61,1%	38,2%
Chile	28,1%	60,9%	72,2%	50,2%

¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	84,5%	87,2%	88,9%	93,5%
Chile	68,0%	77,3%	79,5%	70,8%

¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	43,7%	77,3%	88,9%	82,4%
Chile	44,0%	82,8%	87,9%	83,1%

¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	32,5%	15,6%	11,4%	21,2%
Chile	37,7%	21,0%	15,5%	20,7%

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2013.

La Encuesta a la Población Adulta también incluye preguntas sobre la consideración y el reconocimiento social de los emprendedores en la región y el país, en el entendido del estímulo que esto supone para la actividad emprendedora. Los resultados de 2013 no han variado significativamente con respecto al año anterior, ni en la Región ni en el conjunto del país. Si se compara los resultados de la Región con el conjunto del país, la única diferencia significativa se encuentra en el primer factor, donde el porcentaje de respuestas afirmativas en la región supera al conjunto del país, un 77,5% en Antofagasta frente a un 69,1% en Chile (tabla 3). En los otros dos factores restantes no se han encontrado diferencias significativas entre las respuestas en Antofagasta y Chile. Un 70,6%, de la población regional piensa que los empresarios exitosos son reconocidos y respetados, mientras que un porcentaje menor, un 62,2%, afirma que en la región los medios de comunicación muestran con más frecuencia casos de empresarios exitosos.

Tabla 3. Factores de percepción general sobre el emprendimiento
(Porcentaje de respuestas afirmativas).

Preguntas:	Antofagasta	Chile
<i>En mi región / país la mayoría de las personas consideran que iniciar un negocio o empresa es una buena carrera o profesión</i>	77,5%	69,1%
<i>En mi región / país la mayoría de las personas que han sido exitosas en iniciar un negocio o empresa son bien reconocidas y respetadas.</i>	70,6%	67,3%
<i>En mi región / país se puede ver con frecuencia, en los medios de comunicación, historias de nuevos negocios o empresas exitosas.</i>	62,2%	66,3%

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2013.

Los resultados de las tablas 2 y 3, reflejan la percepción optimista que tienen los habitantes de la región, y en particular aquellos involucrados en alguna etapa del proceso emprendedor, sobre las oportunidades existentes, sus capacidades y habilidades, así como las redes de contacto con otros emprendedores. En la población existe, además, un fuerte reconocimiento social de la actividad emprendedora y se considera que emprender es una buena carrera o profesión. A pesar de que en los últimos años ha habido un incremento extraordinario en los medios de comunicación de noticias sobre emprendedores exitosos, se considera que todavía hace falta mostrar más casos de empresarios de la región que hayan realizado algún tipo de innovación o que hayan abierto nuevos mercados, para que sirvan de fuente de inspiración para estudiantes y todas aquellas personas que están pensando o evaluando una oportunidad de negocio. Es común hoy en día ver ejemplos de emprendedores exitosos en el mundo, sin embargo se muestran pocos casos regionales, que existen y son desconocidos por la población, por lo que se hace necesaria su publicidad en los diferentes medios de comunicación para fomentar el emprendimiento regional.

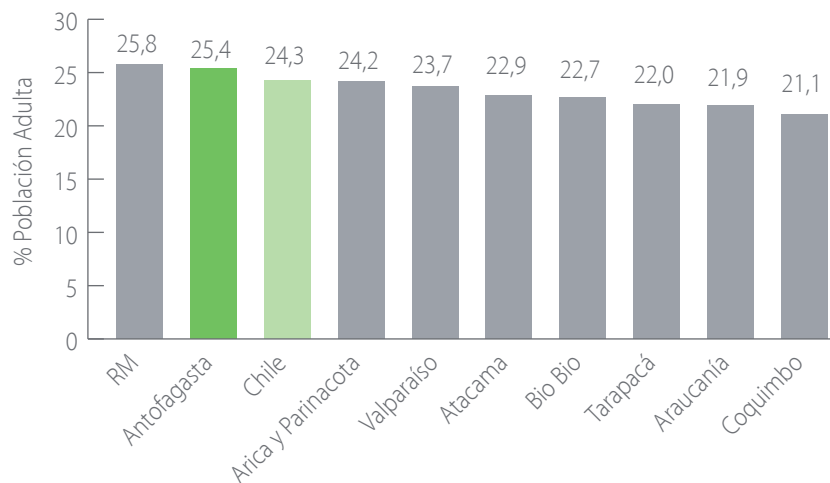
2.2. La Actividad Emprendedora de la Región de Antofagasta

2.2.1. Tasas de emprendimiento

El índice de la actividad emprendedora medido por el TEA (Total Entrepreneurial Activity) involucra tanto a los emprendedores nacientes como a los nuevos empresarios y se conoce también como índice de actividad emprendedora en etapas iniciales. En 2013, este índice es del 25,4%, es decir de cada 1000 personas entre 18 y 64 años en la Región de Antofagasta, 254 están involucradas en actividades emprendedoras en sus primeras etapas (figura 6). Esta cifra es ligeramente mayor a la obtenida en 2012 (24,7%) pero sigue siendo muy superior a la obtenida en 2007 (13,3%) cuando se inició el estudio y a los años siguientes hasta el 2010, donde las tasas variaron entre 13,3% y 17,4% (Romaní y Atienza, 2008, 2009, 2010, 2011). A partir del año 2011 la tasa de actividad emprendedora supera el 20%. Es importante mencionar que este incremento no solo se dio en la región de Antofagasta, sino en todas las regiones del país que realizan el estudio sobre la actividad emprendedora. La figura 6 muestra que, en 2013, la actividad emprendedora en etapas iniciales supera el 20% en las diez regiones que participaron en el estudio. Antofagasta es una de las regiones con una de las tasas más altas de actividad emprendedora ligeramente superada por la Región Metropolitana (25,8%). La región de Coquimbo, por su parte, destaca por tener la menor tasa entre las regiones que participaron

en el estudio en 2013, un 21,1%. Es importante señalar que no existen diferencias significativas entre regiones y sigue siendo un resultado positivo pero al mismo tiempo preocupante. Es positivo porque se ha incrementado el número de emprendedores, sobre todo cuando comparamos con años anteriores a 2011. Sin embargo, tasas muy altas en la actividad emprendedora se vinculan a economías basadas en los factores de producción más que a economías basadas en la eficiencia como es el caso de Chile. No solo es importante el incremento del número de emprendimientos sino también el tipo de emprendimientos que se están generando y la calidad de los mismos, es decir, si estos son emprendimientos por oportunidad o por necesidad y si están agregando valor a la economía. Esto se mostrará en los siguientes apartados del informe.

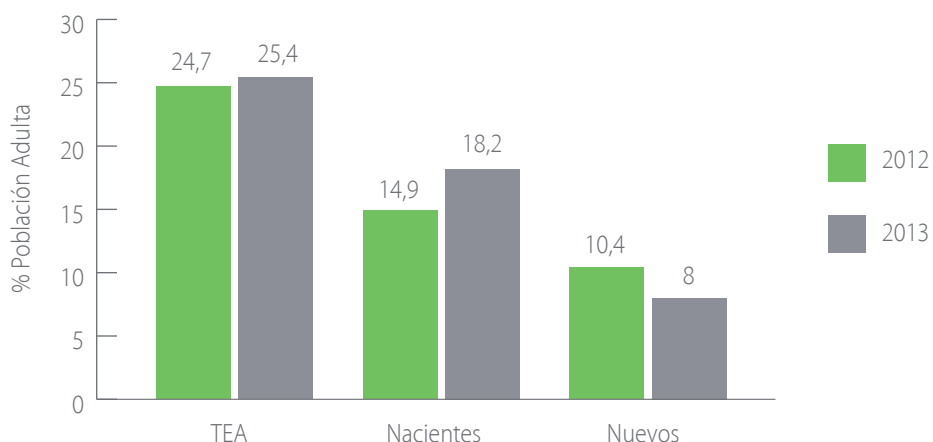
Figura 6. Actividad emprendedora en etapas iniciales.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2013.

La actividad emprendedora en etapas iniciales se compone de aquellos que están haciendo todo lo necesario para abrir su empresa y en algunos casos ya iniciaron actividades y han pagado salarios hasta tres meses, a quienes se les denomina emprendedores nacientes, y de los que son dueños de empresas y están pagando salarios más de tres meses y hasta tres años y medio, a quienes se les identifica como nuevos empresarios. Al analizar esta conformación, se observa que el ligero incremento de un año a otro en el indicador, se debe fundamentalmente al incremento de un 14,9% a un 18,2% de los emprendedores nacientes, y que los nuevos empresarios disminuyeron en casi dos puntos porcentuales pasando de un 10,4% a un 8% en ese mismo período (figura 7). Este resultado preocupa porque, una vez más, muestra la fragilidad de los emprendimientos. En 2013, hay más emprendedores partiendo y menos emprendedores que logran alcanzar los tres años y medio de actividad. Aunque el total de actividad emprendedora en etapas iniciales esté ligeramente por encima del año 2012, este resultado debe analizarse con cautela, teniendo en consideración que tasas tan elevadas de emprendimiento son características de economías basadas en los factores de producción.

Figura 7: Actividad Emprendedora en etapas iniciales por composición.

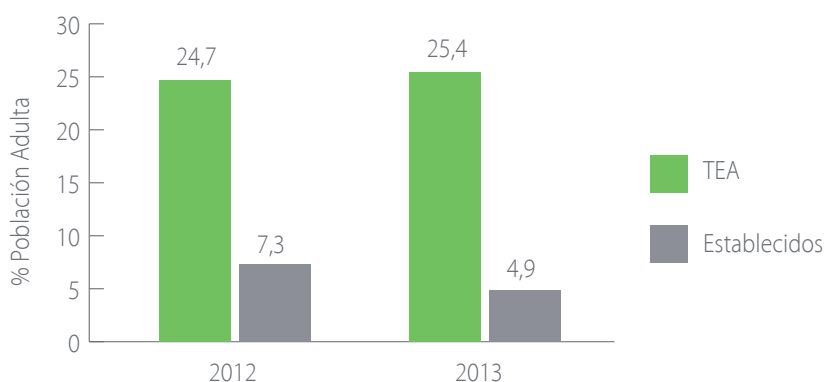


Fuente: GEM Encuesta a la población Adulta Antofagasta 2013.

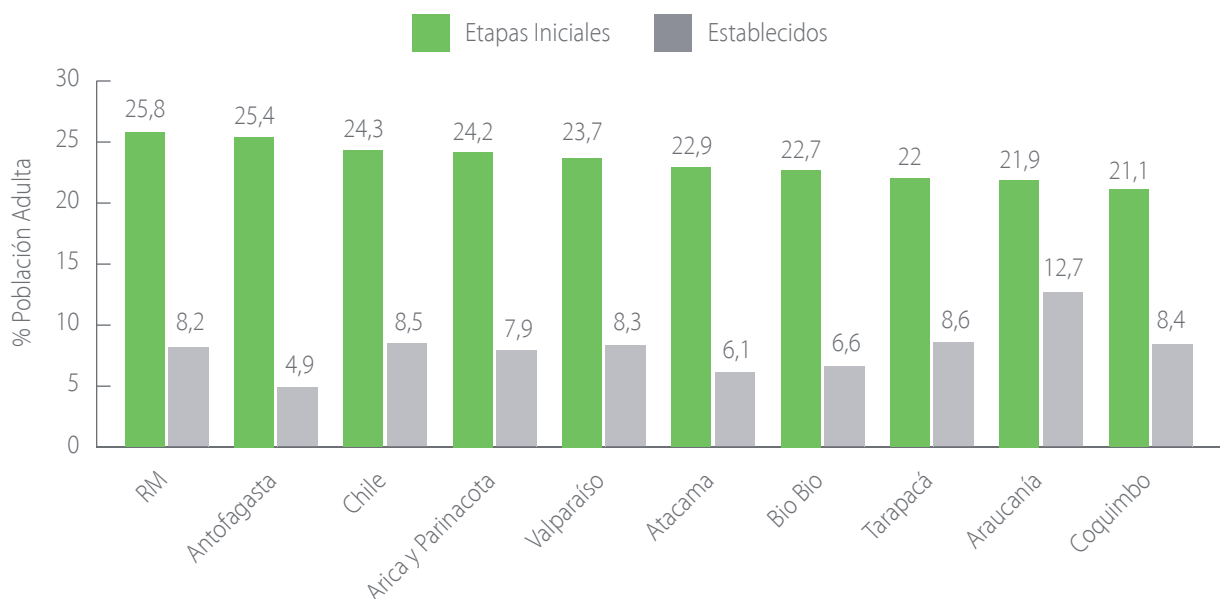
En el proceso emprendedor, también debe tenerse en cuenta la proporción de empresarios establecidos, es decir aquellos dueños o gerentes de empresas con más de tres años y medio de antigüedad. En la Región, esta tasa ha disminuido en más de dos puntos porcentuales, pasando de un 7,3% en 2012 a un 4,9% en 2013 (figura 8), siendo la tasa más baja en comparación con el resto de las regiones que ha participado en el proyecto GEM Chile. Por lo que la región presenta la mayor brecha entre etapas del proceso emprendedor. Este resultado es muy preocupante, porque corrobora la vulnerabilidad de los emprendimientos mencionada anteriormente. Los emprendimientos en la región no están logrando sustentarse en el tiempo. Si bien, esto también ocurre en las demás regiones, como se puede observar en la figura 9, llama la atención el caso de Antofagasta cuya brecha entre emprendimientos en etapas iniciales versus establecidos se quintuplica, mientras que en regiones como la Araucanía no llega a ser el doble.

La brecha puede explicarse por el incremento significativo que ha tenido la tasa de emprendedores en las primeras etapas en todo el país, mientras que la tasa de empresarios establecidos prácticamente se ha mantenido en la mayoría de las regiones en 2013 con excepción de Antofagasta. Esta es una señal de alerta que amerita un análisis más en profundidad.

Figura 8. Actividad Emprendedora por etapas 2012-2013.



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta Chile 2013.

Figura 9. Actividad Emprendedora por etapas y regiones.

Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta Chile 2013.

La brecha entre etapas del proceso emprendedor en otros países se produce en el conjunto de países cuyas economías se basan en los factores de producción y eficiencia, a diferencia de la mayoría de los países desarrollados, donde las brechas son mucho menores y la tasa de empresarios establecidos es igual o mayor que en las etapas iniciales (Amorós y Bosma, 2014). Sin duda, influye en este resultado, entre otros aspectos, el nivel de desarrollo del país. Por otro lado, también, es importante identificar las motivaciones emprendedoras en los países, es decir si los emprendimientos tienen su origen en la identificación de oportunidades de negocio o son emprendimientos de subsistencia, que surgen y desaparecen rápidamente.

En la tabla 4, se infiere a partir de la proyección de población del Instituto Nacional de Estadísticas (INE, 2013), aproximadamente cuántas personas de la Región de Antofagasta serían, en estos momentos, empresarios nacies, nuevos empresarios y empresarios establecidos. Es importante mencionar que estos datos deben tomarse con cautela dado el dinamismo demográfico de la Región durante los últimos años. A pesar de ello, en 2013 aproximadamente el 30% de la población adulta ha estado involucrada en alguna etapa del proceso emprendedor, resta averiguar la calidad de estos emprendimientos y su valor agregado para la región.

Tabla 4. Aproximación del número de habitantes de la Región de Antofagasta involucrados en alguna etapa de la actividad emprendedora.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	ÍNDICE	Nº PERSONAS
Emprendedores nacientes	18,2%	75.313
Nuevos emprendedores	8,0%	33.103
Personas involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales	25,4%	105.108
Emprendedores establecidos	4,9%	20.277
Personas involucradas en la actividad emprendedora	30,3%	125.385

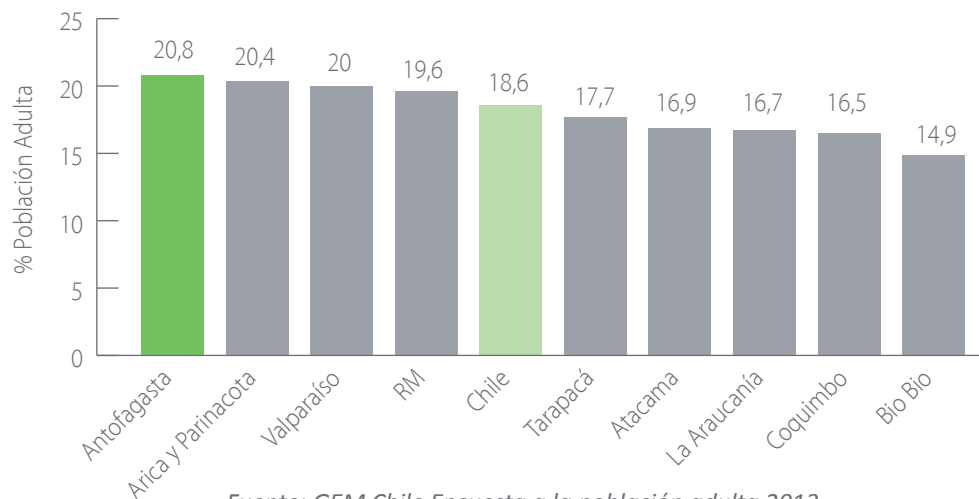
Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a la población adulta Antofagasta 2013 e INE 2013.

2.2.2. *Motivos de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales*

El proyecto GEM considera que los individuos que se involucran en alguna actividad emprendedora, ya sea como empresarios nacientes o nuevos empresarios, lo hacen, entre otros factores, porque identifican alguna oportunidad de negocio o porque no tienen otra opción laboral. Según este criterio, se distingue entre el emprendimiento por oportunidad y por necesidad. A este respecto, el informe global del GEM de 2001 puso de manifiesto que las regiones o países en vías de desarrollo poseían un porcentaje de emprendedores por necesidad significativamente superior al de los países desarrollados, donde la motivación principal para emprender es la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio⁵.

Entre 2007 y 2008, la Región de Antofagasta destacó por tener las tasas más altas de emprendimiento por oportunidad y las más bajas por necesidad en el país (Romaní y Aتيenza, 2008 y 2009). A pesar de perder el liderazgo entre 2009 y 2012, la región vuelve en 2013 a tener la tasa más alta de emprendimiento por oportunidad comparada con las demás regiones que participaron en el proyecto, un 20,8% (figura 10), un resultado que contrasta con la baja tasa de empresarios establecidos y que muestra una región con altas tasas de creación y destrucción de empresas.

Figura 10. Actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad.

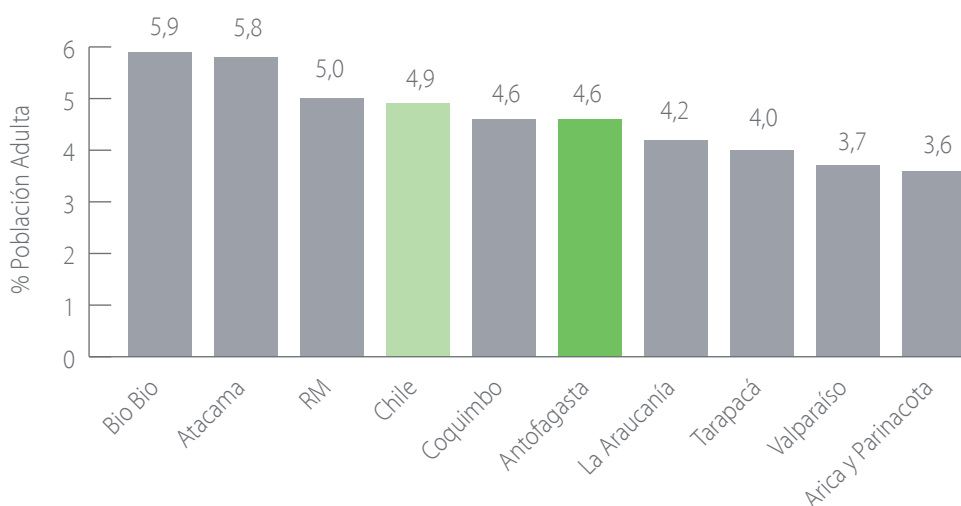


Fuente: GEM Chile Encuesta a la población adulta 2013.

⁵Ver Informe Global Entrepreneurship Monitor 2001 Executive Report www.gemconsortium.org.

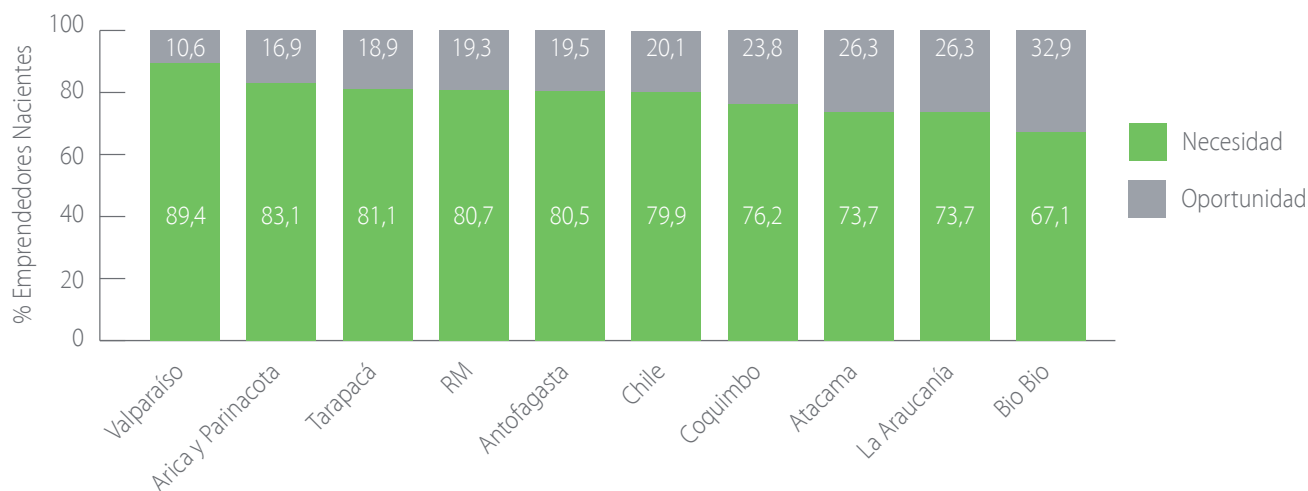
Pese a ese resultado, la tasa de emprendimiento por necesidad se ha incrementado en 2013, pasando de ser la menor en 2012 (2%) a un 4,6%, más del doble en un año. Comparado con el resto de regiones, Antofagasta se sitúa por debajo de la región del Biobío (5,9%) y por encima de Arica y Parinacota (3,6%) que tiene la tasa más baja (figura 11). Para la región este resultado no es alentador porque significa que el incremento que ha tenido la tasa de actividad emprendedora en el año 2013 se ha debido al incremento del emprendimiento por necesidad con una ligera disminución del emprendimiento por oportunidad. Estos emprendimientos por necesidad son los más vulnerables en el tiempo, por lo que su crecimiento debería ser una señal de alerta en el análisis de la actividad emprendedora.

Figura 11. Actividad emprendedora en etapas iniciales por necesidad.



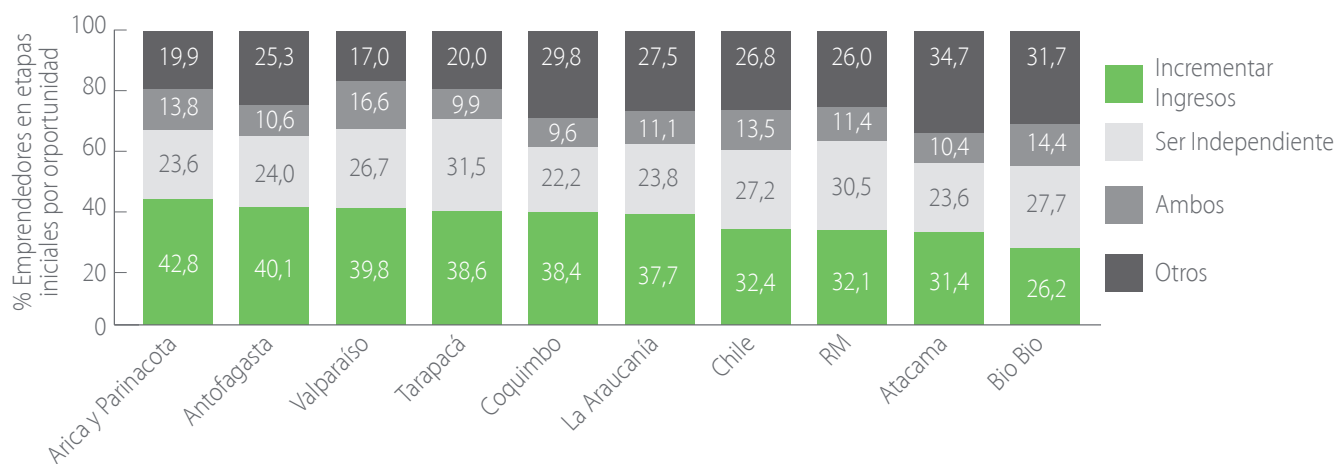
Fuente: GEM Chile Encuesta a la población adulta 2013.

El análisis de las motivaciones de los emprendedores nacientes, a diferencia del año anterior, muestra que un 80,5% de los emprendedores nacientes ha emprendido porque ha identificado una oportunidad en el mercado y un 19,5% lo ha hecho porque no ha tenido otra alternativa. Este resultado, si bien es positivo, preocupa porque comparando al año 2013 ha disminuido el porcentaje de emprendedores nacientes emprendiendo por oportunidad pero se ha triplicado el porcentaje de emprendedores nacientes por necesidad, de un 5,6% en 2012 a un 19,5% en 2013 (figura 12). Este resultado llama la atención considerando que Antofagasta destaca como una región de oportunidades y pareciera ser que los emprendedores no están logrando capturarlas. No obstante, el verdadero desafío de la Región es la supervivencia y el crecimiento de los negocios.

Figura 12. Emprendedores Nacientes por Oportunidad y Necesidad.


Fuente: GEM Chile Encuesta a la población adulta 2013.

El GEM profundiza en sus categorías de emprendimiento por oportunidad y, desde 2007, redefine el concepto de emprendimiento por oportunidad, donde incluye el deseo de “ser independiente” y el de “incrementar los ingresos”, mientras que el deseo de “mantener el ingreso” no se considera una legítima manifestación del emprendimiento por oportunidad y, en consecuencia, no forma parte del indicador de oportunidad. La figura 13 muestra los motivos de los emprendedores en etapas iniciales por oportunidad. En siete de las nueve regiones que realizan el estudio, predomina el deseo de incrementar ingresos como principal motor de emprendimiento. Este es el caso de Antofagasta, mientras que en las regiones del Biobío y Atacama, predominan “otros” motivos con porcentajes por encima del 30%. Destaca también que en la región del Biobío, el motivo de ser independiente (27,7%) supera al de incrementar ingresos (26,2%). Después de la motivación de incrementar ingresos, predomina la motivación “otros” en las regiones de Antofagasta, Coquimbo y la Araucanía. El deseo de ser independiente aparece en el segundo lugar en las regiones de Arica y Parinacota, Valparaíso, Coquimbo, la Región Metropolitana y Biobío.

Figura 13. Motivos del emprendimiento en etapas iniciales por oportunidad.


Fuente: GEM Chile Encuesta a la población adulta 2013.

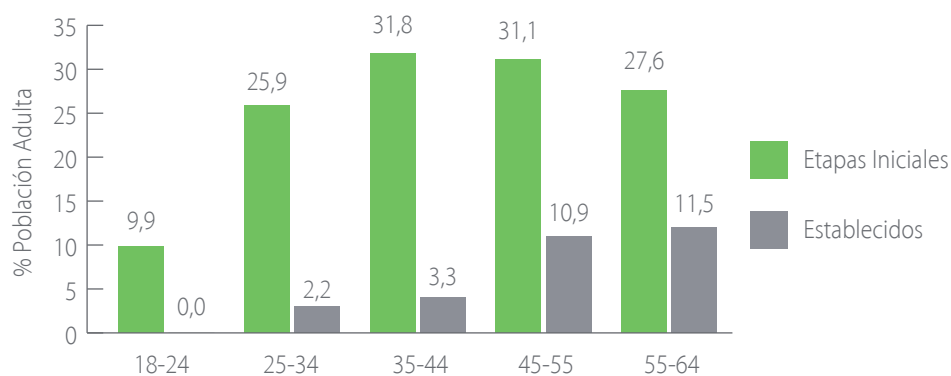
2.2.3. Características Demográficas de los Emprendedores

Indicadores de Edad y Género

La figura 14 muestra la proporción de las personas involucradas en actividades emprendedoras por rango de edad. Llama la atención que, en todos los rangos etarios, haya una mayor proporción de emprendedores iniciando sus negocios comparado con los establecidos. La mayor proporción de emprendedores en etapas iniciales se encuentra en los rangos de 35 a 44 años y de 45 a 55 años, un 31,8% y un 31,1% respectivamente (figura 14). También se han identificado emprendedores que están partiendo con edades entre 55 y 64 años, lo que muestra que en nuestra región los emprendedores se animan a iniciar un negocio después de los 35 años. Solo un 9,9% de la población adulta se encuentra involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales con edades entre los 18 y 24 años. Como es de esperar los emprendedores con más de tres años y medio de actividad se encuentran entre los 45 y 55 años y entre 55 y 64 años de edad.

La edad promedio de los emprendedores se ha incrementado en el año 2013, siendo 43 años para los que se encuentran en las primeras etapas y de 55 para los establecidos. Seis años más en el primer caso y cinco en el segundo con respecto al año anterior.

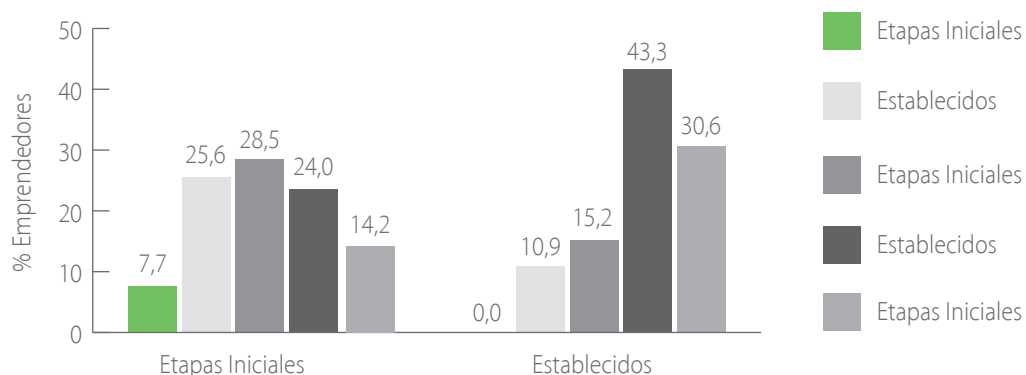
Figura 14. Tipos de actividad emprendedora por rangos de edad.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

La figura 15 muestra la distribución de los rangos etarios por etapa de actividad emprendedora. Como es de esperar, esta distribución difiere dependiendo de la etapa en que se encuentre el emprendedor. Llama la atención este año el envejecimiento relativo de los emprendedores. En el grupo de emprendedores en etapas iniciales casi un 70% se concentra en los rangos entre los 25 y 55 años y menos del 10% de los emprendedores de este grupo tiene menos de 25 años. Mientras que en el grupo de los establecidos un 43% se concentra entre los 45 y 55 años y un 30,6% se encuentra en edades entre el 55 y 64 años. Destaca que esta distribución ha cambiado con respecto al año anterior donde, como es de esperar, había una concentración entre los 25 y 44 años en el grupo de emprendedores en etapas iniciales, mientras que en los establecidos la concentración se daba en los rangos entre 45 y 64 años.

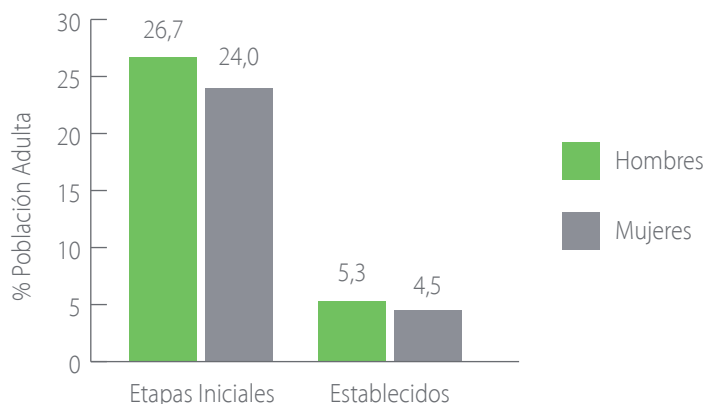
Figura 15. Proporción de rangos de edad por tipo de actividad emprendedora.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

Desde la perspectiva de género, los resultados de 2013 muestran una disminución de la proporción de emprendedores hombres, tanto en etapas iniciales como establecidos con respecto a 2012, del 30,9% al 26,7% y del 9,3% al 5,3% respectivamente. En contraste, se ha producido un incremento significativo del emprendimiento femenino en sus primeras etapas del 17,6% al 24% y una disminución del porcentaje de empresarias establecidas del 5,1% al 4,5% en el mismo periodo (figura 16). Nuevamente, sale a relucir la brecha entre etapas del proceso emprendedor que se observa tanto en el grupo de hombres como de mujeres, mientras que las brechas de género en cada una de las etapas son cada vez menores. En consecuencia, el problema de la vulnerabilidad de los negocios de los emprendedores en etapas iniciales se da en ambos sexos. Más detalles sobre el emprendimiento femenino se encontrarán en el informe "Mujeres y Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta 2013-2014" que se publicará en su sexta versión este año⁶.

Figura 16. Actividad Emprendedora por tipo y género.



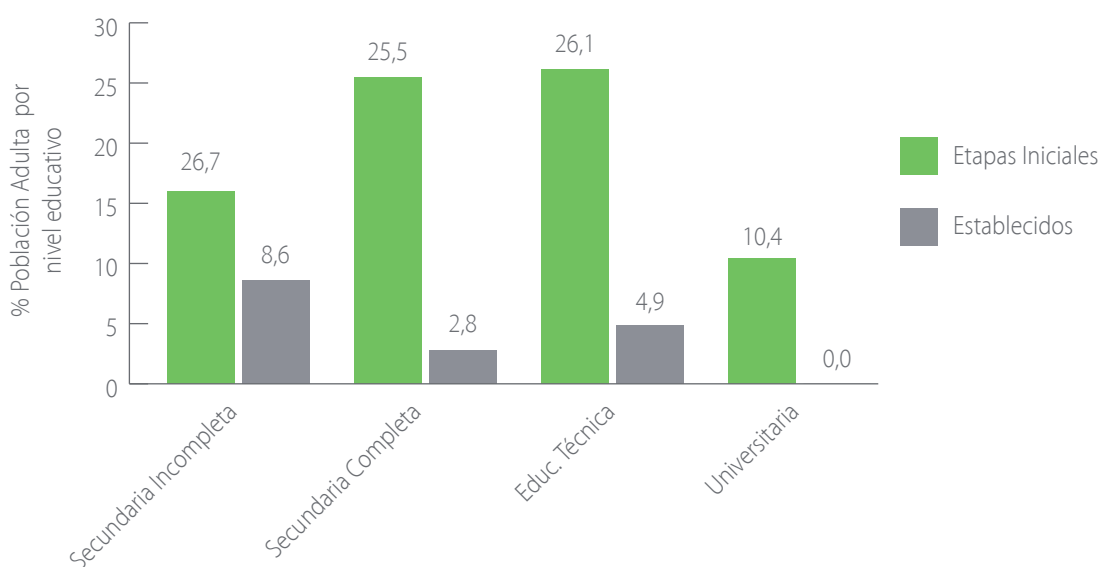
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

⁶Se encuentra disponible el quinto informe sobre Mujeres y Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta 2011-2012. Solicitar un ejemplar a: cemp@ucn.cl

Indicadores de Nivel Educativo

El GEM utiliza indicadores estandarizados para medir el nivel educativo con el fin de poder compararlos internacionalmente. Se identifican cuatro categorías: secundaria incompleta, secundaria completa, educación técnica y profesional y educación superior (universitaria y postgrados). Resulta interesante observar a los emprendedores en etapas iniciales y a los establecidos por nivel de educación ya que éste es uno de los principales factores que afecta al éxito empresarial. La figura 17 muestra la proporción de emprendedores según nivel de educación. Un resultado preocupante es la caída significativa con respecto a 2012 en el segmento de los emprendedores con educación universitaria, cuya proporción disminuye de un 24,8% a un 10,4% en los emprendedores en etapas iniciales, y de un 9,4% a no identificarse emprendedores establecidos con grado universitario (Ver Romaní y Atienza, 2013).

Figura 17. Actividad Emprendedora por nivel educativo.

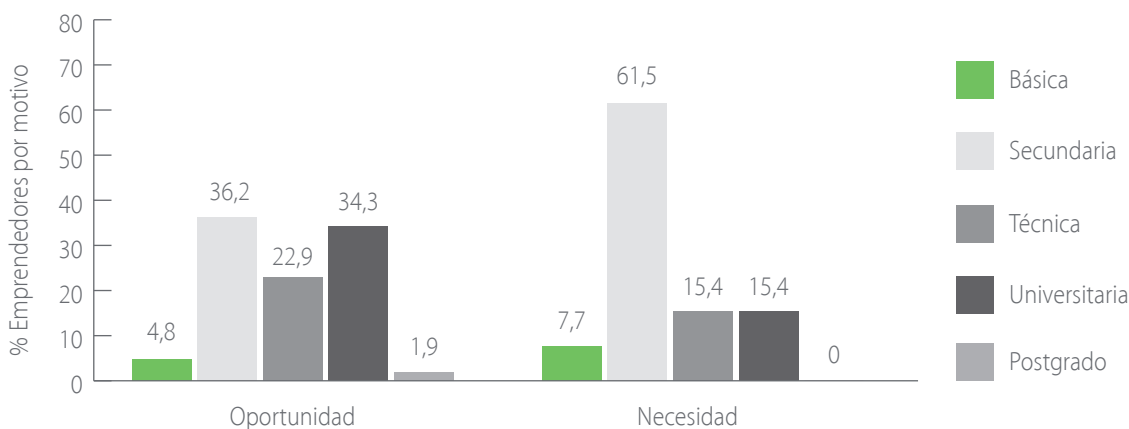


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

Llama la atención, también, el incremento en la proporción de emprendedores en etapas iniciales con niveles de secundaria incompleta y completa, mientras que han disminuido los emprendedores con educación técnica. Esto posiblemente sea una de las causas de la vulnerabilidad de los negocios en el tiempo.

Es importante señalar, además, que la distribución de los niveles educacionales varía de acuerdo al tipo de emprendimiento. El emprendimiento por necesidad, en general se asocia con menores niveles educativos. Esto se puede observar en la figura 18, donde no se aprecia a emprendedores con postgrado, y el porcentaje de emprendedores con educación universitaria alcanza el 15,4% igual al porcentaje de emprendedores con nivel técnico. En este grupo de emprendedores por necesidad predominan los adultos con educación secundaria, un 65% (figura 18). Sin embargo, a diferencia del año 2012, se ha producido una disminución de adultos con postgrado y nivel universitario pasando de un 5,2% y un 40,9% a un 1,9% y un 34,3% respectivamente, mientras que se ha incrementado la proporción de adultos con educación secundaria de un 22,6% a un 36,2% en ese mismo período. Estos resultados también podrían afectar la sostenibilidad de los emprendimientos en el tiempo.

Figura 18. Nivel de educación y tipo de emprendimiento en etapas iniciales.

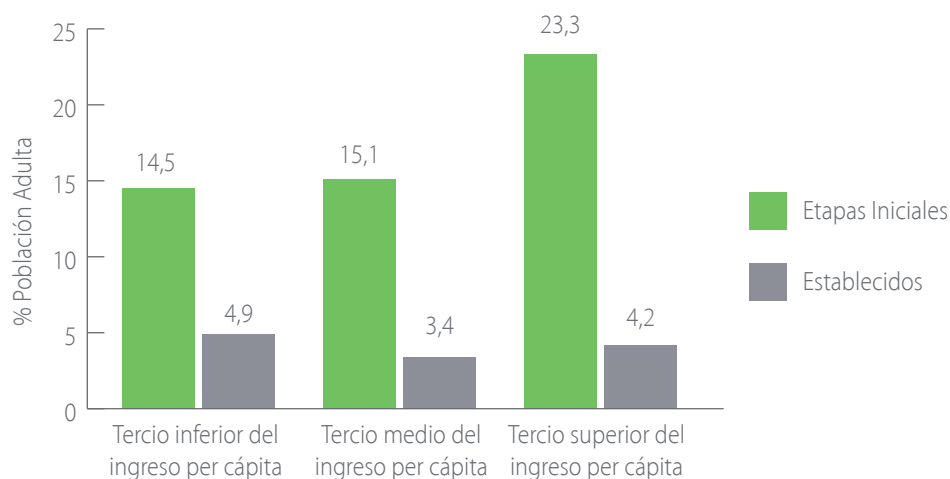


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

Nivel de Ingreso

Otro de los indicadores que tradicionalmente se ha considerado relevante para explicar la actividad emprendedora es el nivel de ingresos de los hogares. En este sentido, el GEM también utiliza indicadores estandarizados que tratan de posibilitar la comparación internacional. Se utiliza un indicador relativo que se obtiene dividiendo la distribución del ingreso per cápita de los países en tercios. Si bien este indicador tiene limitaciones ya que no tienen en cuenta las diferencias entre la renta per cápita de los países, permite obtener una estimación aproximada de la actividad emprendedora dentro de cada país entre los grupos con ingresos bajos, medios y altos. En 2013, no se han producido variaciones significativas en los tres tercios del ingreso per cápita para los emprendedores en las diferentes etapas del proceso emprendedor con respecto al año anterior (figura 19). Sin embargo, se ha producido un incremento en el grupo de emprendedores en etapas iniciales en el tercio inferior del ingreso per cápita, y una disminución porcentual del tercio medio y tercio superior del ingreso per cápita de los emprendedores de ese mismo grupo. En el grupo de emprendedores establecidos, ha disminuido el porcentaje del tercio superior del ingreso per cápita, mientras que los otros dos tercios se han mantenido con respecto al año 2012.

Figura 19. Nivel de ingresos y tasa de actividad emprendedora.



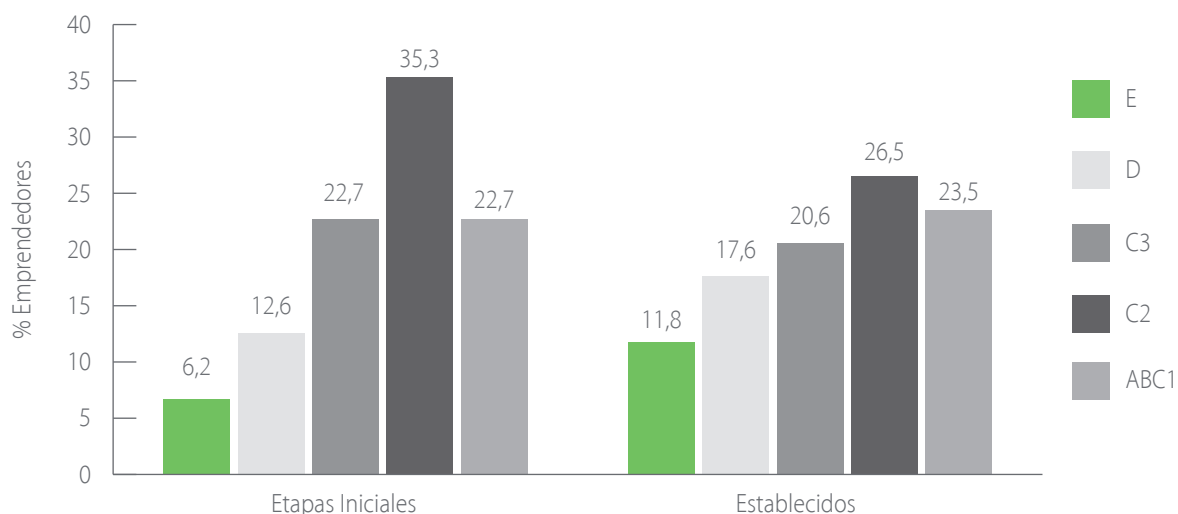
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

El GEM utiliza también los criterios nacionales que determinan el nivel socio económico para analizar la incidencia del emprendimiento en cada una de sus cinco categorías, que corresponden a la siguiente distribución del ingreso:

- E: \$1 a \$230.000;
- D: \$230.001 a \$400.000;
- C3: \$400.001 a \$680.000;
- C2: \$680.001 a \$1.200.000; y
- ABC1: Más de \$1.200.001.

Cuando se utiliza esta clasificación, en contra de lo esperado, se observa una distribución diferente entre el grupo de emprendedores en etapas iniciales versus los establecidos. Con un fuerte predominio en el primer grupo de emprendedores con ingresos familiares superiores a \$400.000 pesos e inferiores a los \$680.000 pesos. Mientras que el porcentaje de emprendedores en los niveles ABC1 es exactamente igual a los que alcanzan niveles equivalentes a C3, menos del 20% de los emprendedores en este grupo se encuentran en los niveles socioeconómicos E y D (figura 20). Contrario a lo esperado, en el grupo de emprendedores establecidos, se ha identificado a casi un 30% de los emprendedores con niveles socioeconómicos entre E y D. Mientras que un 70% se encuentra distribuida entre las categorías ABC1, C2 y C3 (figura 20). Preocupa que casi un 30% de los emprendedores establecidos tenga ingresos familiares menores a \$400.000 pesos, y que haya disminuido el porcentaje de empresarios establecidos con niveles socioeconómicos ABC1 pasando de un 48,6% en 2012 a un 23,5% en 2013, menos de la mitad.

Figura 20. Actividad emprendedora según ingreso familiar.



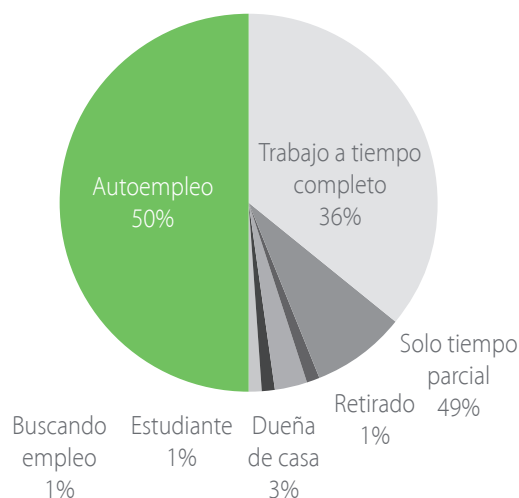
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

Situación laboral de los emprendedores

En la Región de Antofagasta, la situación laboral de los adultos en las primeras etapas del proceso emprendedor ha permanecido prácticamente igual al año 2012. Es importante mencionar que el segmento de emprendedores en etapas iniciales que dice estar autoempleado representa el 50%, mientras que los emprendedores con trabajo a tiempo completo son el 36% (figura 21). El hecho de

que más de un tercio de los emprendedores en las primeras etapas trabajen como asalariados puede explicar en parte la vulnerabilidad de sus negocios en el tiempo, porque no le dedican el tiempo necesario a su emprendimiento. La distribución laboral de los emprendedores en esta etapa en la región es similar al conjunto del país (Amorós y Acha, 2014).

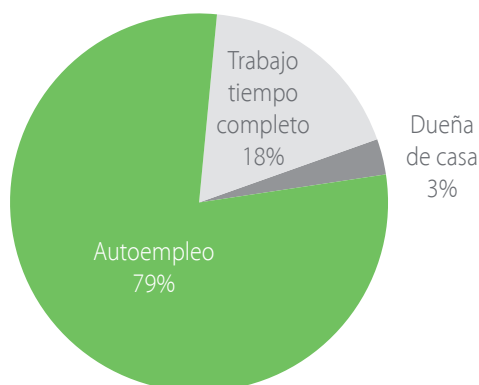
Figura 21. Situación laboral de los emprendedores en etapas iniciales.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

La distribución porcentual de la situación laboral de los emprendedores establecidos difiere de los de etapas iniciales. En 2013, un 79% de estos emprendedores se declaran autoempleados, y un 18% trabaja a tiempo completo para terceros, un 3% se declara dueña de casa (figura 22). A diferencia del año anterior, ha disminuido el porcentaje de autoempleados de un 85% a un 79% mientras que ha aumentado el porcentaje de emprendedores establecidos que están trabajando a tiempo completo para terceros de un 10% a un 18%. Llama la atención este incremento en el grupo de empresarios establecidos, ya que podría influir en la sostenibilidad de sus negocios en el tiempo.

Figura 22. Situación laboral de los empresarios establecidos.

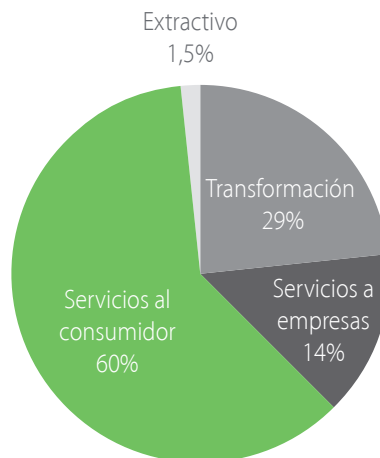


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

Sectores Industriales de la Actividad Emprendedora

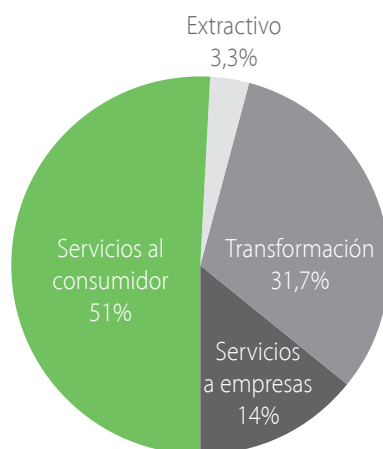
La distribución sectorial del emprendimiento en la Región de Antofagasta presenta variaciones en algunos sectores con respecto al año 2012. Ha habido un aumento en la proporción de emprendedores en etapas iniciales que orientan sus servicios al consumidor final, de un 53% a un 60%, y continúa siendo el sector mayoritario. La orientación de servicios a empresas ha disminuido significativamente de un 20% a un 14% en el último año y no se han registrado variaciones significativas en los sectores de transformación ni extracción, un 23,9% y 1,5% respectivamente (figura 23). Estos resultados no difieren de los obtenidos en el país y muestran poca diversificación productiva y una orientación hacia actividades con bajo valor añadido.

Figura 23. Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013

Entre los emprendedores establecidos, también se han registrado variaciones similares a las de los emprendedores en etapas iniciales, en la distribución sectorial. La principal diferencia con respecto al año 2012, es que se ha producido un aumento de la proporción de empresarios que orientan sus servicios al consumidor final de un 46% a un 51%. Mientras que ha disminuido la prestación de servicios a empresas, de un 20% a un 14%. Los otros dos sectores han permanecido como el año anterior, un 31,7% en el sector de transformación y un 3,3% en el sector extractivo (figura 24). La distribución sectorial de este grupo es similar al conjunto del país (Amorós y Acha, 2014). Estos resultados son muy interesantes, considerando la disminución en la proporción de emprendedores con grado universitario y el incremento de emprendedores con secundaria incompleta, esto sin duda ha repercutido en el incremento del emprendimiento por necesidad que aunado a la desaceleración de la economía, ha provocado que muchos de los emprendedores en lugar de prestar servicios a empresas ahora orienten sus emprendimientos hacia el consumidor final, caracterizado por tener bajas barreras de entrada y bajo valor agregado, por lo que se podría decir que en 2013 hubo una "precarización" de los emprendimientos.

Figura 24. Actividad emprendedora establecida por sector económico.

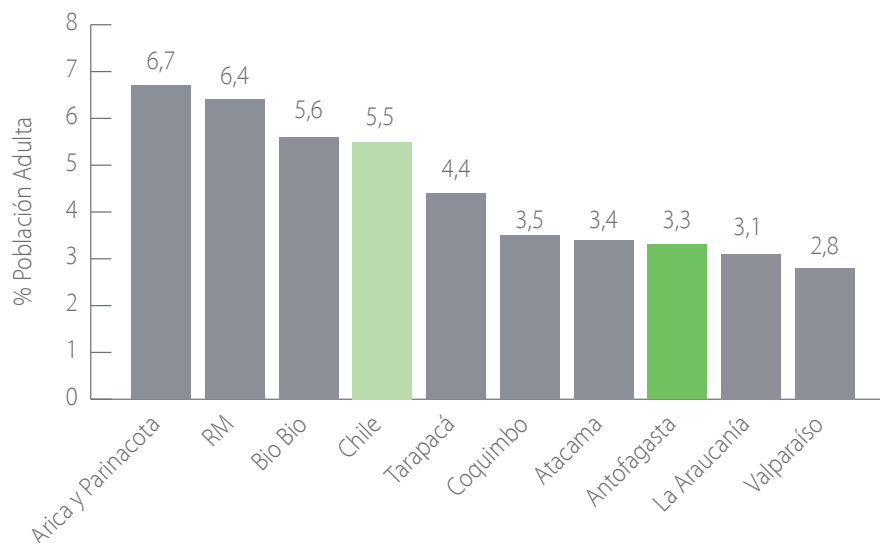
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

Cierre o culminación de la actividad emprendedora.

El cierre o discontinuidad de actividades es parte del proceso emprendedor. Una persona que cierra o discontinúa la actividad puede volver a emprender en algún otro momento. A esta acción de iniciar nuevamente un nuevo negocio también se le conoce como re-emprendimiento. En la literatura, existen más estudios vinculados con el éxito emprendedor, centrandó la atención en las experiencias exitosas. Pocos estudian o hablan sobre las lecciones aprendidas después del cierre o discontinuidad del mismo. Es importante mencionar que el discontinuar o abandonar un negocio no significa necesariamente que el negocio fue un fracaso (Headd, 2003). Por ello, resulta del mayor interés analizar sus principales características.

La figura 25 muestra la tasa de discontinuidad o cierre de los negocios en los últimos doce meses. El rango de esta tasa se sitúa entre las regiones de Valparaíso que tiene la tasa más baja, un 2,8% y Arica y Parinacota, con la tasa más alta, un 6,7%. Antofagasta se encuentra entre las tres regiones con las tasas de discontinuidad más bajas comparadas con el resto de las regiones que participaron en el estudio, mientras que en el conjunto del país esta tasa fue de un 5,5%. Comparado con el año 2012, la tasa de discontinuidad de la región ha disminuido de un 4,8% a un 3,3% en 2013. Este resultado es extraño teniendo en cuenta el aumento observado en la brecha entre emprendedores en etapas iniciales y establecidos.

Figura 25. Proporción de la población que ha discontinuado o cerrado su negocio en los últimos doce meses.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

Al analizar las razones por las que discontinuaron sus negocios, las respuestas mencionadas con más frecuencia fueron: "motivos personales" (40,8%), "el negocio no era rentable" (23,6%), "dificultades para acceder al financiamiento" (21%). Un 7,1% manifestó haber "encontrado trabajo" y un 4,1% declaró haberseles presentado una oportunidad de vender el negocio.

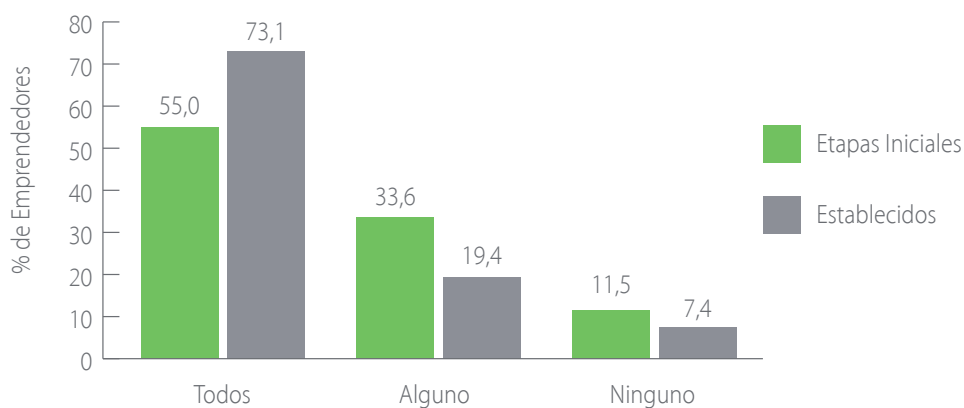
Con respecto al primer motivo mencionado con mayor frecuencia, no hay nada que decir ya que no se sabe exactamente qué podría haber influido. Sin embargo, preocupan el segundo y el tercero. El motivo referido a la rentabilidad del negocio, es mencionado desde que se inició el estudio sobre la actividad emprendedora en la Región y lleva a pensar en la falta de conocimientos de las personas para evaluar negocios. Este resultado, destaca la necesidad de que las Universidades y otras instituciones de enseñanza incorporen cursos sobre identificación y evaluación de oportunidades de negocio. Los emprendedores, a pesar de que declaran tener conocimientos y habilidades para capturar oportunidades de negocio, suelen carecer de las herramientas y técnicas que les permitan evaluar adecuadamente dichas oportunidades a fin de evitar el cierre o discontinuidad de sus negocios en los primeros años. Por otro lado, del contacto con emprendedores se puede deducir que a estos les falta más conocimiento técnico relacionado con la gestión de empresas. Les falta visión del negocio, estrategias de crecimiento, etc. Nuevamente, este es un desafío tanto para las universidades y organizaciones afines como para los emprendedores en etapas iniciales. Para los primeros, con el fin de implementar programas especiales orientados al crecimiento del negocio, y para los segundos, para tener conciencia de sus limitaciones y darse el tiempo para asistir a un curso formal de gestión de empresas.

La otra razón está vinculada al acceso a financiamiento y preocupa, sobre todo, cuando se compara con años anteriores. Este motivo representaba apenas un 3% de los cierres el año 2010. En el año 2011, subió a un 9%, en 2012 a un 17,7% y en 2013 a un 21%, lo que lleva a pensar que la oferta de financiamiento por parte del sector público no está siendo capturada por los emprendedores, probablemente porque no hay suficiente información al respecto o la accesibilidad a dichos fondos es cada vez más difícil por la cantidad de exigencias de parte del oferente de recursos, o bien la oferta no se ajusta a las necesidades de los que la requieren. Este es un tema pendiente que amerita ser analizado cuidadosamente. Según conversaciones sostenidas con emprendedores, algunos manifiestan el desconocimiento de estos instrumentos. Aquí emerge una señal de alerta para estas instituciones, en el sentido de reorientar el sistema de información de los programas que disponen y, también, para los emprendedores para que se informen sobre estos programas ya sea en las mismas instituciones o través de su sitio web. Otros manifiestan, sin embargo, que estos recursos son limitados y no todos pueden acceder al financiamiento.

2.3. Las aspiraciones emprendedoras en la Región

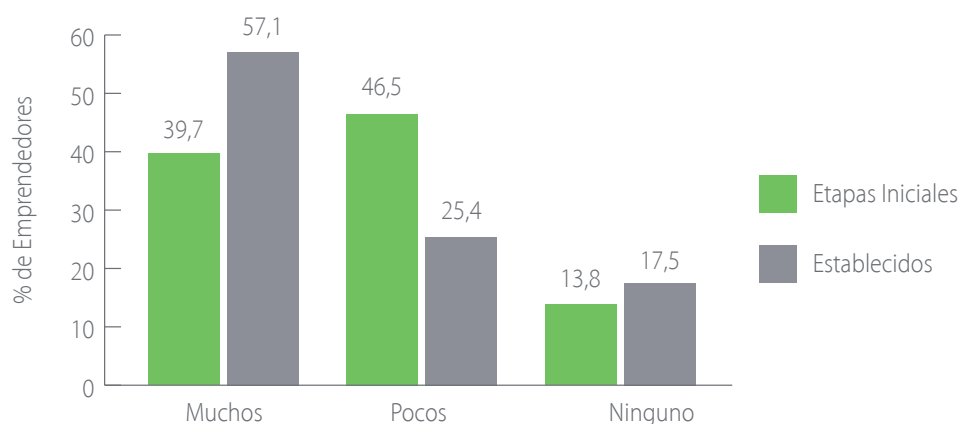
Los indicadores que usa el GEM para medir las aspiraciones emprendedoras tienen que ver con la competitividad e innovación y el deseo de hacer crecer el negocio. Un aspecto importante de la dinámica emprendedora está relacionado con la capacidad de generar innovación, competitividad y sustentabilidad. El economista Joseph Shumpeter (1934) sentó las bases para incorporar la innovación como parte fundamental del proceso emprendedor. Su teoría de la “destrucción creativa” plantea que los emprendedores son capaces de “romper” el equilibrio en el mercado porque pueden introducir nuevos productos, nuevos procesos o servicios. Estas innovaciones pueden hacer más competitivo el mercado y a su vez ampliar las posibilidades de eficiencia y productividad. Así, la innovación es un medio por el cual los emprendedores pueden contribuir al crecimiento económico.

La metodología del GEM incorpora diferentes factores con el fin de tener una visión aproximada y subjetiva, desde el punto de vista del propio emprendedor, sobre el nivel de innovación y competitividad de su actividad emprendedora. Uno de esos factores está relacionado con la novedad del producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor en el mercado. La figura 26 muestra que más de un 70% de los emprendedores establecidos y más de un 50% de los emprendedores en etapas iniciales, considera que su producto o servicio es nuevo para todos. Solo un 11,5% de los emprendedores en etapas iniciales considera que su producto no es novedoso frente a un 7,4% de los establecidos. Los primeros resultados, deben tomarse con mucha cautela ya que son percepciones subjetivas de los emprendedores quienes, muchas veces, sobrevaloran el grado de innovación de sus productos y servicios. De hecho, como se mostró en el apartado anterior, más del 60% de los emprendedores orienta sus negocios al sector de servicios al consumidor final, caracterizado por las bajas barreras de entrada y poco valor agregado.

Figura 26. Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores.

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

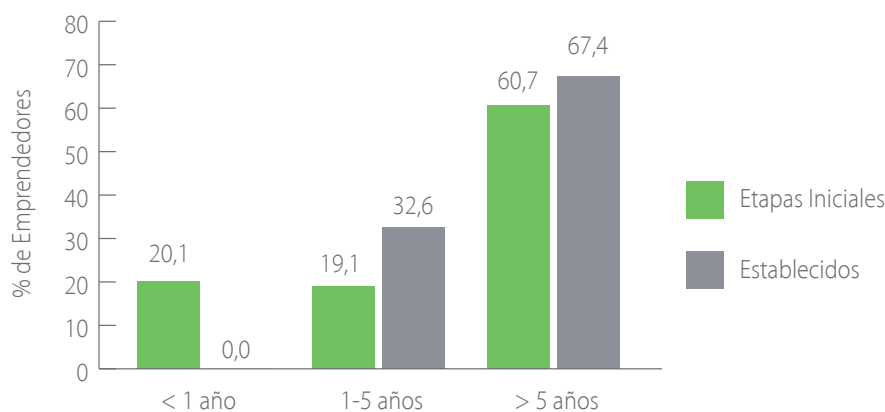
El otro factor de las aspiraciones está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares. Los resultados del año 2013 muestra que un 39,7%, en el caso de los emprendedores en etapas iniciales, y un 57,1%, en el caso de los establecidos, consideran que tienen muchos competidores. Este resultado es importante, porque muestra que hay más conciencia entre los emprendedores respecto a la competencia que enfrentan sus productos o servicios. Sin embargo, todavía más de un tercio de los emprendedores (un 46,5% y un 25,4% respectivamente), considera que tienen pocos competidores. Solo un 13,8% y un 17,5% de ellos respectivamente, cree que su producto o servicio no tiene ningún competidor (figura 27). Los resultados, son similares al conjunto del país (Amorós y Acha, 2014).

Figura 27. Cantidad percibida de competidores con productos o servicios similares.

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

El tercer factor incorporado por el GEM en el ámbito de las aspiraciones está relacionado con la capacidad de aprovechar las nuevas tecnologías en el proceso de producción o entrega de servicios. La figura 28 muestra que a medida que aumenta la edad de la tecnología usada, crece también la proporción de emprendedores. Así, más de un 60% de los emprendedores, con independencia de la etapa en que se encuentren, usan tecnología de más de cinco años de antigüedad. Solo un 20,1% de los emprendedores en etapas iniciales incorpora tecnología menor a un año en su proceso productivo o entrega de servicios. Es importante mencionar el incremento significativo de la proporción de emprendedores en etapas iniciales usando tecnología con menos de un año de antigüedad y de los emprendedores establecidos, usando tecnología de uno y cinco años de antigüedad, de un 13,2% y un 8% a un 20,1% y un 32,6% respectivamente, en relación al año 2012. Lo que significa que, cada vez más, los emprendedores en etapas iniciales y los establecidos están usando tecnologías de menos de cinco años, pese a que el grueso de emprendedores todavía usa tecnología de más de cinco años de antigüedad. Sin embargo, no se han identificado emprendedores establecidos usando tecnologías recientes.

Figura 28. Uso de tecnología reciente en los procesos o servicios.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

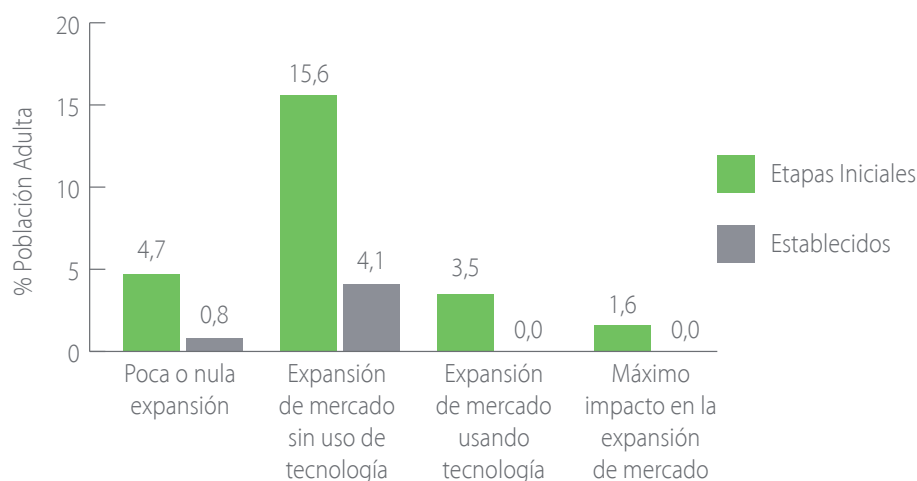
El GEM también pregunta a los emprendedores sobre la expansión de mercado que esperan alcanzar con sus productos o servicios. Para este fin, se utiliza una variable que toma cuatro valores:

- Poca o nula expansión;
- Expansión de mercado sin uso de tecnología;
- Expansión de mercado usando tecnología; y
- Máximo impacto en la expansión de mercado.

Los resultados en 2013 muestran que las aspiraciones en la expansión de mercado tanto de los emprendedores en etapas iniciales como de los establecidos son bajas. El mayor porcentaje de emprendedores se encuentra en la categoría "expansión sin uso de tecnología" donde se encuentra un 15,6% de la población adulta que está involucrada en etapas iniciales, y apenas un 4,1% de la población adulta con más de tres años y medio de actividad. No se han identificado emprendedores establecidos que se expanda en el mercado usando tecnología y que tampoco tengan un máximo impacto en la expansión. En la categoría poca o nula expansión apenas se ha identificado a 4,7% de los emprendedores en etapas iniciales versus un 0,8% de establecidos (figura 29). Dado que las

aspiraciones de los emprendedores son un elemento clave en la actividad que realizan, la falta de ambición observada da alguna luz sobre el potencial de sus productos o servicios, que en su mayoría son negocios sin impacto, sin valor agregado y sin expectativas de crecimiento, orientándose más a ser negocios “estilo de vida” donde no se identifica una clara estrategia de crecimiento (Berger y Udell, 1998). Una situación muy parecida a la de Antofagasta se observa en el país, tanto en los emprendedores en etapas iniciales como en los establecidos (Amorós y Acha, 2014).

Figura 29. Aspiraciones en la expansión de mercado.

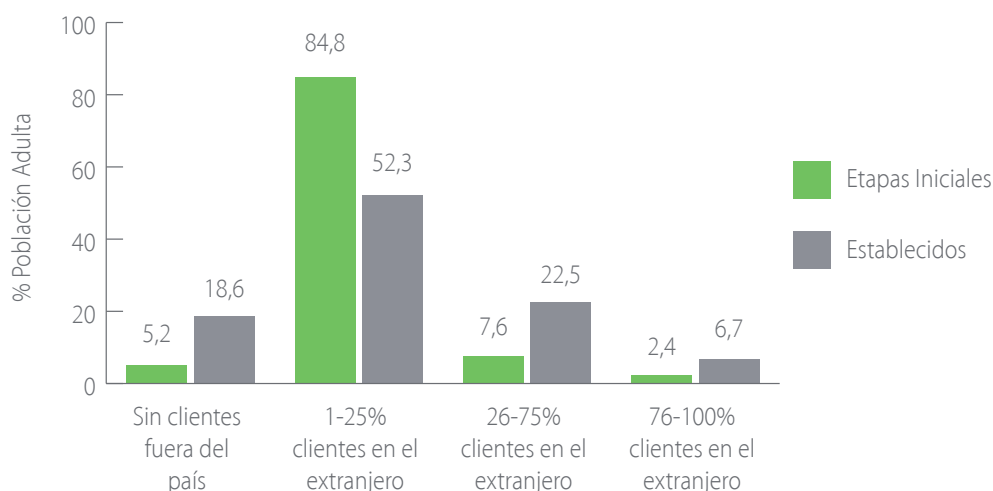


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

Sin duda, el gran desafío que debe afrontar la Región de Antofagasta es lograr que los nuevos negocios se orienten hacia sectores productivos con una mayor incorporación de tecnología reciente y mayores expectativas de expansión. A este respecto, Atienza (2012) señala, a partir de una muestra de más de 500 Pymes regionales, que la mejor práctica para expandir sus mercados consiste en el uso de dichas tecnologías en los procesos de producción y gestión.

Otro factor relacionado con la competitividad que aborda el GEM se refiere a la actividad exportadora de los emprendedores, medida como el porcentaje de los clientes que tienen en el extranjero. Los resultados del 2013 sorprenden, en el sentido de que casi un 85% de los emprendedores en etapas iniciales declara tener hasta un 25% de sus clientes en el extranjero. Este porcentaje es significativamente mayor que el obtenido en 2012, un 48,6%. En contraste, se ha reducido el porcentaje de emprendedores establecidos con ese rango de clientes en el extranjero, de un 59,7% a un 52,3% (figura 30), en el mismo periodo. Otra reducción significativa en los dos grupos de emprendedores se da en la categoría sin clientes en el extranjero, de un 35,5% y 30,4% respectivamente a un 5,2% y un 18,6% respectivamente. Este resultado hay que analizarlo con cautela debido a los grandes cambios ocurridos en el lapso de un año y habrá que esperar a 2014 para ver si se consolidan estas variaciones.

Figura 30. Clientes en el extranjero de los emprendedores por etapas.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2013.

Finalmente, otro factor relevante en este apartado es la expectativa de crecimiento en cuanto a generación de empleo. El GEM estima este indicador como el porcentaje de la población adulta involucrada en la actividad emprendedora en etapas iniciales que espera crear, por lo menos, diez nuevos empleos en los próximos cinco años. En 2013, este indicador en la Región de Antofagasta es del 25%. Porcentaje menor al obtenido en el año 2012, pero ligeramente superior al conjunto del país (23,6%). En el grupo de empresarios establecidos, esa expectativa responde solo al 6,7% de los emprendedores, un porcentaje ligeramente superior al obtenido en el conjunto del país (5%).

El cuestionario de la población adulta también incorpora una pregunta relacionada con las expectativas de alto potencial de crecimiento, entendido como la creación de 19 o más empleos en los próximos cinco años. En 2013, destaca la región Metropolitana con la tasa más alta, un 4,1% mientras que la región de la Araucanía posee la tasa más baja, un 1,8%. Antofagasta obtuvo un 2,9% ligeramente por debajo del conjunto del país (3,1%). Este indicador, muy relevante por su repercusión tanto económica como social, es objeto de un estudio más detallado en el proyecto GEM⁷, aun cuando presenta una proporción muy baja en todos los países.

En resumen, los factores descritos anteriormente dan cuenta de que en 2013 ha habido una ligera mejora en algunos factores que miden las aspiraciones de los emprendedores de la Región de Antofagasta, aunque hay que tomar estos resultados con mucha cautela porque son percepciones de los propios emprendedores. Sin embargo, aspectos, como, la cantidad percibida de competidores, las aspiraciones en la expansión de mercado, la expectativa de creación de hasta 10 puestos de trabajo, así como 19 ó más dentro de cinco años son aspectos que se espera mejoren con el transcurso de los años, ya que son clave para lograr su sostenibilidad en el tiempo y crear más empleo en la región. Es importante, por tanto, fomentar las aspiraciones de nuestros emprendedores, para que éstas se vean reflejadas en la calidad de los productos o servicios que ofrecen y que no solamente haya un incremento de la cantidad de emprendimientos.

⁷ Ver GEM Report on High Expectation Entrepreneurship, disponible en www.gemconsortium.org.

2.4. El financiamiento del emprendimiento en la Región.

La encuesta a la población adulta también permite averiguar aspectos relacionados con el financiamiento de los emprendedores. Para lo cual se les pregunta, en primer lugar, cuánto requieren para iniciar su emprendimiento y cuánto están dispuestos a aportar. El análisis de estas respuestas muestra que la mediana de las necesidades de financiamiento en la región es de cinco millones de pesos, un millón más que el conjunto del país (tabla 5). Cuando se les consulta sobre el monto que están dispuestos a aportar, la mediana de sus respuestas indica que aportarían \$2.000.000 pesos. Esta cifra supera a la mediana obtenida en el conjunto del país que es de \$1.750.000 pesos. Esto implica que los emprendedores en la Región estarían requiriendo aproximadamente \$3.000.000 de pesos para cubrir sus necesidades de financiamiento, mientras que en el conjunto del país, sería un monto menor, \$2.250.000 pesos. ¿Quién financia esta brecha?

Tabla 5: Necesidades de financiamiento de los emprendedores.

	CHILE (MEDIANA)	ANTOFAGASTA (MEDIANA)
Necesidad de capital p/ iniciar un negocio	\$ 4.000.000	\$5.000.000
Aporte de capital propio	\$1.750.000	\$2.000.000
Necesidad de financiamiento de terceros (3F's - Financiamiento informal)	\$2.250.000	\$3.000.000

Fuente: GEM Chile, Encuesta a la población adulta 2013.

La literatura financiera menciona que las primeras etapas del ciclo de vida de cualquier empresa parten con el aporte del propio emprendedor (cuando dispone de ahorros) más el financiamiento de las 3F's por sus siglas en inglés (friends, family, fool hardystrangers), es decir la familia, los amigos y los extraños que apuestan en el proyecto del emprendedor (Berger y Udell, 1998). Al financiamiento de las 3F's también se le conoce como financiamiento informal (Bygrave and Quill, 2007), porque son aportes que se entregan directamente al emprendedor sin necesidad de una institución intermediaria. En la jerga financiera, el aporte que da la familia y los amigos también se llama "Love money" porque es el dinero que proviene de un individuo con el cual el emprendedor tiene algún tipo de vínculo afectivo, mientras que a las personas que no tienen ningún vínculo con el emprendedor e invierten en su negocio, se les conoce como inversionistas privados o inversionistas ángeles.

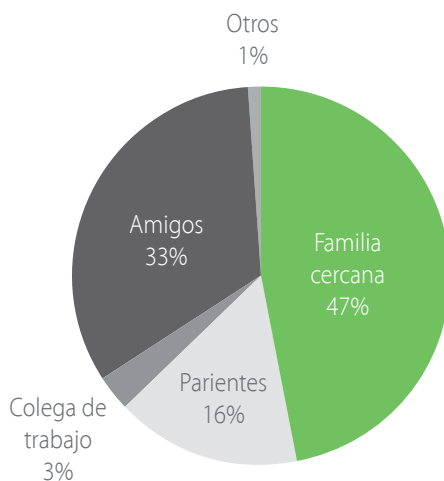
Antofagasta presenta una de las tasas más altas de inversión informal, un 16,4% de la población adulta, ligeramente superada solo por la Región Metropolitana, un 16,7%, mientras que la región de La Araucanía, presenta la tasa más baja, un 12%. Los inversionistas informales en la región de Antofagasta tienen en promedio 42 años, son mayoritariamente hombres (64%), poseen una renta familiar promedio mayor o igual a \$1.200.000 pesos, más de la mitad (54%) son casados, un 32% tiene educación media, el 30% educación técnica, pero también existen universitarios, un 29% e inclusive el 3,8% posee postgrado. Los aportes de estos inversionistas informales varían entre \$20.000 y cincuenta millones de pesos, siendo la mediana de sus inversiones de aproximadamente dos millones de pesos, mientras que en el conjunto del país este monto es menor, \$1.000.000 de pesos, a pesar de que la máxima inversión realizada llega a los 300 millones de pesos (tabla 6).

Tabla 6: Monto de inversión de los inversionistas informales.

INDICADORES	CHILE	ANTOFAGASTA
Media	\$3.880.869	\$5.304.500
Mediana	\$1.000.000	\$2.000.000
Moda	\$500.000	\$500.000
Desv. tip.	\$16.018.831	\$10.254.560
Mínimo	\$10.000	\$20.000
Máximo	\$300.000.000	\$50.000.000

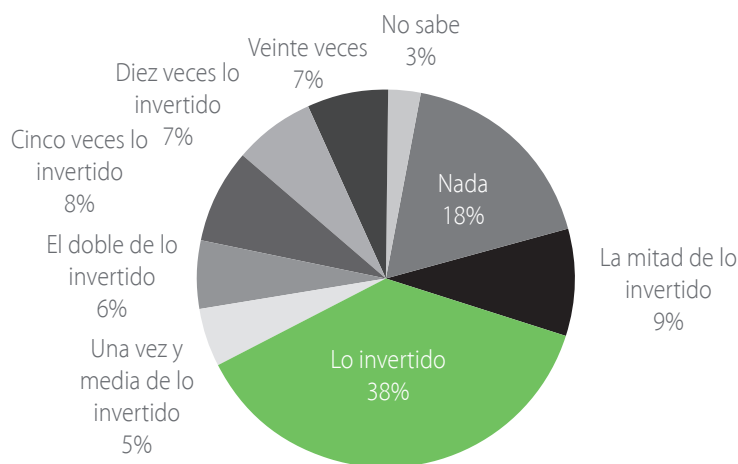
Fuente: GEM Chile Encuesta a la población adulta 2013.

Los inversionistas informales en la región son en un 96% "love money". La familia cercana y parientes, representan un 63%, los amigos constituyen un 33% y los colegas de trabajo un 3%. No se han identificados extraños en los resultados de 2013, comparado con el 4% del año 2012 (figura 31). Estos resultados no difieren significativamente del conjunto del país. Dado que los inversionistas informales en la Región son mayoritariamente "love Money" es de esperar que su expectativa de retorno por la inversión realizada, sea baja. La figura 32 muestra que el 18% de estos no esperan ningún retorno, es decir aportan a fondo perdido. Un 47% tiene la esperanza de recuperar la inversión o la mitad de ésta y solo un 6% espera duplicar la inversión. Un 22% espera mayores tipos de retorno.

Figura 31: Vínculo de los inversionistas informales con los emprendedores.


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Antofagasta, 2013.

Figura 32: Retorno esperado de los inversionistas informales en Antofagasta.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Antofagasta 2013.

En la región, si los emprendedores logran ser financiados por las 3Fs, todavía habría una brecha de financiamiento de aproximadamente \$1.000.000 de pesos, esta brecha es mayor cuando se trata del conjunto del país, \$1.250.000 pesos. En consecuencia, muchos de los emprendimientos tanto en la región como en el conjunto del país simplemente no se materializan por falta de financiamiento (tabla 7).

Tabla 7: Brecha en el financiamiento de los emprendedores.

	CHILE (Mediana)	ANTOFAGASTA (Mediana)
Necesidad de capital Inicial	\$4.000.000	\$5.000.000
Aporte de Capital propio	\$1.750.000	\$2.000.000
Necesidad de Financiamiento de terceros	\$2.250.000	\$3.000.000
Inversión Inversionistas Informales	\$1.000.000	\$2.000.000
Brecha de capital/Equity gap	\$1.250.000	\$1.000.000

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a la población adulta Chile 2013.

Aparte del financiamiento de las 3F's, los emprendedores pueden recurrir a los cofinanciamientos de Sercotec y la CORFO a través de sus programas de Capital Semilla. Los fondos de Capital Semilla de Sercotec se clasifican en empresa y emprendedor y también disponen de un Capital Semilla Abeja orientado solo a mujeres (mayor información ver www.sercotec.cl), pueden acceder a montos de hasta seis millones de pesos dependiendo si se trata de empresa recién constituida o idea emprendedora. El Capital Semilla de CORFO está orientado a emprendimientos innovadores y se postula directamente o a través de un patrocinador (www.corfo.cl), pueden acceder a montos de hasta \$25 millones de pesos.

En la región uno de esos patrocinadores es la corporación Incuba2 (www.incuba2.cl). Es importante destacar que los subsidios de CORFO están orientados exclusivamente a proyectos innovadores, aunque no en el caso de Sercotec cuyo foco son todo tipo de emprendimientos con impacto en la creación de empleos. Entre otras alternativas diferentes a los cofinanciamientos concursables, se encuentra el financiamiento tradicional, a través de los Bancos. Algunas instituciones bancarias como el BCI tienen programas para emprendedores, como la línea Nace y Renace (www.bci.cl). No se tiene información sobre el alcance de estas líneas.

Dentro del financiamiento no tradicional y orientado a emprendimientos innovadores, estarían las redes de ángeles o fondos de capital de riesgo. Lamentablemente, en la región estas alternativas no tradicionales están ausentes (Romaní, Atienza y Amorós, 2013). Se espera que, a medio plazo, se organicen los inversionistas privados y se cree al menos un fondo de capital de riesgo en la región. De lo contrario, algunos de los emprendimientos con capacidad de crecimiento que se inician con financiamiento de las 3F's, o los cofinanciamientos públicos y/o privados, verán limitado su crecimiento por no tener acceso a más financiamiento para enfrentar sus nuevas necesidades de capital.

3. Resultados de la Encuesta a los Expertos.

3.1. Descripción de la Encuesta a Expertos.

El modelo GEM considera que el impulso emprendedor es potenciado o limitado por el contexto específico en el que se desarrolla la actividad emprendedora. Este contexto se resume en un conjunto de nueve dimensiones que afectan directamente el desempeño del emprendedor en la cantidad y la calidad de las oportunidades disponibles y en la capacidad de los emprendedores de identificarlas, evaluarlas y llevarlas a cabo. Las dimensiones definidas por el modelo GEM son las siguientes:

- 1. Acceso a financiamiento:** se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas, pequeñas y en crecimiento, es decir toda la cadena de financiamiento desde las llamadas, en inglés, 4 Fs. (familia, amigos, el emprendedor y extraños) hasta la posible apertura de la empresa en el mercado accionario.
- 2. Políticas de Gobierno:** se refiere a las políticas de apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento aplicadas por la administración pública.
- 3. Programas de Gobierno:** se refiere a la existencia de programas directos de ámbito nacional, regional o municipal orientados a ayudar a las empresas nuevas y en crecimiento.
- 4. Educación y Capacitación:** se refiere a la incorporación de conocimiento, destrezas y habilidades para crear o dirigir empresas nuevas y en crecimiento dentro del sistema educativo y de formación en todos los niveles.
- 5. Transferencia de Investigación y Desarrollo (I+D):** contribución de la I+D a la generación de nuevas oportunidades comerciales al alcance de nuevas empresas, pequeñas y en crecimiento.

6. Infraestructura Comercial y Legal: disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, así como la existencia de organizaciones que promueven el surgimiento de nuevos negocios, pequeños o en crecimiento.

7. Apertura del Mercado Interno: prácticas comerciales habituales y marco regulatorio suficientemente flexibles y bien aplicados de forma que faciliten que las empresas nuevas y en crecimiento puedan competir y eventualmente reemplazar a los proveedores actuales.

8. Acceso a Infraestructura Física: 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 empresas nuevas, pequeñas o en crecimiento.

9. Normas Sociales y Culturales: normas implícitas o explícitas existentes que alientan o desalientan acciones individuales que puedan estimular nuevos emprendimientos y, con ello, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

Para la evaluación de cada una de estas dimensiones, se utiliza una encuesta estandarizada, denominada National Expert Survey (NES), aplicada a expertos nacionales y regionales. En Antofagasta, el grupo de expertos estuvo formado por 40 empresarios y profesionales de diversos ámbitos relacionados con la creación de empresas, de los cuales 37 respondieron el cuestionario regional y 3 el nacional. Se realizó un muestreo selectivo con al menos cuatro especialistas de cada una de las nueve dimensiones del entorno emprendedor. La encuesta consta de 92 preguntas agrupadas en 17 categorías cuyas respuestas son escalas de likert de cinco puntos, más 9 preguntas abiertas agrupadas en 3 categorías. A efectos de facilitar una comprensión más intuitiva de los resultados, se utiliza el mismo criterio empleado por el GEM Chile, convirtiendo la escala original en un índice continuo para cada dimensión que fluctúa entre -2 (muy bajo) y +2 (muy alto) según los siguientes rangos:

ESCALA ORIGINAL	SIGNIFICADO	ESCALA MODIFICADA	SIGNIFICADO
1	Completamente falso	-2	Muy bajo (crítico)
2	Más bien falso	-1	Bajo
3	Ni cierto ni falso	0	Medio
4	Más bien cierto	1	Alto
5	Completamente cierto	2	Muy alto (muy bueno)

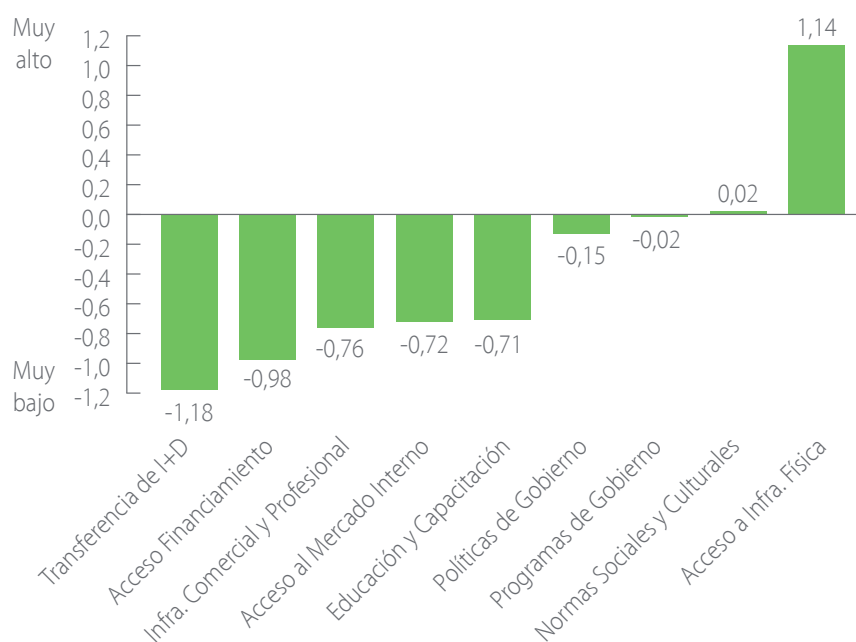
Esta forma de mostrar el índice de cada dimensión permite distinguir más fácilmente su aporte en el contexto local. Así también se hace una conversión dentro de cada dimensión, donde adicionalmente se excluyen las respuestas que no muestran preferencia. Solo se registran las opiniones de acuerdo (respuestas con valores 4 y 5) y en desacuerdo y (respuestas con valores 1 y 2), destacando así la varianza de los datos.

A continuación, se presenta un análisis general de la evaluación que los expertos de la Región de Antofagasta han hecho sobre el contexto emprendedor y cada una de sus dimensiones.

3.2. Evaluación General del Contexto Emprendedor.

El contexto emprendedor de la Región, a juicio de los expertos, continúa siendo poco favorable para el desarrollo del emprendimiento. Con excepción de las dimensiones Acceso a Infraestructura Física, que durante los siete años que se está haciendo este estudio siempre ha tenido una valoración positiva de los expertos, un 1,14 (alta) en 2013, y la dimensión Normas Sociales y Culturales que ha tenido una valoración media (0,02). Las demás dimensiones que conforman el contexto emprendedor continúan con bajas valoraciones (figura 33). La más crítica en 2013 sigue siendo la Transferencia de I + D con un -1,18 (muy baja). Esta dimensión ha tenido, desde que se ha iniciado el estudio sobre la actividad emprendedora, la valoración más baja. Entre las otras dimensiones con bajas valoraciones se encuentran el Acceso al financiamiento (-0,98), Acceso a Infraestructura Comercial y Profesional (-0,76), Apertura al Mercado Interno (-0,72) y Educación y Capacitación (-0,71). Las dimensiones Políticas de Gobierno y Programas de Gobierno han tenido valoraciones menos negativas aproximándose a cero, un -0,15 y un -0,02 (figura 33).

Figura 33. Evaluación del Contexto Emprendedor en la Región de Antofagasta 2013.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

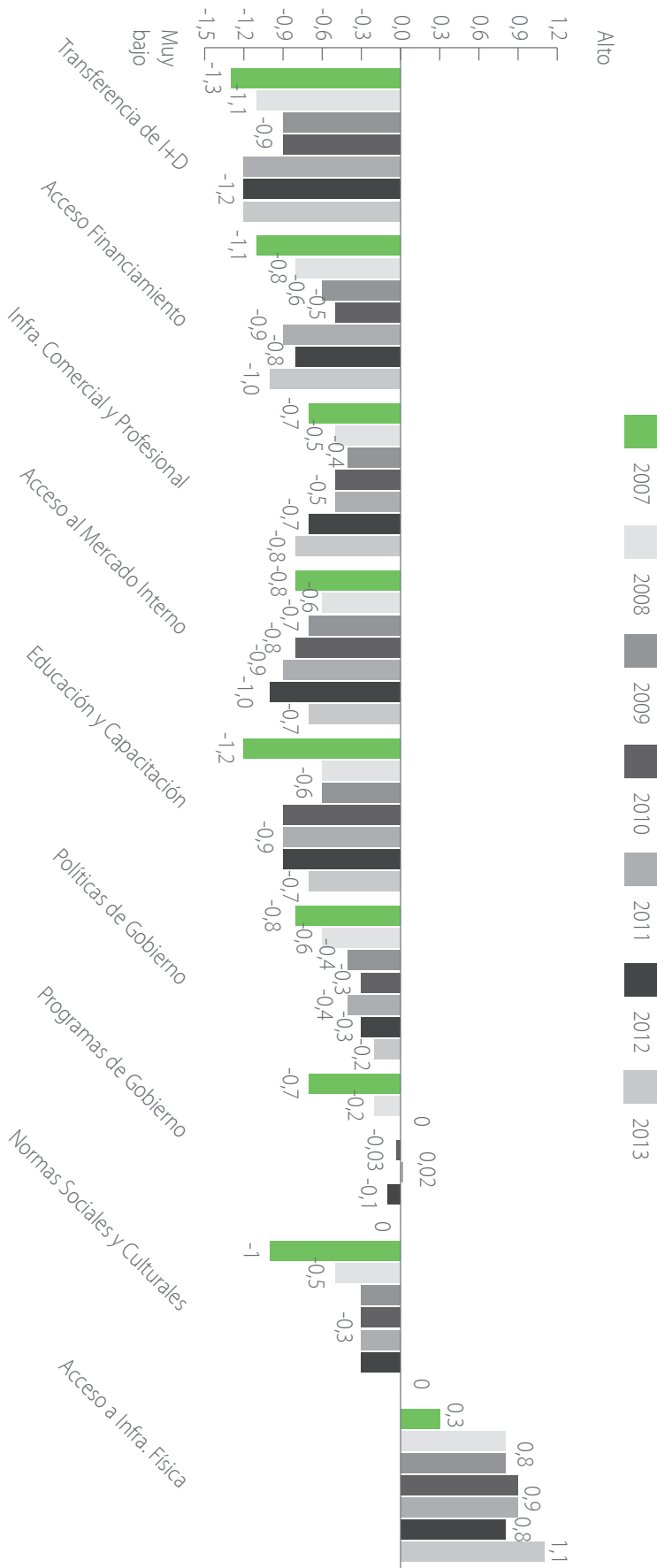
Hace siete años, a juicio de los expertos, el entorno era muy poco favorable para el emprendimiento. Sus valoraciones fueron bastante críticas para la mayoría de las dimensiones, con excepción del Acceso a Infraestructura Física (figura 34). A pesar de que la valoración continúa siendo negativa, es mucho menos crítica en algunas dimensiones. En este grupo destaca, por ejemplo, la valoración sobre las Normas Sociales y Culturales que de una evaluación baja de -1 en 2007 pasó a una valoración media (0,02) en 2013. Una situación similar se da en la valoración de las Políticas de Gobierno y los Programas de Gobierno, que de una evaluación baja de -0,8 y -0,7 respectivamente, en 2007, pasaron a tener una

valoración media baja de -0,15 y -0,02 en 2013. La Educación y Capacitación, si bien ha sido evaluada de forma menos negativa continúa siendo bastante baja (-0,7) en 2013. Otras dimensiones como Acceso al Mercado Interno, Acceso a Financiamiento y Transferencia de I+D han demostrado una leve mejora, aunque siguen siendo las peor evaluadas, mientras que el Acceso a Infraestructura Comercial y Profesional, ha empeorado ligeramente su evaluación en estos siete años, manteniéndose con una evaluación baja (-0,8). El Acceso a Infraestructura Física, dio un salto en 2008 pasando de un 0,3 a un 0,8, y, en los años posteriores, se ha mantenido o mejorado alcanzando una valoración buena (1,14).

Por lo tanto, de acuerdo a la valoración de los expertos, las dimensiones que se han mantenido como las más críticas en estos siete años son, en primer lugar, la Transferencia de I+D, seguida del Acceso al Mercado Interno, el Acceso a Financiamiento y la Infraestructura Comercial y Profesional (figura 34).

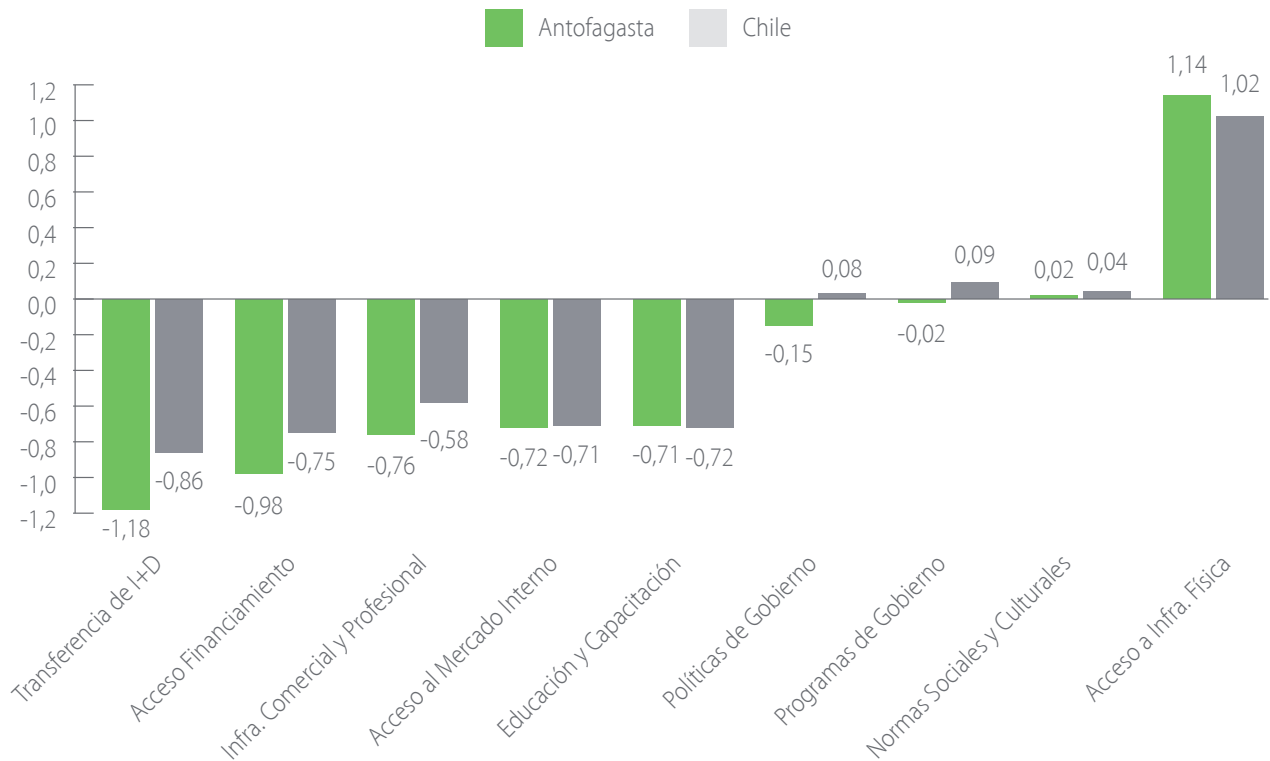
Si se compara la evaluación realizada por los expertos regionales y los nacionales (figura 35), se observa que son bastante próximas, siendo ligeramente más crítica la evaluación realizada sobre el contexto regional en alguna de las dimensiones, como por ejemplo: Transferencia de I+D, Acceso a financiamiento, Infraestructura Comercial y Profesional y Políticas de Gobierno mientras que en las demás dimensiones han tenido valoraciones similares. La infraestructura física es la dimensión que ha sido mejor evaluada por ambos grupos (1,14 y 1,02 respectivamente).

Figura 34. Evaluación del Contexto Emprendedor de la Región 2007-2013.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2007-2013

Figura 35. Evaluación del contexto emprendedor en la Región y en Chile en 2013.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Chile 2013.

3.3. Evaluación de las Dimensiones del Contexto Emprendedor

En este apartado, se analiza con más detalle la evaluación que los expertos de la Región de Antofagasta hacen de las categorías que componen cada una de las dimensiones del contexto emprendedor, las cuales se presentan de la más negativa a la más positiva.

3.3.1. Transferencia de I+D (Evaluación: -1,18)

Esta dimensión es la que ha recibido la evaluación más baja en 2013 y no ha variado con respecto al año anterior. En esta dimensión, todas las categorías han sido mal evaluadas alcanzando apenas un 14% de acuerdo, la categoría vinculada a la existencia de subsidios y ayudas del gobierno para la adquisición de nuevas tecnologías por parte de las nuevas empresas. El resto de categorías han obtenido un 90% o más de desacuerdo. Todos los expertos han coincidido en que en la región las empresas nuevas o en crecimiento no pueden financiar la adquisición de tecnología reciente. Un 96% señala que no hay transferencia tecnológica de las universidades y centros de investigación hacia las empresas nuevas, un 93% declara que el acceso a las nuevas tecnologías es diferente cuando se trata de una nueva empresa o una establecida. Más de un 85% afirma que no hay apoyo por parte de científicos ni suficientes subsidios del gobierno para adquirir tecnología reciente (figura 36).

Figura 36. Evaluación de la Transferencia de I+D.

En mi región,



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

La transferencia en I + D es una dimensión en la que se debe poner mucha atención ya que no ha variado en siete años manteniéndose con una valoración muy crítica. Pareciera ser que las líneas creadas por Innova Chile de CORFO, como la de incentivo tributario a la inversión en I+D, pre inversión para I+D asociativa internacional, bienes públicos para la competitividad, entre otras, no están siendo percibidas favorablemente por los expertos regionales. Se espera que se creen nuevas líneas o reestructuren las existentes para contribuir a mejorar la transferencia de I+D en la Región, a medio plazo.

Pese a la percepción negativa de los expertos sobre todas las categorías de la Transferencia de I+D, es conveniente destacar algunos avances logrados por la Región en el último año. En el ámbito de la Investigación Científico-Técnica, las universidades regionales están haciendo importantes esfuerzos reflejados en el incremento de publicaciones en revistas indexadas (ISI o SCIELO). Solo a modo de ejemplo, la UCN aumentó el número de sus publicaciones en revistas de corriente principal de 240 en 2012 a 302 (ISI y Scielo) en 2013, un incremento de más de un 25% en un año. Ha habido también un incremento en el número de recursos humanos avanzados, pasando de 140 académicos con grado de doctor en el año 2008 a 173 en 2013. Una de las principales apuestas para la transferencia de I+D+i y creación de conocimiento es el Parque científico tecnológico de la Universidad Católica del Norte. A continuación se presenta sus principales avances.

Parque Científico y Tecnológico Región de Antofagasta Universidad Católica del Norte.

- El PC&T es una herramienta que responde a los lineamientos estratégicos de la UCN contenidos en su Plan de Desarrollo Corporativo, y que se relacionan con el fortalecimiento de las capacidades de investigación aplicada, desarrollo y transferencia tecnológica e innovación (I+D+i), y vinculación con el medio.
- El PC&T es también un medio que contribuye al logro de los objetivos propuestos en estrategias de gobierno tales como el Plan Nacional de Innovación para la Competitividad, la Estrategia Regional de Desarrollo de Antofagasta y la Estrategia Regional de Innovación.
- El PC&T integra y articula un conjunto de centros, unidades académicas y laboratorios en los cuales se realiza investigación aplicada y se prestan servicios analíticos de apoyo.
- Con el propósito de fortalecer y consolidar esta red de centros y capacidades de I+D+i, y de promover un trabajo asociativo con otras instituciones, la UCN propuso la construcción de un edificio institucional para albergar instalaciones y disponer de nuevos espacios de trabajo.
- Para concretar la construcción del edificio propuesto, la UCN postuló el proyecto al Fondo Nacional de Desarrollo Regional con el patrocinio del Gobierno Regional en 2009.
- Durante el año 2011, las compañías Minera Escondida y Minera Barrick Zaldívar materializaron aportes en dólares equivalentes en pesos, por montos de \$476,4 millones y \$260,9 millones respectivamente. Adicionalmente, la compañía Xstrata Lomas Bayas, comprometió un aporte equivalente a US\$ 500 mil dólares.
- En enero de 2012, y luego de sufrir modificaciones en su alcance debido a la imposibilidad de contar con aportes del Ministerio de Economía, el proyecto fue ingresado al Ministerio de Desarrollo Social para su evaluación.
- En octubre de 2012, el Ministerio concluyó la evaluación técnica del proyecto otorgándole la recomendación favorable (RS), proponiendo un aporte de \$2.572.898 con cargo al FNDR.
- Durante 2013, se continuó gestionando la iniciativa. Sin embargo, la presentación del proyecto para la aprobación del Consejo Regional fue postergada para un próximo ejercicio, debido a la situación presupuestaria que ha enfrentado el Gobierno Regional de Antofagasta.
- En atención a este escenario, durante el primer semestre de 2014 la UCN tomó la decisión de llevar a cabo un proyecto en etapas. Bajo este esquema se comenzó a trabajar en un nuevo alcance que pueda ser materializado con los fondos disponibles aportados por las compañías mineras más los aportes de la UCN. Se espera iniciar los trabajos de construcción el primer semestre de 2015.
- En paralelo, se ha trabajado en diversas iniciativas y alianzas orientadas a fortalecer las capacidades y promover nuevas iniciativas de I+D+i, en la Región de Antofagasta con foco en las necesidades de la Región y su entorno. Algunas de éstas han sido la puesta en marcha del Centro de Investigación y Servicios Mineralógicos, la adjudicación de un proyecto FIC-R, y la postulación de proyectos y la generación de alianzas con instituciones relacionadas.

La casi inexistente transferencia tecnológica desde las Universidades hacia las empresas nuevas y en crecimiento, se ha venido confirmando en los estudios sobre la Pyme de la Región de Antofagasta realizados por Atienza (2009) y Atienza, Romaní y Aroca (2006). Sin embargo, en el último estudio realizado por Atienza (2012), se observa una sutil mejora en este aspecto, donde se muestra que apenas un 5,5% de estas empresas ha realizado algún tipo de acuerdo con las Universidades y Centros de Investigación de la Región, lo cual conduce a que las Pymes casi no consideren a las universidades regionales como fuente de ideas para innovar. Pese a ello, es importante destacar la labor realizada por la Corporación para el Desarrollo Productivo (CDP) en conjunto con las universidades regionales, Católica del Norte (UCN) y Antofagasta (UA), la Asociación de Industriales (AIA) y Endeavor, a través del Programa de Vinculación Universidad Empresa (PVUE), creado en 2006 con el objetivo de establecer una vinculación directa y efectiva entre los estudiantes y académicos universitarios y las necesidades y realidades de las empresas locales. Este programa, que está en su octava versión, ha ido ganando espacio entre los estudiantes y empresarios locales quienes, cada vez más, colaboran poniendo sus empresas al servicio de los estudiantes, ya sea para la realización de los seminarios de título o para prácticas, siendo más demandadas las prácticas universitarias en dichas empresas.

El programa tiene tres ejes de trabajo: Vinculación Estudiantil en las Empresas (incluye seminario de título en empresas locales; prácticas profesionales; y diagnóstico y asesoría a pequeñas empresas); Competencias para Futuros Profesionales (involucra charlas empresariales y de contingencia, visitas a empresas locales y talleres laborales, cursos de presentación efectiva y el Pecha Kucha universitario); y Transferencia Tecnológica (incluye talleres de patentamiento, tours de empresarios a las universidades, visitas de académicos a empresas locales y charlas para la vinculación académica empresarial). Cada uno de estos ejes tiene sus propios objetivos y participan académicos, empresarios y estudiantes.

Este programa se ha posicionado en la Región y cada vez hay más estudiantes, académicos y empresarios participando en las diferentes actividades en cada uno de sus ejes de trabajo. Solo a modo de ejemplo, en 2013 participaron en las diferentes actividades del programa un total de 1.247 personas. 869 estudiantes (495 de la UCN y 374 de la UA) y 79 académicos (41 de la UCN y 38 de la UA). Tanto los estudiantes como los académicos pertenecieron a más de 7 carreras diferentes y/o departamentos de ambas Universidades. También, ha contado con la participación de empresarios (13,2%) en 165 oportunidades, logrando vincular a través de las diversas actividades del mundo universitario a 104 empresas de la región. Finalmente, para lograr una efectiva organización del programa y la ejecución de las actividades, contaron con el apoyo de Colaboradores en 134 ocasiones (10,7%)⁸. Para mayores detalles sobre el programa, ver el Informe de Resultados PVUE 2013 y visitar la página www.pvue.cl.

Asimismo, es importante mencionar el Programa de Innovación UCN-Pymes, creado en 2009 por la Universidad Católica del Norte, con el objetivo de vincular a las Pymes de la región con la Universidad, para poner a disposición de las empresas las herramientas y capacidades que posee la Universidad, a través de sus estudiantes, cuerpo docente, centros y laboratorios de investigación, y abordar temas de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i), apoyando de esta forma al desarrollo de las PyMEs regionales en temas de innovación, entregando asesoría en la elaboración o evaluación de nuevos productos y servicios, mejorando sus procesos, su gestión y/o su comercialización, además de facilitar

⁸ Información recogida de la Corporación para el Desarrollo Productivo CDP, Región de Antofagasta.

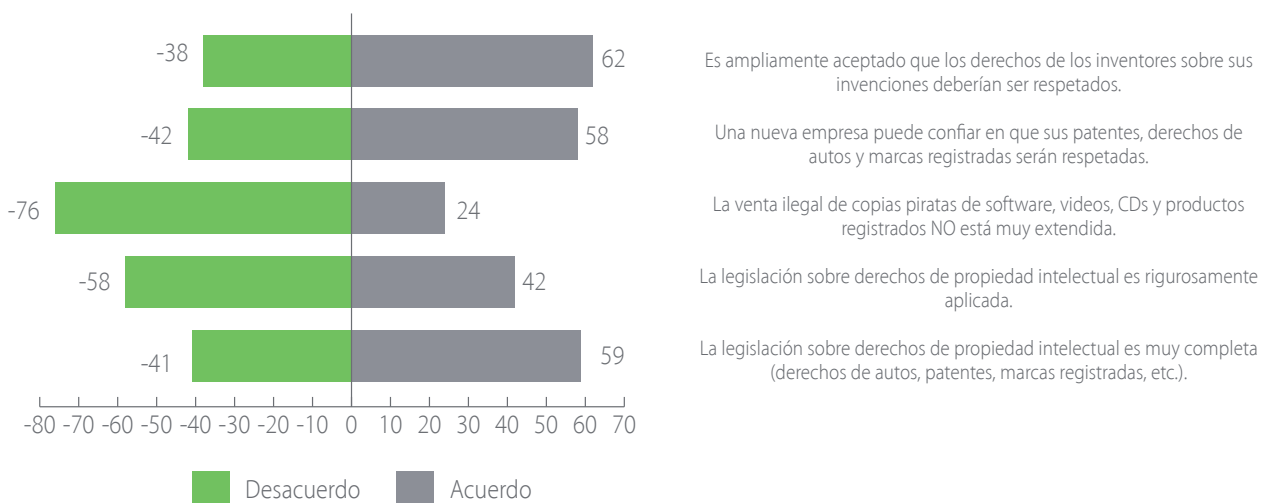
la búsqueda de financiamiento. Cuenta con el financiamiento del FIC Regional y es gestionado por la CDP. En su cuarta y última versión (2013), participaron cuatro pymes regionales, tres emprendedores, tres académicos, nueve estudiantes UCN, cinco profesores de Liceos y 25 estudiantes de Liceos. Sus logros se destacan tanto en el ámbito universitario como en el productivo. En el primero, cuatro estudiantes continuaron desarrollando los proyectos en las empresas, dos proyectos se encuentran patentados, un proyecto fue adjudicado con 37,5 millones por SERCOTEC, siete empresas se mantuvieron en contacto con la UCN para continuar con el desarrollo de sus ideas, seis estudiantes fueron contratados por las empresas y una ponencia sobre un proyecto desarrollado fue presentado en Congreso Iberoamericano. En el sector productivo, nueve Empresas continuaron desarrollando sus ideas de innovación, una empresa patentó dos ideas de innovación que fueron asesoradas en el programa, se aumentó la profesionalización dentro de la empresa, donde dos profesionales fueron contratados, trece Ideas formuladas resultaron ser factibles, siete empresas se mantuvieron en contacto con la UCN, contando con la colaboración de los estudiantes y académicos.

En paralelo a estos esfuerzos, algunas facultades de las universidades regionales están avanzando en la realización de acuerdos más complejos que incrementen la relación entre los centros académicos de investigación y el mundo empresarial, así como la transferencia de conocimiento desde las grandes empresas hacia las empresas nacientes y en crecimiento.

La transferencia de conocimiento está directamente relacionada con la legislación de la propiedad intelectual. Al respecto, las categorías con valoraciones positivas por más del 50% de los expertos son aquellas relacionadas con los derechos de los inventores sobre sus inventos y con la legislación de la propiedad intelectual. Esta última considerada como muy completa por el 59% de los expertos. La peor evaluada fue la categoría vinculada a la venta ilegal de copias piratas de videos, CDs, software, etc. que tuvo un 76% de desacuerdo. Le siguió la aplicación de la legislación de propiedad intelectual, donde un 58% considera que no es rigurosamente aplicada (figura 37).

Figura 37. Legislación de la propiedad intelectual.

En mi región,

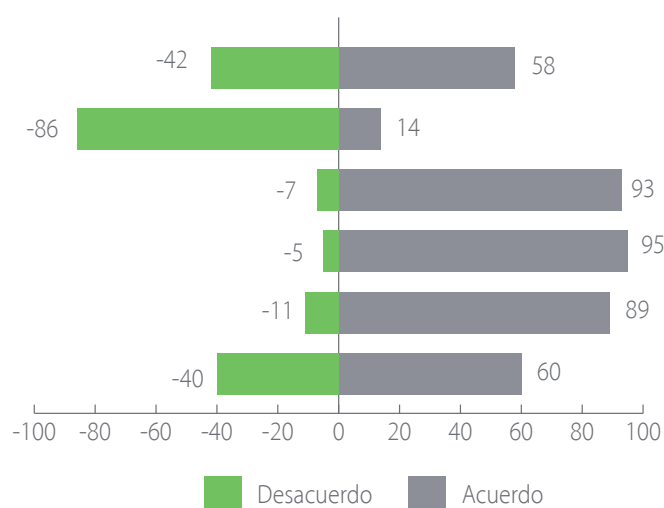


Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2013.

Con respecto a la Innovación, existe consenso entre la mayoría de los expertos sobre la valoración de la innovación por parte de las empresas y los consumidores, y que tanto a las primeras como a los segundos les gusta experimentar productos o servicios nuevos (Figura 38). Sin embargo el 86% de los expertos considera que a pesar de que los consumidores son proclives a utilizar nuevas tecnologías, no están dispuestos a comprar productos de nuevos negocios y en el caso de los consumidores, un 42% no compra ni usa servicios proporcionados por nuevas empresas. Este resultado a pesar de que ha mejorado con respecto al año anterior, todavía refleja la desconfianza de las empresas regionales con respecto a las nuevas empresas y a su capacidad para innovar lo que puede traducirse en un obstáculo. En las otras dimensiones de este ítem, no ha habido variaciones significativas respecto al año anterior, tampoco se observan diferencias con las opiniones de los expertos en el país.

Figura 38. Evaluación de la Innovación.

En mi región,



Los consumidores están abiertos a la compra y uso de servicios proporcionados por firmas emprendedoras...

Las empresas consolidadas están abiertas a la posibilidad de utilizar como proveedoras a firmas...

La innovación es altamente valorada por los consumidores

La innovación es altamente valorada por las empresas.

A los consumidores les gusta probar nuevos productos y servicios.

Se nota que hay un interés por experimentar con nuevas tecnologías y probar nuevas formas de hacer las cosas...

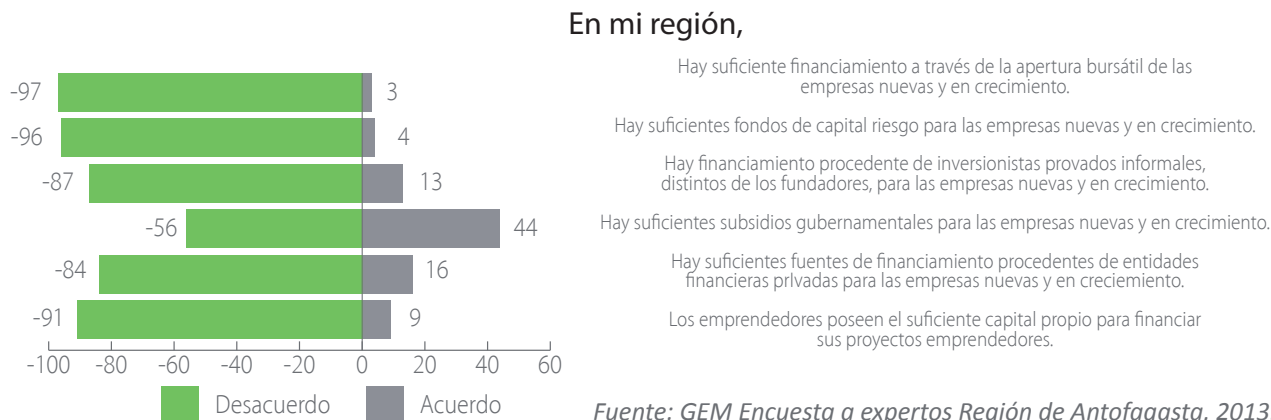
Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2013.

3.3.2. Acceso al Financiamiento (Evaluación: -0,98)

Esta dimensión es una de las que ha tenido una baja valoración desde el año 2007 cuando obtuvo la más crítica, un -1,1. A pesar de haber mejorado hasta situarse en -0,5 en 2010 (figura 34), en 2013 volvió caer su valoración hasta un -0,98. En comparación con la evaluación de los expertos nacionales, éstos últimos fueron menos críticos que los regionales, valorando esta dimensión con un -0,75 (figura 35).

En 2013 al igual que el año anterior, todos los niveles que conforman esta dimensión han sido valorados negativamente por la mayoría de los expertos regionales. La única categoría que ha alcanzado un 44% de acuerdo por parte de los expertos es la relacionada con la existencia de subsidios del gobierno para las nuevas empresas y en crecimiento. En todas las demás dimensiones, los porcentajes de desacuerdo superan el 80% siendo las más críticas las vinculadas con fuentes de financiamiento no tradicionales (figura 39). La categoría que ha sido peor evaluada con respecto al año anterior es la vinculada al financiamiento proporcionado por entidades bancarias, donde el porcentaje de acuerdo ha disminuido de un 24% a un 19% en 2013.

Figura 39. Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento.



Es importante mencionar que el año 2012 los bancos, en general, tuvieron una serie de restricciones por parte del Banco Central, debido a los problemas de fraude que aparecieron en algunas instituciones comerciales, sin duda esto contribuyó a incorporar mayores exigencias para la concesión de crédito a los emprendedores y continúa repercutiendo en 2013. Probablemente, esto ha influido en la percepción de los expertos, explicando la disminución del porcentaje de expertos expresando su acuerdo (19%) con respecto a la existencia de suficientes recursos bancarios para empresas nuevas y en crecimiento.

Por otro lado, conforme a lo mencionado anteriormente, la valoración negativa por parte de los expertos sigue relacionada con el financiamiento no tradicional, llámese Capital de Riesgo formal e informal⁹ y el mercado accionario, que no existe en la Región. Es importante señalar que en el país, existen, en estos momentos, 19 Fondos de Capital de Riesgo, seis Fondos Privados para explotación minera y cinco redes de inversionistas ángeles activas, creados con las líneas de financiamiento de CORFO. Sin embargo, todas estas redes y fondos tienen sede en Santiago. A pesar de que las tecnologías de la información ayudan a acortar las distancias, generalmente las redes se mueven en un radio de acción de unos 200 km. (Mason y Kwok, 2010), lo que dificulta su inversión en regiones muy alejadas de la Metropolitana, por lo que los emprendedores en la región tienen menos posibilidades de acceso a este tipo de fondos.

Esta situación evidencia, como ya se mencionó en informes pasados, la urgencia de trabajar en la formación, vinculación y fortalecimiento de cada uno de los eslabones que constituye la cadena del financiamiento para el emprendimiento innovador, desde la creación de una red de inversionistas privados que estén dispuestos a colocar sus recursos, experiencia y redes de contacto en emprendimientos de alto impacto que se generen en la macro zona norte del país, hasta la creación de un fondo de capital de riesgo capaz de apalancar las necesidades de aquellos emprendimientos con fuerte potencial de crecimiento, para que puedan llegar a abrir su capital en la Bolsa Emergente. En este sentido, las alternativas no tradicionales de financiamiento pueden representar un papel relevante en el ámbito regional como una forma de superar el centralismo. Se trata de un trabajo a medio y largo plazo, pero que se debe empezar ahora, donde la acción conjunta de universidades, empresas privadas y gobierno es fundamental.

⁹ Se llama capital de riesgo formal cuando hay intermediación financiera, en el caso de los Fondos de Capital de Riesgo el intermediario es la administradora del Fondo, mientras que en el Capital de Riesgo Informal, no hay intermediación, la inversión la hace directamente el inversionista ángel.

3.3.3. Infraestructura Comercial y legal (Evaluación: -0,76)

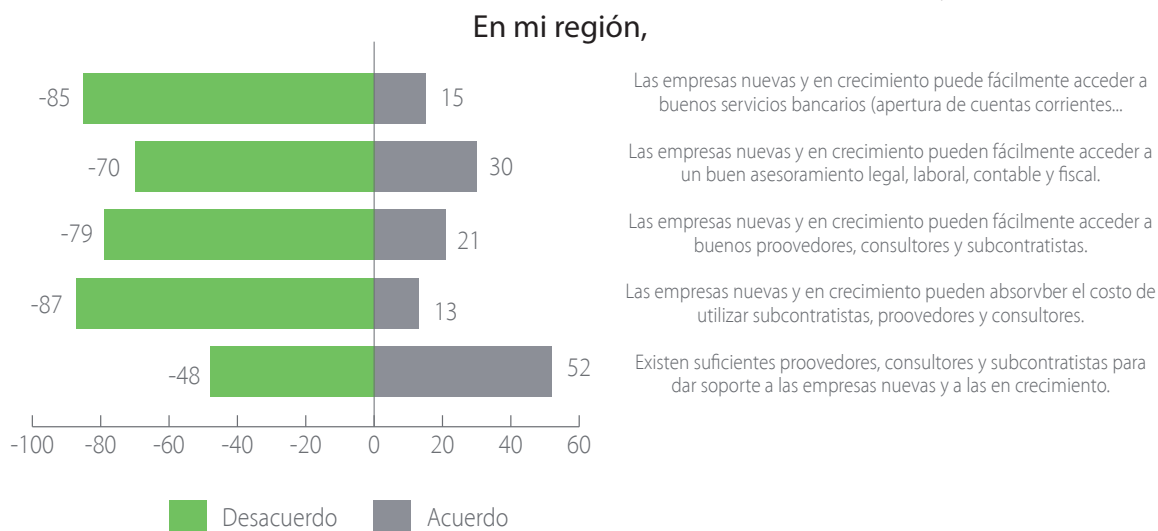
La evaluación de esta dimensión del contexto emprendedor ha sido ligeramente más crítica que el año 2012 (-0,71) y el año 2007 (-0,7). Comparada con la evaluación de los pares nacionales, éstos últimos han sido menos críticos que los regionales en esta dimensión, -0,58 (figura 35).

El resultado más crítico se relaciona con el costo que implica el contratar a proveedores, consultores y subcontratistas y con el acceso a buenos servicios bancarios. Para más del 80% de los expertos regionales, las empresas nuevas y en crecimiento no son capaces de afrontar estos costos. Pero no solamente es el costo, sino también la escasa mano de obra calificada existente en la Región y si a esto se le agrega la falta de buenos servicios de asesoría legal, laboral, contable y fiscal, la evaluación resulta crítica (figura 40).

A pesar de que un 52% de los expertos considera que existen suficientes proveedores, consultores y contratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento, el 46% considera que no son suficientes y hay evidencia empírica de que la mano de obra calificada es escasa en la Región. Al respecto, el estudio realizado por Rodrigo (2012), sobre la representación que se produce de la Región de Antofagasta como destino laboral, residencial y turístico, desde otras regiones del país, muestra que los discursos sobre la región están determinados por la distancia geográfica con Antofagasta y ayuda a entender lo difícil que es atraer capital humano calificado a la Región.

Por otro lado, la evaluación de los expertos nacionales, refleja que la dificultad de acceder a servicios profesionales especializados no se da solo en la Región, sino también a lo largo de Chile. Esta percepción pone en primer plano la necesidad de promover proyectos que fortalezcan y diversifiquen la oferta de estos servicios avanzados. En la Región, existen varias instituciones orientadas a fortalecer dicha oferta, entre ellas destaca el Ceduc de la UCN, y el CEIM, entre otros. Por otro lado, se debe destacar también que, con el programa nacional de becas Chile, se espera que a medio y largo plazo la oferta de recursos humanos especializados aumente significativamente en la Región.

Figura 40. Evaluación de la infraestructura comercial y legal.



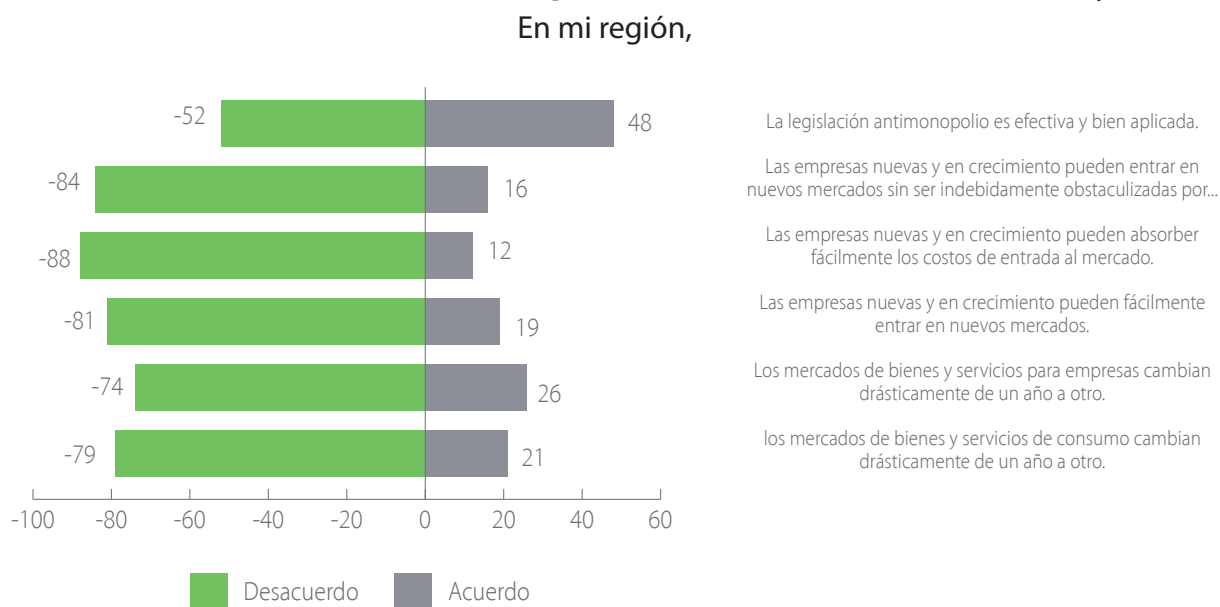
Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

3.3.4. Apertura del Mercado Interno (Evaluación: -0,72)

Esta dimensión es la cuarta peor evaluada después de acceso a Infraestructura Comercial y Legal. El concepto de "Acceso a Mercados", según la literatura de economía industrial, se refiere a las condiciones de competencia en los mercados y, en especial, a las barreras impuestas al ingreso de nuevas empresas, ya sea por la conducta estratégica de las empresas existentes o por la estructura del mercado.

La valoración de los expertos regionales fue menos negativa (-0,72) que en 2012 (-1,0) y ligeramente por encima de la evaluación nacional (-0,71). En todos los componentes de esta dimensión, más del 50% de los expertos manifestó su desacuerdo (figura 41), pero donde se acentúa el desacuerdo es en lo que respecta a los costos asociados a la apertura de nuevas empresas, donde el porcentaje de desacuerdo llegó a un 88%, seguido de un 84% que declara que las nuevas empresas no pueden entrar en nuevos mercados sin ser obstaculizadas por empresas establecidas. Solo un 48% está de acuerdo con que la legislación antimonopolio es efectiva y bien aplicada. Es importante mencionar que las valoraciones de los expertos regionales sobre las categorías de esta dimensión son muy próximas a las realizadas por los expertos en el país (Amorós y Acha, 2014).

Figura 41. Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

3.3.5. Educación y Capacitación para el emprendimiento (Evaluación: -0,71)

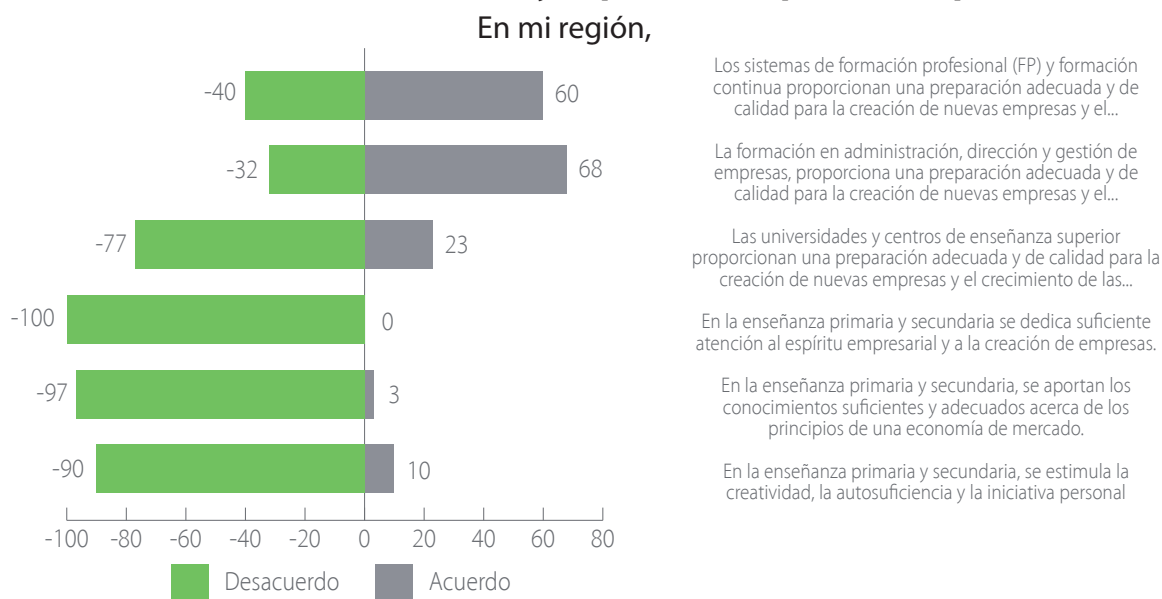
La dimensión Educación y Capacitación para el emprendimiento, es la quinta peor evaluada en 2013. Pese a ello, ha mejorado con respecto a los últimos tres años donde había obtenido una valoración bastante baja de -0,90. Esta dimensión comparada con el año 2007, donde obtuvo una evaluación crítica (-1,2) es una de las que más ha mejorado en estos siete años (figura 34). Comparado con la evaluación de los expertos nacionales, los resultados son muy próximos (figura 35).

Esta dimensión es evaluada en cinco niveles:

- Educación primaria.
- Educación secundaria.
- Educación técnico profesional y programas de capacitación.
- Educación universitaria.
- Facultades de negocios de las Universidades.

Los expertos de la Región de Antofagasta han sido muy duros en su valoración de la educación básica (primaria y secundaria). En su opinión, en estos centros educativos no se valora el emprendimiento, no se incorporan los conocimientos, técnicas y habilidades necesarias para la creación de empresas nuevas, ni se promueve la creatividad, auto eficiencia e iniciativa personal. Los expertos entrevistados consideran que la educación que están entregando los colegios no es apropiada para fomentar el emprendimiento (figura 42).

Figura 42. Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

Pese a la evaluación negativa de las instituciones de enseñanza básica y media, existen algunos colegios que sí han incorporado talleres y cursos vinculados al emprendimiento como el Giant School, Netland, San Esteban, Colegio don Bosco con importantes resultados en términos de desarrollo de la actitud emprendedora.

Es importante destacar que no solo la educación básica y media han tenido valoración negativa, también la educación superior ha sido mal evaluada. Un 77% considera que las universidades y centros de enseñanza superior no proporcionan una educación adecuada para la creación de nuevas empresas. Al respecto, se debe mencionar que muchas de estas instituciones en la Región, tienen incorporadas en sus mallas curriculares varios módulos vinculados a la creación y crecimiento de empresas, como es el caso de la Universidad de Antofagasta, que tiene estos módulos como obligatorios y transversales a todas las carreras. Otras universidades, como la Santo Tomás, también

han incorporado recientemente este tema en su malla curricular. Lo mismo ocurre con la Universidad Católica del Norte, donde, desde el año 2012, se ha incorporado el curso de Emprendimiento como optativo para todas las carreras de la Universidad y ha liderado el programa DePe, de emprendedores para emprendedores, en dos versiones en donde emprendedores de Start up vinieron a la región a compartir su experiencia con un grupo de emprendedores locales (Atienza y Romaní, 2013). El resultado de estos cambios curriculares e implementación de programas de emprendimiento, se podrá observar a medio plazo, dependiendo de la prioridad que estas instituciones le den al emprendimiento. Lo más importante es que este tema ya forma parte de la agenda de las instituciones de enseñanza superior. El desafío es cómo cada una de estas instituciones lo implementa para obtener mejores resultados.

A pesar de la evaluación negativa en las categorías antes mencionadas, también hay aspectos positivos. Un 60% o más de los expertos consideran que los institutos de formación profesional y la educación continua sí proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas, lo mismo que las carreras de administración de empresas o ingeniería comercial. Al respecto, también es parte del desafío del emprendedor el darse el tiempo para volver a estudiar.

3.3.6. Políticas de Gobierno (Evaluación: -0,15)

Esta dimensión también ha tenido una evaluación baja y ligeramente menos negativa a la obtenida el año 2012 (-0,30). Esta es una de las dimensiones que partió en 2007 con una evaluación bastante baja, de -0,8 pero que ha ido mejorando a través de los años hasta alcanzar una valoración media baja de -0,15 en el año 2013. La valoración de los expertos nacionales es muy próxima a la de los regionales, aunque éstos últimos han sido más benevolentes en sus evaluaciones, un 0,09 (figura 35).

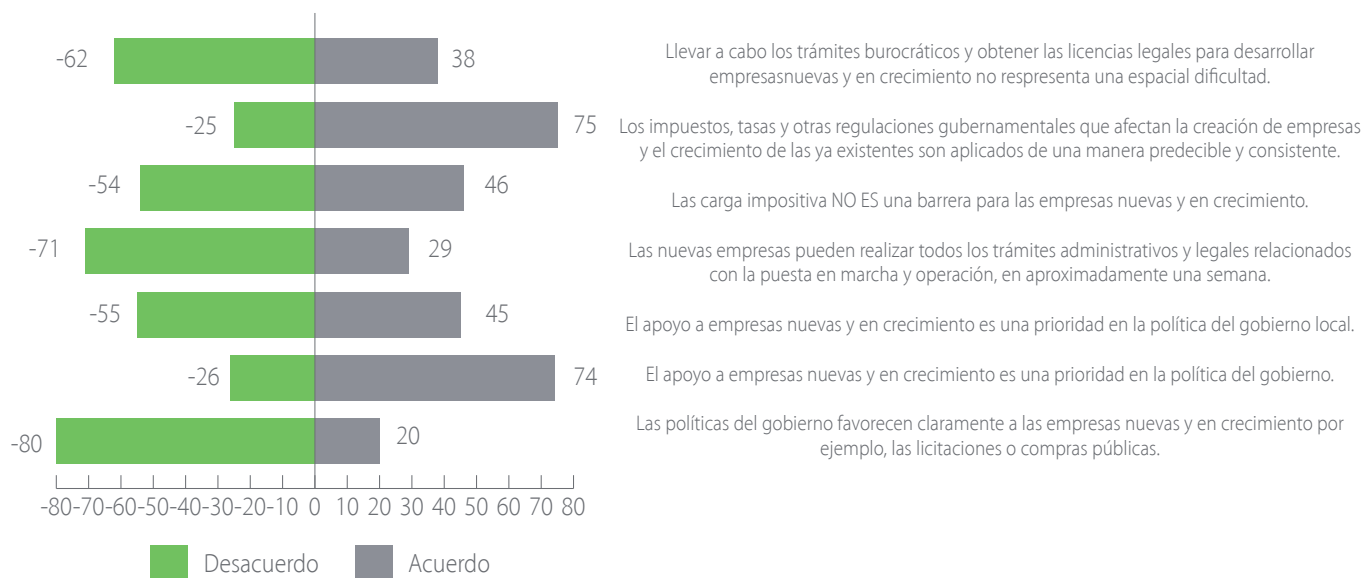
Una de las categorías mejor evaluadas en esta dimensión, es la relacionada con la aplicación de las regulaciones del gobierno, los impuestos y tasas, que para un 75% de los expertos regionales ésta se realiza de una manera predecible y consistente. Otra dimensión valorada positivamente por el 74% de expertos está vinculada a la percepción de la política de gobierno de apoyo a las nuevas empresas. En este aspecto, sin duda ha influido la priorización que le dio el gobierno del presidente Piñera al emprendimiento y la innovación, decretando el año 2012 como el "Año del emprendimiento" y el 2013 como el "Año de la Innovación". En dichos años, se materializaron una serie de iniciativas, principalmente enfocadas a incrementar el número de nuevas empresas, a través de la agilización de los trámites y disminución de la burocracia asociada a la apertura y cierre de giro, así como el fomento de la transferencia tecnológica entre empresas, universidades, licencias y comercialización. Pese a ello, un 55% de los expertos considera que el apoyo a las nuevas empresas no es una prioridad para el gobierno local (figura 43).

La categoría peor evaluada en esta dimensión está relacionada con las licitaciones o compras públicas, ya que para un 80% de los expertos las políticas de gobierno en este ámbito no favorecen a las empresas nuevas o en crecimiento, pero sí a las establecidas (figura 43). Por otro lado, un 71% considera que las nuevas empresas no pueden realizar todos los trámites administrativos y legales relacionados con la puesta en marcha y operación en una semana aproximadamente. Al respecto, es importante mencionar que en los últimos años Chile ha mejorado su posición en el ranking de clasificación global en lo que respecta a facilidad para hacer negocios. De acuerdo al Doing Business 2014 del Banco Mundial Chile ha pasado de la posición 32 en 2013 al puesto 22 en 2014 en el ítem apertura de un nuevo negocio para lo cual solo se necesita realizar siete procedimientos, 5,5 días y pagar 0,7% de

ingreso per cápita. Igualmente, es importante señalar que hoy existe, también, la posibilidad de abrir la empresa en un día, gracias a la Ley 20.659 del 8 de febrero de 2013 que simplifica la constitución de sociedades a costo cero. Con esta medida, sin duda, se crearán más empresas y la percepción de esta categoría para el próximo año mejorará su valoración, así como la visión de la categoría relacionada con los trámites burocráticos y obtención de licencias, donde más del 62% considera que todavía es una barrera para la creación de empresas (figura 43). Se debe destacar también que está prevista para 2014 la entrada en vigencia de la nueva Ley de Quiebras, que permitirá el cierre o liquidación en un máximo de 12 meses para las empresas y de 8 meses para las personas con una tasa de recuperación de hasta el 70%. Esta nueva Ley constituirá, sin duda, un hito en la actual legislación y se espera que sea un incentivo para el reemprendimiento. Pese a todos estos avances, todavía un 54% considera que la carga impositiva es una barrera para las empresas en crecimiento y las nuevas.

Figura 43. Evaluación de las políticas de gobierno existentes.

En mi región,



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

3.3.7. Programas de Gobierno (Evaluación: -0,02)

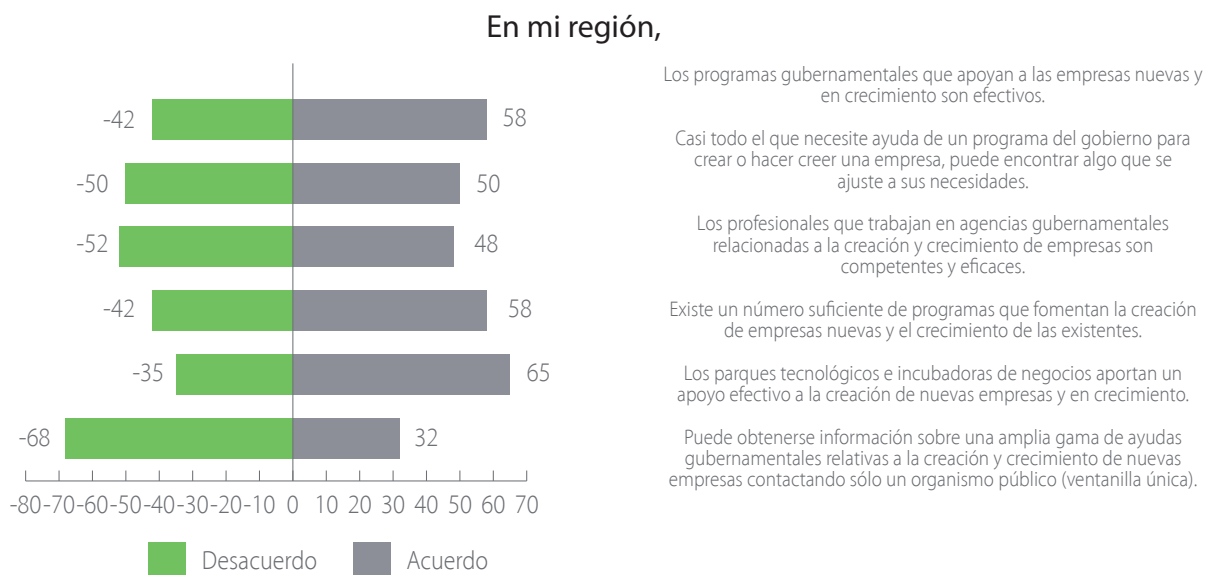
Esta dimensión junto a las Políticas de Gobierno, es otra de las que ha mejorado su evaluación en estos siete años. En 2007 tuvo una valoración negativa, un -0,7 (baja), y en los años subsiguientes mejoró hasta alcanzar una valoración media baja, -0,02 en 2013, incluso llegó a tener una valoración media alta en 2011, un 0,02 (figura 34). Los expertos nacionales han evaluado mucho mejor esta dimensión que los regionales, un 0,09 (media alta) (figura 35).

Sin duda, en el resultado del año 2013, influyeron en la evaluación de los expertos regionales, las actividades realizadas para promover el emprendimiento y la innovación que fueron realizadas en dicho año, teniendo en consideración que fue el "Año de la Innovación". Solo para tener una idea, de

acuerdo al Boletín Informativo de Corfo¹⁰, entre Octubre y Noviembre de 2013, fueron aprobados nueve proyectos en la línea del Programa Regional de Apoyo al Entorno Emprendedor. Estos son: Amauta Astronomía, Atacama Wild, Calama recicla, Gestión de activos por códigos QR, Hotel Cloud, Lodge ruka zen wellnes y spa rústico, Nuevos productos y servicios para San Pedro, Observatorio Astronómico Lican Antay y ProAtacama.

Analizando las categorías de esta dimensión, destacan favorablemente aquellas relacionadas con la efectividad de los programas de gobierno y el fomento a la creación de nuevas empresas y en crecimiento. Un 58% de los expertos regionales considera que estos programas son efectivos y que hay suficiente para fomentar la creación y el crecimiento de las nuevas empresas. Asimismo, un 65% de los expertos considera que las incubadoras de negocios y los parques científicos y tecnológicos, constituyen un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas (figura 44).

Figura 44. Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

Con respecto a las incubadoras de negocio, es importante destacar la labor realizada por la hoy Corporación Incuba2, cuyas actividades se resumen el siguiente cuadro.

¹⁰ Ver Boletín Informativo CORFO. Dirección Regional de Antofagasta, Edición N° 88, Enero 2014.

Corporación Incuba2.

Incuba2 nace de la alianza estratégica de 5 instituciones: la Universidad de Antofagasta, la Universidad Católica del Norte, Codelco Chile, División Codelco Norte, la Asociación Nacional de Supervisores del Cobre "ANSCO" y el Gobierno Regional de Antofagasta, quienes presentaron a CORFO Innova, el proyecto para la creación de la "Incubadora Regional de Negocios Incuba2" con sedes en Antofagasta y Calama. El proyecto fue aprobado e inicia operaciones en Diciembre del 2005 bajo el alero de la Universidad de Antofagasta, en Antofagasta y la Universidad Católica del Norte, en Calama, con foco en las áreas de servicios a la minería, turismo, alimentos y recursos del mar.

Durante la etapa de puesta en marcha de Incuba2, se comprometió la generación de una entidad jurídica independiente de las universidades, con el fin de dar continuidad al crecimiento de la incubadora de negocios de la Región de Antofagasta. Este compromiso se cumplió el 11 de septiembre de 2009, fecha en que el Ministerio de Justicia otorga el Decreto Oficial para el reconocimiento de la corporación de derecho privado y sin fines de lucro denominada Corporación para el Desarrollo de la Innovación y el Emprendimiento de la II Región "Incuba2". A partir de esa fecha, se inicia el proceso de independización de la incubadora de las universidades regionales y se comienza a poner en marcha la Corporación Incuba2.

En 2012, la Corporación Incuba2 obtiene la calidad de Entidad Externa para la formulación y ejecución de Proyectos de Empaquetamiento Tecnológico de CORFO, institución a la cual también se han presentado y aprobado Proyectos de Innovación Empresarial y de Prototipos de Pymes del norte de Chile.

Durante 2013, se inicia la expansión de la red de incubación a las regiones de Arica y Parinacota y Tarapacá, regiones en las cuales ya se poseen dos Programas de Apoyo al Entorno Emprendedor, con proyectos de emprendedores en etapa de Pre-incubación y con ejecutivos de proyectos que los apoyan en su desarrollo emprendedor (quienes están a cargo de coordinar los servicios a los emprendedores en las oficinas de Arica e Iquique, junto al apoyo de los profesionales de las oficinas de Antofagasta y Calama). Para 2014, se considera iniciar operaciones en la Región de Atacama e instalar una oficina en la ciudad de Copiapó, que beneficiará a los emprendedores de dicha región.

En marzo de 2014, con el fin de generar emprendimientos dinámicos con una base de ciencia aplicada destinados a resolver los problemas y desafíos de la industria minera, Corporación Incuba2 refuerza el trabajo que ha desarrollado con las universidades del norte de Chile (Universidad de Tarapacá, Universidad de Antofagasta, Universidad Católica del Norte, entre otras), con los laboratorios de sus distintos departamentos (biotecnología, procesos químicos, metalurgia) y con los Centros de Investigación como CICITEM, CEITSAZA y Csiro, con quienes se inician programas de trabajo conjunto y que tiene por objetivo llevar los resultados de sus proyectos de I+D Aplicada a mercados nacionales e internacionales, mediante la generación de Spin Off o la transferencia tecnológica a Pymes del norte de Chile.

En estos años, Incuba2 ha apoyado a estudiantes de educación superior, académicos, investigadores y la comunidad en general con proyectos de tipo innovador y con potencial de crecimiento comercial, en las áreas de servicios a la minería, turismo, alimentos y recursos del mar. Este apoyo ha permitido la creación de más de 70 nuevas empresas, las que a su vez han generado una gran demanda de empleos y mano de obra (**más de 500 empleos directos**). Estas nuevas empresas, al alero de Incuba2, han generado **ventas por más de 8 millones de dólares** y han logrado un levantamiento de **Capital público y privado de más de 6,5 millones de dólares**, para proyectos de emprendedores y empresarios del norte de Chile.

En resumen, en ocho años de existencia Incuba2 ha atendido a más de 2.000 emprendedores y empresarios de las Regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá y Antofagasta, de los cuales cerca del 50% han participado en el Concurso de Innovación y Emprendimiento que organiza todos los años Incuba2 y que, bajo este concepto, ha permitido crear la **comunidad de emprendedores "Desierto Emprende"**, la cual cuenta con más de **700 emprendedores activos en el norte de Chile**.

Desde sus inicios los principales resultados obtenidos son:

- ✓ 46 Capitales Semilla adjudicados
- ✓ 5 Empaquetamientos tecnológicos adjudicados
- ✓ 4 Líneas de Innovación Empresarial Individual adjudicadas a Pymes apoyadas por Incuba2
- ✓ 2 Línea de Prototipos de Individual Empresarial adjudicadas a Pymes apoyadas por Incuba2
- ✓ 71 Empresas Creadas
- ✓ 56 Empresas Graduadas
- ✓ MMUSD\$ 8,0 en ventas de las empresas creadas
- ✓ MMUSD\$ 6,5 en levantamiento de capital público y/o privado
- ✓ 6 Programas de Apoyo al Entorno Emprendedor de Corfo ejecutados por Incuba2
- ✓ 6 Programas de RSE con Compañías Mineras
- ✓ 2009 Obtención Personalidad Jurídica como Corporación Sin Fines de Lucro
- ✓ 2011 Iniciación de Actividades de Incuba2
- ✓ 2012 Convenio administración FONMYPE

Corporación Incuba2 es una organización que impulsa la innovación y el emprendimiento en el norte de Chile, con el firme propósito de apoyar a emprendedores con nuevas empresas innovadoras y que ha logrado cumplir con su propósito original, permitiendo el nacimiento y consolidación de empresas innovadoras, generando nuevos puestos de trabajo, diversificando la oferta productiva y abriéndose paso en el Desierto de Atacama a través de su Red de Oficinas en Arica, Iquique, Antofagasta, Calama y Copiapó, lo cual ha permitido lograr generar recursos para cubrir parte de su autofinanciamiento.

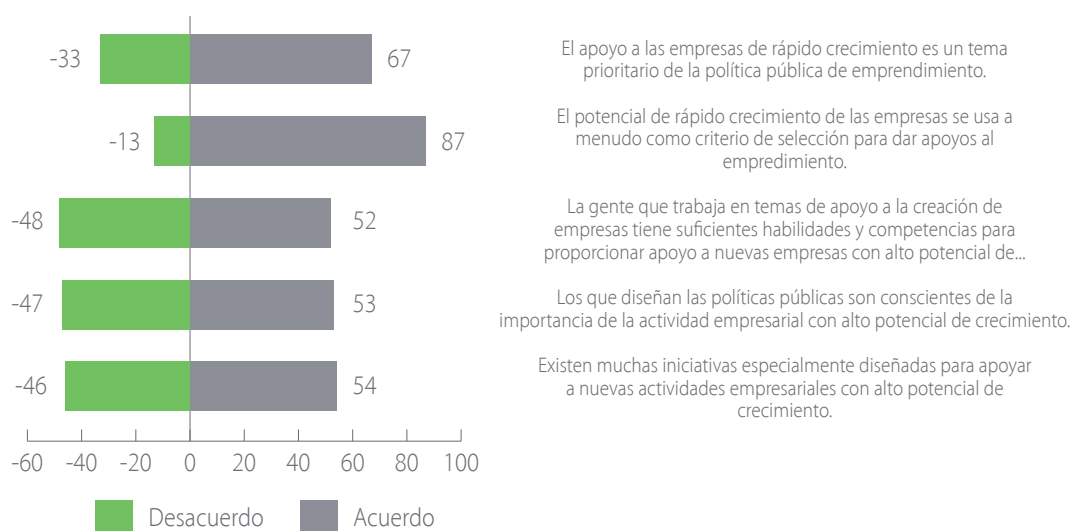
Por otro lado, la mitad de los expertos regionales consideran que los emprendedores siempre pueden encontrar entre los programas de fomento al emprendimiento aquellos que se ajusten a sus necesidades, mientras que la otra mitad de expertos considera lo contrario (figura 44).

En esta dimensión, las categorías peor evaluadas por los expertos están relacionadas con la falta de una ventanilla única para información referente a los programas de fomento al emprendimiento y a la competencia de los profesionales que trabajan en los organismos de gobierno vinculados a la creación de empresas. Un 68% considera que no se puede obtener información de todos los programas de apoyo a la creación de empresas en un solo organismo público y un 52% considera los profesionales que

trabajan en los organismos de fomento al emprendimiento no están lo suficientemente capacitados. Al respecto, es importante destacar que, durante el 2013, se han creado oficinas regionales con el nombre de “Chile Emprende” que tienen como objetivo, justamente, brindar información sobre todos los programas de fomento al emprendimiento existentes en la región. Se espera que estas oficinas permanezcan en la región y que contribuyan a solucionar esa “falta de información” que mencionan los expertos y sean una “ventanilla única” donde los emprendedores puedan obtener toda la información que requieren.

Es importante mencionar, también, que uno de los aspectos que más influye en el dinamismo emprendedor de un país es el apoyo a las empresas de alto impacto o también denominadas “empresas gacela”, es decir, aquellas empresas que tienen fuerte potencial de crecimiento porque son las que generan mayor impacto en la economía, ya sea por generación de empleo, producto o capacidad exportadora (Acs, Parsons y Tracy, 2008). Por ello, la encuesta a expertos del GEM les solicita evaluar si los programas de gobierno contemplan algún tipo de apoyo para este tipo de empresas. Al respecto, un 87% de los expertos considera que el alto potencial de crecimiento es usado como criterio de selección para apoyar a los emprendimientos. Un 67% considera que las empresas de alto crecimiento es un tema prioritario de la política pública de emprendimiento. Más de 50% de los expertos regionales percibe que existen muchos programas orientados al fomento del emprendimiento de alto impacto y que los responsables de las políticas públicas son conscientes de su importancia y que las personas que trabajan en iniciativas de apoyo a este tipo de emprendimiento tienen las suficientes habilidades y competencia para hacerlo (figura 45).

Figura 45. Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas con potencial de crecimiento.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

Sin duda, en este último resultado ha influido la labor que viene realizando Endeavor Atacama. Sin ser un programa del gobierno, desde su inauguración en 2011 a la fecha, ha realizado una serie de actividades con emprendedores que consideran que tienen potencial de convertirse en globales¹¹. A continuación se resumen los principales logros en materia de apoyo al crecimiento de las empresas.

¹¹ Para mayores detalles ver www.endeavor.cl

Endeavor Atacama

Endeavor es una organización sin fines de lucro presente en 18 países. Su objetivo es promover el emprendimiento de alto impacto en economías emergentes y busca catalizar el crecimiento económico a largo plazo a través de la selección, mentoría y aceleración de los mejores emprendedores de Alto Impacto del mundo.

Desde 1997, ayuda a los emprendedores a crecer, derribando barreras y entregándoles las herramientas para que sean exitosos: mentoría, redes de contacto, apoyo estratégico, talento, habilidades, acceso a capital inteligente, e inspiración.

De la mano de Endeavor, estos emprendedores generan sustentabilidad económica, crecimiento y empleos, convirtiéndose en modelos de rol, y colaboran en potenciar una cultura emprendedora que motiva a la gente a pensar en grande.

Endeavor Atacama llega a la región hace 3 años y medio. Y desde hace un año se encuentra ejecutando planes de trabajos con 5 emprendedores locales. Los resultados obtenidos el 2013 fueron:

- Los Emprendedores Endeavor con la ayuda de Endeavor Atacama facturaron 8 millones de dólares.
Desde que se estableció la oficina Atacama la facturación de los Emprendedores Endeavor creció en un promedio de 68%.
- Los Emprendedores Endeavor generaron 230 empleos locales de calidad.
- Se está trabajando con un conjunto de 20 empresas regionales para que sus emprendedores sean seleccionados por Endeavor y así puedan ejecutar planes de trabajos tendientes a aumentar su facturación y el número de empleos.
- Los Emprendedores Endeavor donaron 434 horas con el fin de ayudar a otros emprendedores regionales a mejorar la forma en que administran sus empresas.
- Con el afán de enseñar e inspirar, se realizaron 30 charlas en Antofagasta abiertas a la comunidad, en estas participaron 1.940 personas.
- Se evaluó y se apoyó a cerca de 410 Empresas locales.
- Emprendedores Endeavor motivaron a 630 estudiantes de diversos Liceos de la ciudad.
- Se invitaron a tres Emprendedores locales a un Viaje de Prospección de Negocios en San Francisco, USA.

- Dos emprendedores locales fueron invitados a otros países a contar su “experiencia de crecimiento” con Endeavor.
- Dos Emprendedores locales gracias a los convenios internacionales de Endeavor realizaron un postgrado en Excelencia en Negocios de la Universidad de Columbia, New York.
- Se iniciaron alianzas estratégicas de apoyo con las principales organizaciones locales pro Emprendimiento, Incuba2, CELSUS, CORFO, Prochile, CDP, Pti Cluster Minero, Sercotec, UCN, UA, PVUE.
- Se realizaron 50 apariciones en diversos medios y publicaciones locales.

3.3.8. Normas Sociales y Culturales (Evaluación: 0,02)

Esta dimensión ha sido una de las que ha mejorado su evaluación a lo largo de estos siete años que se está realizando el estudio. En 2007, cuando se evaluó por primera vez el contexto emprendedor, los expertos regionales valoraron esta dimensión con un -1,0 (baja). En los años siguientes, la valoración fue mejorando alcanzando un -0,5 en 2008, y un -0,3 los años subsiguientes, hasta llegar a 0,02 (media alta) en 2013 (figura 34). Si se compara con la evaluación realizada por los expertos nacionales, se observa que éstos últimos realizaron una evaluación muy próxima a la de los regionales, un 0,04 (media alta) (figura 35).

Las categorías mejor evaluadas en esta dimensión, están vinculadas al esfuerzo individual. Más del 60% de los expertos regionales considera que la cultura regional enfatiza que ha de ser el individuo el responsable de gestionar su propia vida y que valora el éxito conseguido a través del esfuerzo personal (figura 46). Otra categoría valorada favorablemente por un 52% de los expertos regionales está relacionada con el énfasis de la cultura regional en la capacidad, autonomía e iniciativa personal. Aunque todavía un 48% piensa lo contrario. Pese a estas valoraciones favorables en las categorías antes mencionadas, más del 60% de los expertos sigue pensando que la cultura regional no fomenta la creatividad e innovación, ni estimula a que los emprendedores tomen riesgos (figura 46).

Figura 46. Evaluación de las normas sociales y culturales.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

Por otro lado, es importante destacar que en la región, las instituciones públicas y privadas se han unido en torno al proyecto denominado Región Fértil con el objetivo de construir un Ecosistema Regional de Emprendimiento e Innovación. Este proyecto partió a fines del 2010 y se ha ido consolidando en estos años. A continuación, se resumen los principales avances del proyecto durante el año 2013 y sus desafíos para los próximos años.

Región Fértil

Región Fértil es una alianza Público Privada cuya misión es fortalecer el ecosistema regional de emprendimiento e innovación para diversificar en forma creciente la economía local y asegurar su sustentabilidad, mediante un esfuerzo sostenido y sistemático en un horizonte de quince a veinte años.

Con este propósito, durante el año 2013, avanzó para lograr las alianzas necesarias entre los distintos actores regionales que permitieran construir sinergias que perduren en el tiempo y que le permitan a la Región potenciar tanto el emprendimiento dinámico como el emprendimiento social.

Entre las alianzas realizadas, está la celebrada con Fundación Chile que permitió realizar el concurso "Atacama Emprende" cuyo objetivo es motivar la generación de proyectos con un alto componente tecnológico que apunte a diversificar la economía regional. En esta segunda versión del concurso, el cual financió y aceleró un proyecto, postularon 77 equipos con emprendimientos innovadores.

En conjunto con Fundación Minera Escondida y Creo Antofagasta lleva a cabo el desafío de levantar líderes sociales por medio del proyecto "AntofaEmprende" al cual postularon cerca de 300 iniciativas relacionadas con el emprendimiento social cuya misión es mejorar la calidad de vida de las ciudades. Al final de concurso, se premió y acompañó en su ejecución a 10 proyectos.

En alianza con Foro de Innovación y co – financiado por CORFO, se trajo la Red de Mentores por Chile a la región y se trabajó con 25 emprendedores locales.

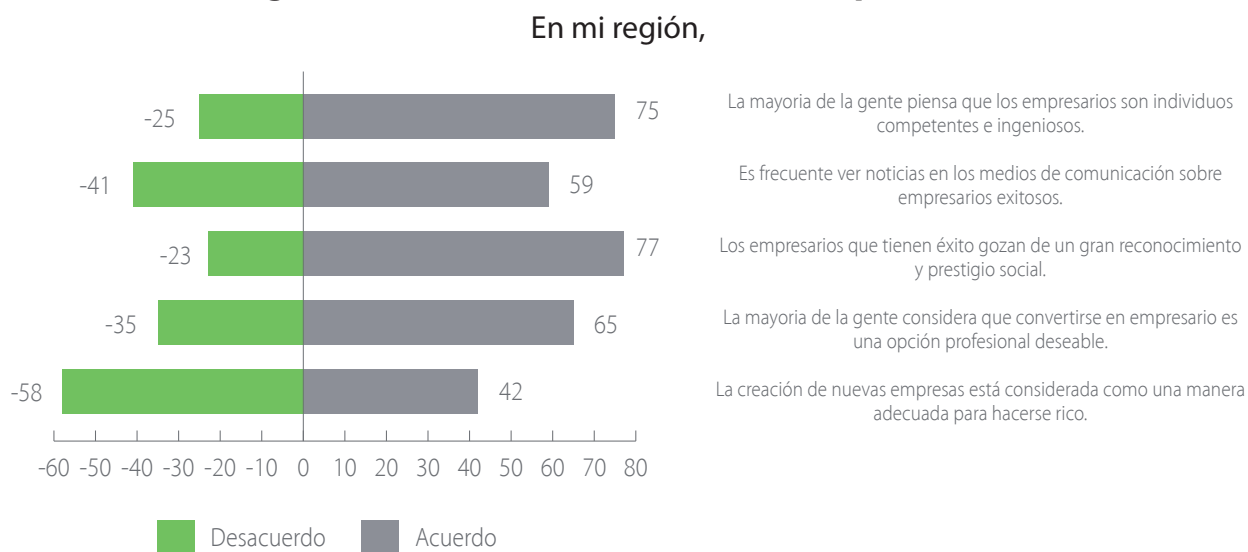
En alianza con CORFO, se lanzó la Agenda Regional de Emprendimiento, plataforma colaborativa para mantener al día al ecosistema sobre las actividades que van ocurriendo en la región.

Participó a nivel nacional en conjunto con Sistema B, Socialab, Ashoka y Foro de Innovación en la organización del primer Festival Internacional de Innovación Social (FiiS) al que asistieron 50 mil personas.

Los desafíos para el año 2014 son continuar fortaleciendo las redes ya generadas además de construir nuevas alianzas con diversos actores del ecosistema para desarrollar nuevas iniciativas que nos permitan influir a las generaciones jóvenes. El objetivo es generar capital humano innovador desde la base, incluso desde el sistema escolar, para lo cual colabora con distintas instituciones de la Región en la ejecución de proyectos que permitan la valoración de la ciencia y la tecnología como motor indiscutible a la hora de hablar de innovación.

Por otro lado, también se percibe la existencia de una alta valoración social de los emprendedores exitosos, a quienes se les reconoce como personas preparadas y competentes (figura 47). Más del 70% de los expertos regionales considera que la mayoría de las personas piensa que los emprendedores son personas competentes y con muchas capacidades, y los exitosos, es decir aquellos que han logrado permanecer en el mercado y se han internacionalizado, gozan de gran reconocimiento y prestigio social. De igual modo, más de un 55% percibe que la mayoría de la gente considera que convertirse en empresario es una opción profesional deseable y que cada vez es más frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios regionales exitosos. Hace unos años atrás, ser empresario no era considerado como una opción profesional, ya que lo más importante para una familia era que sus hijos estudiaran una carrera para ser empleados, sin evaluarse la posibilidad de ser dueño de su propia empresa. Ahora, esa mentalidad está cambiando y esto es percibido por los expertos regionales. Finalmente, un 42% de los expertos considera que la creación de empresas está considerada como una manera adecuada de hacerse rico.

Figura 47: Valoración social de ser empresario.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

3.3.9. Acceso a infraestructura física (Evaluación: 1,14)

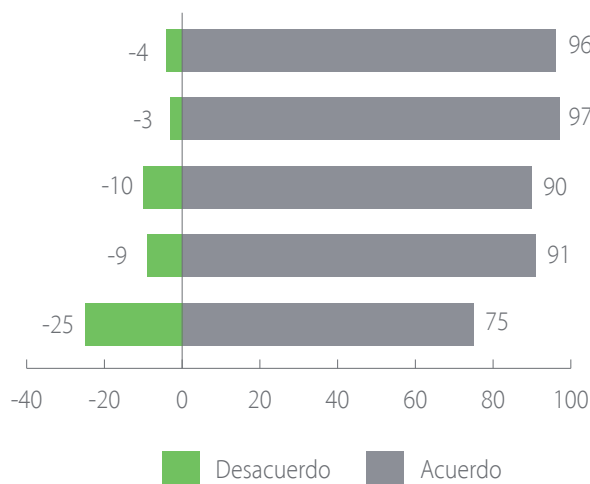
La evaluación de esta dimensión siempre ha sido buena, la primera vez que se realizó el estudio, tuvo una valoración media alta, un 0,3. En los años siguientes, la valoración de los expertos regionales fue mejorando, alcanzando un 0,9 en 2012 y en 2013 tuvo una valoración alta, un 1,14 (figura 34). Los expertos nacionales realizaron una evaluación muy cercana a la de los regionales, un 1,02 (alta) (figura 35).

En esta dimensión todas las categorías han sido evaluadas favorablemente por los expertos. Destacan la posibilidad y el tiempo de acceso a los servicios básicos, así como el pago de los mismos, mencionados por un 90% o más de los expertos. Pese a esas valoraciones favorables de la mayoría de los expertos regionales, un 25% considera que la infraestructura física no brinda apoyo para el funcionamiento de las empresas nuevas y en crecimiento (figura 48). Es importante destacar que en la región no existen espacios físicos de co working, donde los emprendedores puedan reunirse

a trabajar en sus proyectos, discutir sus ideas de negocio con otros emprendedores o trabajar de forma colaborativa, generando redes con otros emprendedores. Espacios de esta naturaleza, dotados de la infraestructura necesaria, están emergiendo en todos los países/regiones donde se fomenta el desarrollo de una cultura emprendedora e innovadora.

Figura 48. Evaluación del acceso a infraestructura física.

En mi región,



Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.

Las empresas de nuevas y en crecimiento pueden absorber los costos de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.)

Una empresa nueva o en crecimiento puede lograr un buen acceso a las comunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, internet, etc.)

No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, internet, etc.)

La infraestructura física (carreras, telecomunicaciones, etc.) proporciona un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

3.3.10. Oportunidades para el Emprendedor, Capacidad Emprendedora y Factores que influyen en el emprendedor.

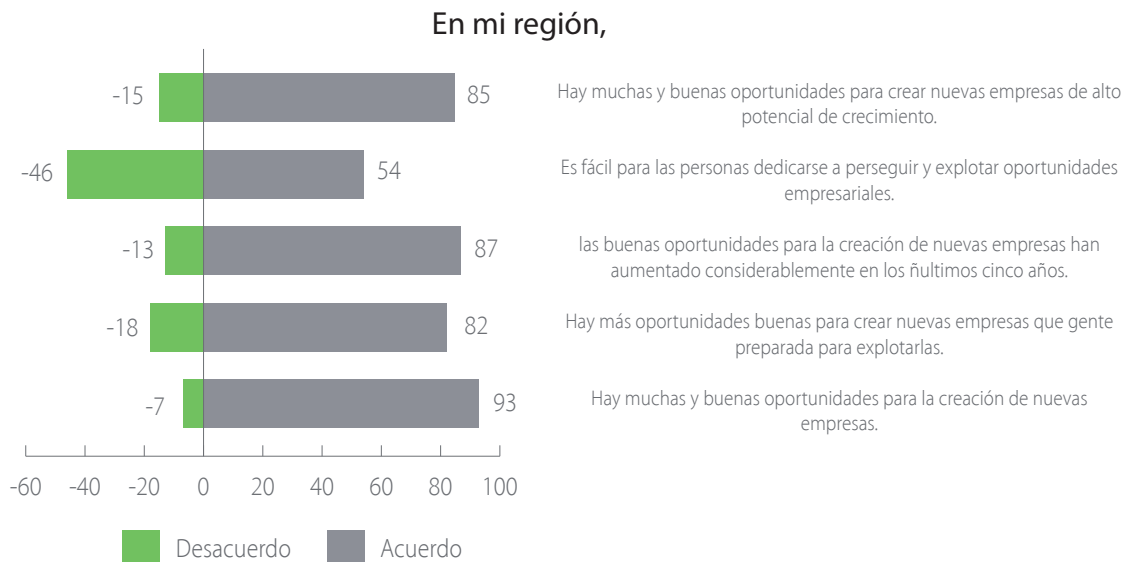
Junto a las dimensiones del contexto emprendedor, también se preguntó a los expertos regionales sobre su percepción de las oportunidades para emprender en la Región, las capacidades para aprovecharlas, así como sobre algunos aspectos que influyen en el emprendedor. Como se mencionó anteriormente, las oportunidades se refieren tanto a la existencia como a la identificación de éstas en el mercado local; las capacidades tienen que ver con la motivación de los individuos para empezar nuevas empresas y con el grado de conocimiento, experiencia y habilidades requeridos para llevar a cabo la iniciativa emprendedora; y los factores que influyen en el emprendimiento se relacionan con el estatus social que se le atribuye a los emprendedores.

Oportunidades Disponibles.

En esta dimensión cuatro de las cinco categorías han tenido muy buena evaluación por parte de los expertos regionales. Más de un 85% percibe que en la región hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas y empresas de alto potencial de crecimiento. Más del 80% considera que hay más oportunidades que hace cinco años, y que estas oportunidades superan a la cantidad de personas que puedan aprovecharlas (figura 49). Estos resultados muestran una vez más que Antofagasta es percibida como una región de muchas oportunidades para la creación de nuevas empresas y empresas de alto impacto. Cuando se compara la percepción de los expertos con las expresadas por la población adulta de la Región, se observa que tanto los expertos como la población adulta en general coinciden en su percepción sobre las oportunidades existentes en la región, sin embargo, un porcentaje no menor (46%) considera que no es fácil para las personas explotar esas

oportunidades. Esta percepción no solo es de los expertos regionales, un 74% de los nacionales opina lo mismo (Amorós y Acha, 2014). Este es, sin duda, un desafío importante para las instituciones educativas, porque pasa por educar y capacitar a las personas para que puedan aprovechar mejor esas oportunidades que perciben en la región. En ese sentido, cursos específicos sobre evaluación de oportunidades de negocios podrían suplir en parte, esa percepción de parte de los expertos.

Figura 49. Evaluación de las oportunidades disponibles.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

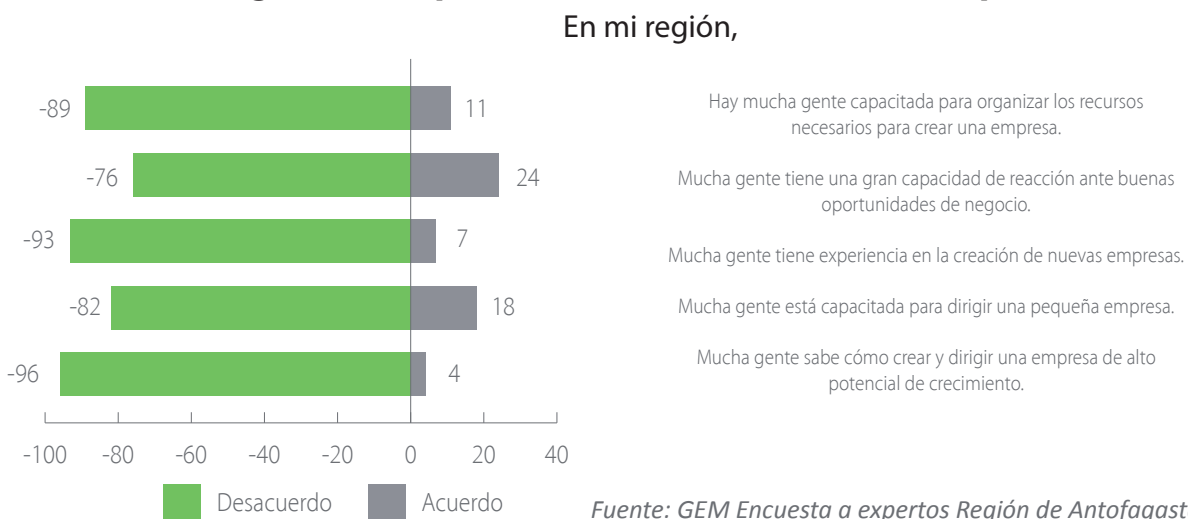
Capacidad de formar una empresa.

La evaluación de los expertos sobre la capacidad de los antofagastinos de formar una empresa continúa siendo bastante pesimista, pese a que ha mejorado ligeramente con respecto al año pasado (Romaní y Atienza, 2013). En 2013, más del 90% de los expertos consideran que las personas en la región, no saben cómo crear ni dirigir una empresa con alto potencial de crecimiento, y tampoco tienen experiencia en creación de empresas. Un 82% o más consideran que no tienen capacidad para dirigir, ni tampoco organizar recursos para la creación una empresa. Un 76% considera que su capacidad de reacción no es inmediata (figura 50). Esta valoración se contrapone a la percepción, bastante optimista, de la población, sobre todo de los involucrados en alguna etapa del proceso emprendedor, sobre sus capacidades y habilidades para iniciar un negocio. Todo ello se traduce en una gran interrogante sobre la real capacidad que tienen para iniciar empresas, en particular de alto potencial de crecimiento.

Cuando se comparan estos resultados con los obtenidos en el país, la evaluación regional de estas categorías es más severa que la nacional, pero no difiere de manera significativa. Una vez más, emergen las carencias en educación y capacitación como una de las principales limitantes del emprendimiento en la Región de Antofagasta. Las universidades, colegios, institutos y centros de capacitación deberían tenerlo en consideración al diseñar sus mallas curriculares en las diferentes disciplinas y carreras que imparten. Con una educación que contemple el emprendimiento como una disciplina transversal y con docentes capacitados en la enseñanza del emprendimiento y la innovación, esta percepción puede cambiar y se puede contribuir a hacer de Antofagasta una Región

empresadora e innovadora, con profesionales más capaces para aprovechar las oportunidades que existen en la Región y de llevar adelante su empresa, dando empleo, aumentando su facturación, exportando y contribuyendo, de esta manera, al desarrollo regional.

Figura 50. Capacidad de formar una nueva empresa.



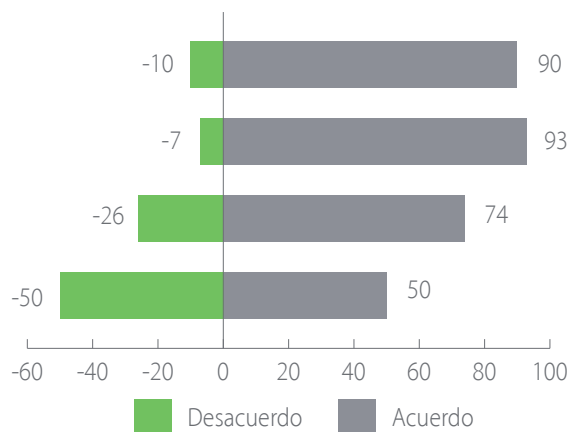
Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

Emprendimiento y Bienestar en la Región

El desarrollo económico tradicionalmente se ha medido usando indicadores estrictamente económicos como el PIB per cápita. Sin embargo, este componente del desarrollo económico representa solo una dimensión. Como la economía es una ciencia social, sorprende que el componente social hasta hace muy poco no haya sido considerado como un indicador importante por los académicos y los diseñadores de políticas públicas. Actualmente, el "bienestar" o "well-being" en inglés, está siendo usado como un componente social del desarrollo económico. Este tópico ha ido ganando presencia rápidamente en las ciencias sociales. La promoción de factores que podrían incrementar el bienestar de la población, por ejemplo, cuán satisfechas están las personas con su vida personal y su trabajo, está siendo visto cada vez más como un objetivo esencial de política.

En este contexto, el tema especial del año 2013 fue "Emprendimiento y Bienestar". El bienestar es un constructo complejo, y no hay un consenso claro acerca de su medición (Conceicao y Bandurra, 2008). Por esa razón, en este informe, se adopta un set de constructos ya probados relacionados con el bienestar subjetivo. Este bienestar está relacionado con la manera en que las personas perciben la calidad de su vida, esto se compone tanto reacciones emocionales como juicios cognitivos (Diener, 1984).

En el cuestionario de expertos, se incorporó una dimensión adicional con cuatro afirmaciones relacionadas con este tema. El análisis de los resultados muestra que para un 90% y más, los emprendedores, habitualmente, parecen estar más satisfechos con sus vidas personales y profesionales comparados con aquellos que no están involucrados en actividades emprendedoras. Un 74% considera que la actual legislación laboral permite que las personas puedan compatibilizar su vida personal con el trabajo. Sin embargo, un 50% considera que las condiciones generales (económicas, sociales, políticas y culturales), no permiten armonizar perfectamente su vida personal con la profesional (figura 51).

Figura 51. Emprendimiento y Bienestar en la Región.


Habitualmente, los emprendedores parecen estar más satisfechos con su vida personal que aquellos que no están involucrados en la creación y desarrollo de nuevos negocios.

Habitualmente, los emprendedores parecen estar más satisfechos con su vida profesional o trabajo que aquellos que no están involucrados en la creación y desarrollo de nuevos negocios.

Las regulaciones laborales existentes permiten que las personas puedan armonizar perfectamente su vida personal con la profesional.

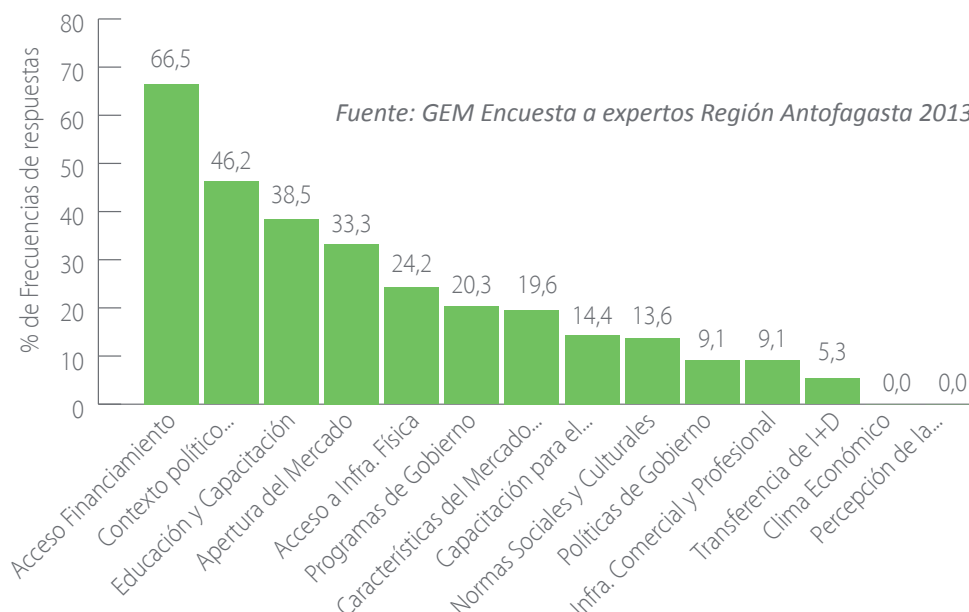
Las condiciones generales (económicas, sociales, políticas, culturales...) permiten que las personas puedan armonizar perfectamente su vida personal con la profesional.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2013.

3.3.11. Factores que limitan e impulsan el emprendimiento Regional.

A los expertos también se les solicita que mencionen tres factores que limitan o perjudican el emprendimiento regional, tres factores que lo impulsen o lo promuevan y tres propuestas de mejora. Cada uno de los factores mencionados por los expertos se relaciona con las nueve dimensiones que forman el contexto emprendedor. Se estandarizan las respuestas, se calculan las frecuencias por factor y se resumen de acuerdo a las dimensiones más mencionadas.

En 2013, los factores mencionados con más frecuencia por los expertos, como limitantes del emprendimiento son: Acceso al financiamiento, que lidera el porcentaje de frecuencias con un 66,5%, seguido por el Contexto político, social y cultural, con un 46,2%, la Educación y capacitación y la Apertura del Mercado con un 38,5% y 33,3% respectivamente. Los demás factores fueron mencionados con menos frecuencia, entre los que destacan el Acceso a la infraestructura física, Programas de gobierno, Características del mercado, Capacitación para el emprendimiento, Normas sociales y culturales, entre otros (figura 52).

Figura 52. Factores que limitan o perjudican la actividad emprendedora.


Fuente: GEM Encuesta a expertos Región Antofagasta 2013.

Con respecto al acceso a financiamiento, los expertos mencionan la dificultad de obtener crédito en el sistema bancario, la falta de financiamiento privado, en particular otras alternativas diferentes a la banca y la falta de financiamiento en etapas tempranas. En palabras de uno de los expertos: *"Acceso a capitales iniciales de parte de los bancos"*. Otros mencionan: *"Apoyo insuficiente en financiamiento para nuevos emprendimientos"*, *"Falta de Financiamiento para Emprender"*, *"Acceso a financiamiento en etapas tempranas"*, *"En general, no hay muchas líneas de apoyo para etapas tan tempranas y los montos son reducidos"*, *"Falta de inversionistas y capital de riesgo en la región"*

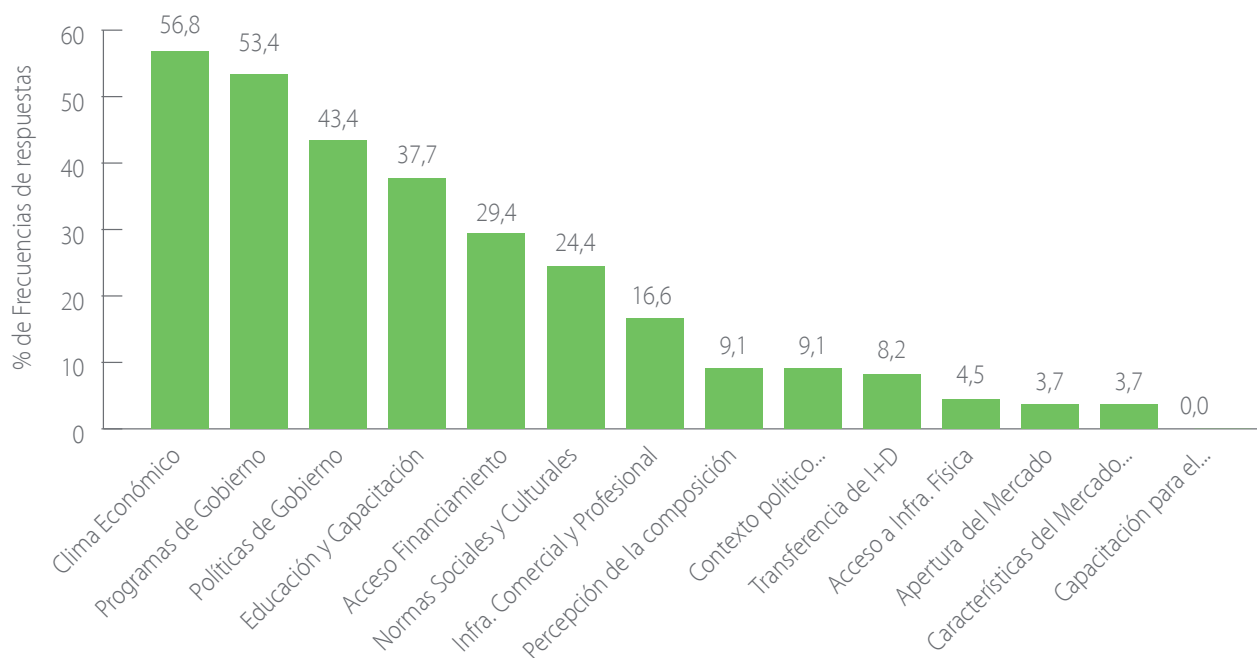
En relación al Contexto político, institucional y social, los expertos mencionan la falta de vinculación entre instituciones. En palabras de ellos: *"Nula comunicación efectiva entre actores claves, por ejemplo SII y Municipio..."*, *"Falta de conectividad entre profesionales del sector privado y las Universidades"*,

La Educación y Capacitación, fue la tercera limitante más mencionada por los expertos y está vinculada con la falta de desarrollo de habilidades de emprendimiento en la educación básica y media. En palabras de uno de los expertos: *"Gran vacío en la educación básica y media para el desarrollo de habilidades de emprendimientos en los alumnos, situación que complica el trabajo que se quiera realizar con ellos al momento de llegar a la educación superior"*, *"Falta de Incentivos al emprendimiento a nivel escolar"*.

En cuanto a la Apertura del mercado interno como factor limitante del emprendimiento, algunos expertos mencionan la dificultad de acceder a mercados como el de la minería, debido a la falta de experiencia o por sus altas exigencias. En palabras de ellos: *"Barreras de Acceso a los Mercados, en especial al Mercado de la Minería (Ejemplo: Año de los Vehículos, Certificaciones y Normas de Calidad, etc.)"*, *"Barreras de entrada para los nuevos emprendimientos, desde las empresas grandes y hasta los organismos gubernamentales exigen mucha experiencia para poder optar a algún contrato, situación que los nuevos emprendedores por su reciente entrada al mercado no pueden cumplir"*.

En relación a los factores que promueven el emprendimiento, una de las respuestas más frecuentes se refiere al Clima económico que obtuvo un 56,8% de menciones. En segundo lugar se encuentran los Programas de gobierno que obtuvo un 53,4% de menciones, seguido por las Políticas de gobierno, con un 43,4%. El resto de los factores tuvo una frecuencia menor al 40% del total (figura 53).

Figura 53. Factores que impulsan el emprendimiento en la Región.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región Antofagasta 2013.

Con respecto al Clima económico, los expertos destacan la existencia de oportunidades de negocio en la región asociadas a la minería como motor de crecimiento. En sus palabras: *“Existencia de Oportunidades de Negocios en la Región, a partir de la Actividad Económica preponderante, como es la Minería”, “Ingreso per capita de la región”, “Alto crecimiento de la población”, “Crecimiento económico y productivo de la región”, “Oportunidades del área de servicios a la minería”.*

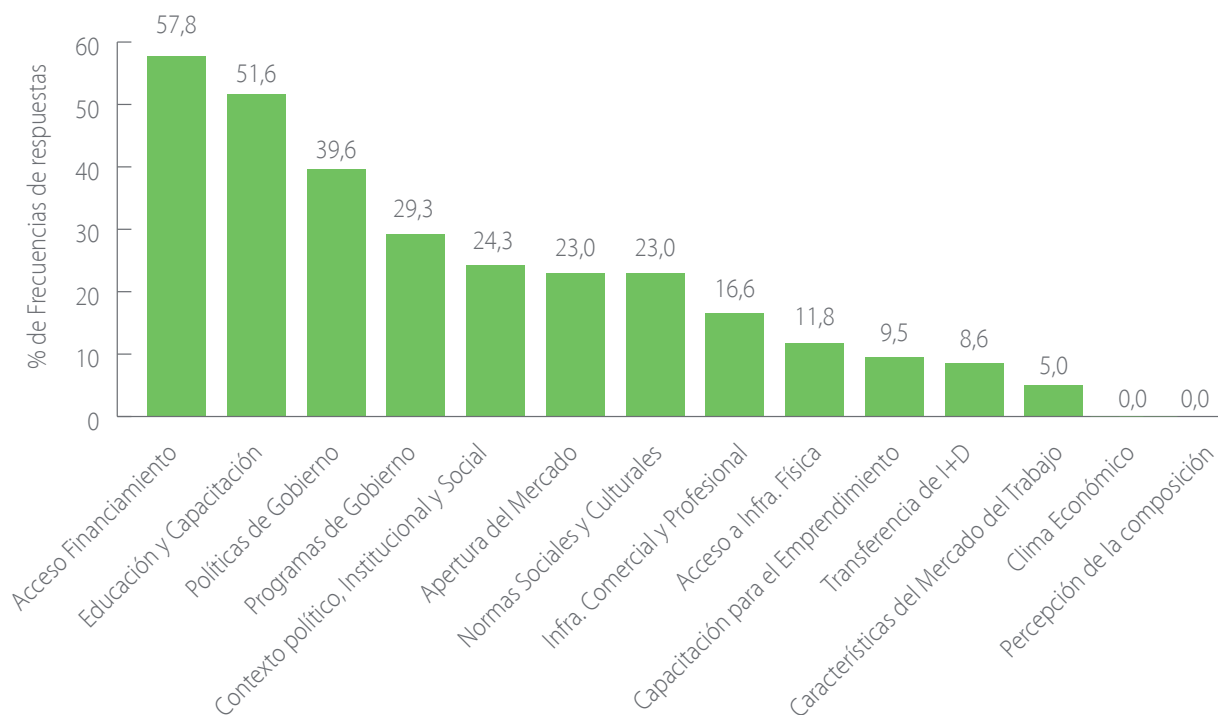
En relación con los Programas de gobierno, los expertos mencionan la gran inversión realizada por el gobierno en la creación de nuevos programas de apoyo al emprendedor y la ampliación de su cobertura. En palabras de ellos: *“Mayor inversión de parte del gobierno en la creación de nuevos instrumentos de apoyo al emprendimiento y aumento en los presupuestos de los instrumentos ya existentes lo que ha permitido mejorar los servicios que se están entregando y ampliar la cobertura”.* Igualmente, destacan el aumento de programas y apoyos directos al emprendedor, en sus palabras: *“Aumento de la oferta que presta servicios y desarrolla programas que van en directo apoyo de los emprendedores y microempresarios con potencial de desarrollo”, “Incorporación de nuevas líneas de financiamiento de CORFO que van en directo apoyo a fomentar el desarrollo de habilidades en emprendimiento”.*

Con respecto a las Políticas de gobierno, los expertos destacan, la incorporación de la innovación y el emprendimiento en la agenda del gobierno, como ejes para el desarrollo y los cambios en la ley para la apertura y cierre de empresas. En sus palabras: *“Políticas públicas a nivel nacional que han puesto el tema del emprendimiento y la innovación como eje central y motor de la economía al mismo tiempo que lo han definido como una herramienta que permite la superación de la pobreza”, “Facilidad en el proceso de formalización de los Negocios”, “Instauración de un régimen simplificado que permite con mayor simplicidad y sin costo, constituir, modificar, transformar, dividir, fusionar, y disolver empresas en un día”.*

La Educación y Capacitación también ha sido una de las dimensiones mencionada por un 37,7% de los expertos como uno de los factores que impulsan el emprendimiento, sobre todo vinculada a la actividad realizada por las diferentes universidades de la región y la incorporación del sector educativo, en general, en temas de emprendimiento. En palabras de los expertos: *“Las universidad están trabajando fuertemente en el desarrollo de habilidades en emprendimiento de sus alumnos, pero a su vez están desarrollando una serie de iniciativas que van en directo apoyo del desarrollos de habilidades en emprendimiento de alumnos de enseñanza media, esto último con la clara convicción que el apoyar este segmento permite que cuando los alumnos entren a la universidad hayan adquirido ciertas competencias claves que servirán como base para seguir trabajando en emprendimiento.”*, *“Mayor participación del sector educacional”*.

Finalmente, se preguntó a los expertos sobre algunas recomendaciones para mejorar la actividad emprendedora en la Región. Al respecto, las más mencionadas fueron: El Acceso al financiamiento por un 57,8%, la Educación y capacitación por un 51,6% y las Políticas de gobierno por un 39,6%. Otras dimensiones, como los Programas de gobierno, el Contexto político, institucional y social, la Apertura del mercado interno y las Normas sociales y culturales, entre otros, fueron mencionadas con una frecuencia menor al 30% (figura 54). Llama la atención la escasa mención de la Transferencia de I+D, a pesar de ser la dimensión del entorno emprendedor que ha sido sistemáticamente peor evaluada durante los últimos años.

Figura 54. Factores donde se puede mejorar el emprendimiento en la Región.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región Antofagasta 2013.

Respecto al acceso al financiamiento, algunos expertos mencionaron aspectos relativos a una mayor participación de la banca en el financiamiento de los emprendedores y necesidad de inversión privada. En sus palabras: *“Sensibilizar a la banca para crear programas de ayuda al emprendedor, en base a proyectos concretos y viables”, “Líneas de financiamiento más acordes a las actuales necesidades de los emprendedores, a su vez los formularios de postulaciones deben ser más claros y concretos, por último, solicitudes de financiamiento no tan burocráticos, los emprendedores necesitamos respuestas inmediatas”, “Es importante que la banca se comprometa con el emprendimiento y el desarrollo del país, su aporte puede ser otorgando créditos a los emprendedores para el financiamiento de sus proyectos a una mínima tasa de interés”, “Redes de inversión privadas”.*

Respecto a la educación y capacitación, sus sugerencias se orientaron al fomento del emprendimiento en las escuelas, colegios y universidades, en palabras de los expertos: *“Generar programas de emprendimiento en los colegios”, “Informar y capacitar respecto a cómo crear nuevas empresas”, “Trabajar fuertemente el emprendimiento en todos los niveles educacionales, es fundamental desarrollar este tema para que en el futuro tengamos más y mejores emprendedores”.*

Las recomendaciones sobre las políticas públicas se orientaron hacia una alineación entre las políticas del gobierno y las prioridades regionales y a un cambio en el accionar de las instituciones públicas de fomento al emprendimiento. En sus palabras: *“Alinear las políticas de fomento a la actividad emprendedora del ámbito local con las que impulsa el Estado. Es decir, si el Estado concibe como eje principal el emprendimiento, los gobiernos locales deberían darle la misma importancia”, “Reformular el accionar de las Instituciones Públicas integrantes de la Red de Fomento y Desarrollo Productivo, que permita llegar de manera efectiva a todos los sectores de la población que manifiestan interés en desarrollar actividades emprendedoras”.*

4. Reflexiones en torno al emprendimiento en la Región.

Este séptimo informe resume la actividad emprendedora en 2013 en la Región de Antofagasta, denominado "Año de la Innovación" en Chile. Este año ha sido particularmente interesante en esta materia, no solo por el incremento y reestructuración de los programas de fomento por parte del gobierno, los concursos y actividades de promoción de la innovación y emprendimiento llevados a cabo por distintas instituciones públicas y privadas, centros educativos de todos los niveles y organizaciones no gubernamentales; sino también por los indicios de una desaceleración de la economía, con precios del cobre que fueron cayendo lentamente, pese a mantenerse todavía por encima de los tres dólares la libra. Todo ello, sin duda, ha influido en la tasa de actividad emprendedora del país que, por tercer año consecutivo, supera el 20%. Un resultado que se repite en todas las regiones que participaron en el proyecto GEM.

En el caso particular de Antofagasta, la actividad emprendedora en etapas iniciales alcanzó un 25,4%, la tasa más alta después de la Región Metropolitana (25,8%). Comparado con el año anterior, hubo un ligero incremento pasando de un 24,7% en 2012 a un 25,4% en 2013. El incremento en la tasa se debió al aumento más que proporcional de los emprendedores nacientes de un 14,9% a un 18,2% frente a una disminución de los nuevos empresarios de un 10,4% a un 8% respectivamente. Además, la actividad de los empresarios establecidos ha disminuido significativamente, pasando de un 7,3% en 2012 a apenas 4,9% en 2013, produciéndose una de las mayores brechas entre etapas del proceso emprendedor (más de cinco veces). Este resultado preocupa y entrega una gran señal de alerta sobre la sostenibilidad de los emprendimientos locales. Además de evidenciar la fragilidad de los emprendimientos, la brecha también devela aspectos como: la falta de conocimiento para hacer crecer los negocios, la falta de evaluación de oportunidades de negocio y la limitada capacidad de innovación en otras palabras: EDUCACIÓN y CAPACITACIÓN. Todos estos aspectos son desafíos pendientes para las instituciones públicas y privadas, en particular, para las instituciones educativas.

Por otro lado, la percepción de los emprendedores sobre las oportunidades de la región continúa, por séptimo año consecutivo, siendo muy favorable y superior al conjunto del país, lo que corrobora, una vez más, que la Región es un espacio de oportunidades para los negocios. Este resultado se refleja en las motivaciones de los emprendedores. En 2013, Antofagasta presenta la tasa más alta de emprendimiento por oportunidad, un 20,8% comparada con las otras ocho regiones que han participado en este estudio, sin embargo esta tasa es menor que la obtenida en 2012, un 21,7%. Además, la tasa de emprendimiento por necesidad se ha incrementado significativamente, de un 2% en 2012 a un 4,6% en 2013. El deterioro de la tasa de actividad emprendedora por oportunidad frente al incremento de la tasa por necesidad, puede estar influido por el inicio de la desaceleración de la economía y, sin duda, ha influido en la calidad de los emprendimientos en 2013.

Las características demográficas de los emprendedores en etapas iniciales muestran a un grupo cuyo rango de edad se sitúa entre los 35 y 44 años y entre los 45 y 55 cuando se trata de emprendedores establecidos. El nivel de educación de los mismos varía cuando se trata de emprendedores por oportunidad o necesidad. En los primeros, un tercio tiene educación secundaria y otro tercio son universitarios. Dentro del grupo de emprendedores por necesidad predomina el nivel de educación secundario (61,5%), solo un 15,4% tiene educación universitaria. Respecto al ingreso familiar, el 50% o más de los emprendedores tienen una renta familiar mayor o igual a \$680.000 pesos chilenos.

Estos datos con respecto al año anterior han empeorado ligeramente, debido al incremento del emprendimiento por necesidad. Además, los emprendimientos en etapas iniciales continúan orientados, en su mayoría, a actividades de servicios al consumidor final donde la posibilidad de innovar en procesos, productos, servicios o modelo de negocio es limitada. Un 40% reconoce que su emprendimiento tiene muchos competidores y más de un 60% declara que usa tecnología de más de cinco años de antigüedad y un 61,5% pretende expandirse en el mercado sin usar tecnología. Solo un 3% de los emprendedores en las primeras etapas aspira a crear más de 19 puestos de trabajo en los próximos 5 años. Por lo que, una vez más, se manifiestan las bajas expectativas de nuestros emprendedores. Les falta tener más ambiciones, aspirar a más, proyectarse al mundo.

En resumen, los resultados sobre la actividad emprendedora del año 2013, muestran una precarización de los emprendimientos con respecto al año anterior, lo cual es preocupante teniendo en consideración que ha habido un incremento en la cantidad de emprendedores cuyos emprendimientos son de calidad limitada, son cada vez más vulnerables y tienen dificultades para pasar el valle de la muerte. Eso explica la baja tasa de emprendedores con más de tres años y medio de actividad. La mayoría de los emprendimientos nuevos no logran sostenerse en el tiempo. De nada sirve que se tenga tasas de actividad emprendedora en etapas iniciales por encima del 20% si no son capaces de crecer y sostenerse.

Resultados más alentadores, se observan en la valoración que hacen los expertos del contexto emprendedor. De las nueve dimensiones que se consideran para realizar esta evaluación, cinco han tenido una evolución favorable en la valoración de los expertos desde el año 2007, cuando se inicia este estudio. Las dimensiones que han mejorado en la evaluación de los expertos, son las Políticas de gobierno, los Programas del gobierno, las Normas sociales y culturales, el Acceso a infraestructura física (que siempre tuvo una valoración positiva) y la Educación y capacitación. Esta última ha sido una de las tres más mencionadas, también, dentro de las dimensiones donde se puede mejorar el emprendimiento.

A pesar de las mejoras en la evaluación del contexto emprendedor, todavía existen dimensiones cuya valoración es muy negativa, sobresaliendo la Transferencia de I+D, el Acceso a Financiamiento, la Infraestructura comercial y profesional y el Acceso al mercado interno. El acceso a financiamiento es una dimensión que ha sido una de las más mencionadas dentro de los factores que limitan o perjudican la actividad emprendedora, así como dentro de las recomendaciones para mejorar el emprendimiento en la región. Como ya fue mencionado en informes pasados, pese a la existencia de los programas de cofinanciamiento ofrecidos por las agencias de gobierno, urge plantearse la posibilidad de generar las condiciones orientadas a la creación de nuevas alternativas de financiamiento, como son las redes de inversionistas privados o los fondos de capital de riesgo. En cualquier caso, esto requiere de un trabajo previo: capacitar a los potenciales inversionistas, emprendedores de alto impacto y personas vinculadas a la cadena de valor del capital de riesgo como son abogados, académicos, gerentes de incubadoras, entre otros, en temas de "equity funding", así como crear conciencia del financiamiento vía "equity". En la región, hay muchas personas con capacidad de inversión, que estarían dispuestas a invertir en proyectos de terceros, pero desconocen las condiciones y las especificidades de esta alternativa de inversión. Urge, por ello, crear programas para formar a los potenciales "inversionistas ángeles" o potenciales aportantes de un fondo de capital de riesgo. Con una masa crítica de potenciales inversionistas se puede crear la Red Regional de Inversionistas para el financiamiento de emprendimientos de alto impacto que generarían riqueza y empleo en la región.

Otro gran desafío es mejorar la educación en emprendimiento, en todos los niveles, pero fundamentalmente en las primeras etapas (educación básica y media). Esto implica, no solo la reestructuración e incorporación de cursos vinculados a creación de empresas en las instituciones educativas, sino también la capacitación de los profesores que van a dictar dichas asignaturas, así como la creación de cursos especializados en la identificación y evaluación de oportunidades, modelos de negocios, negocios internacionales, inglés de negocios y preparación de los emprendedores para que sus proyectos sean invertibles (investment readiness). En otras palabras, se requiere generar entornos de emprendimiento tanto dentro de las instituciones educativas como fuera de ellas, es decir en toda la región. Existen cada vez más iniciativas al respecto, pero todas ellas están aisladas y falta una mayor coordinación entre las instancias público-privadas con las universidades regionales.

Otro aspecto que está pendiente y fue mencionado al inicio de esta reflexión es la brecha existente entre emprendedores en las primeras etapas y los establecidos. Existen muchos programas de apoyo al emprendimiento pero no existe un acompañamiento post creación de empresas. Este es otro de los desafíos para las instituciones que tienen que ver directa o indirectamente con la promoción del emprendimiento. Al respecto, la generación de programas o acuerdos con las Universidades para apoyar a los emprendedores post iniciación de sus emprendimientos podría ser una alternativa. Otra sería el crear espacios de "co-working" donde se puedan juntar todos los emprendedores a plantear sus ideas de negocios, a compartir sus experiencias. Igualmente, se pueden crear instancias de encuentro entre grupos de emprendedores nuevos y establecidos. Estos últimos pueden servir de mentores a los primeros. Estas actividades sin duda podrían ayudar a acortar la brecha que existe entre ambos grupos de emprendedores, uno de los mayores problemas de la región.

En esta nueva etapa del emprendimiento regional caracterizada por altas tasas de emprendimiento y bajas expectativas y aspiraciones de sus emprendedores que afectan la calidad de sus emprendimientos, se espera que las autoridades regionales y diseñadores de las políticas públicas orienten los esfuerzos a potenciar las aspiraciones y expectativas de los emprendedores. Esto, sin duda, va a tener un efecto positivo en la calidad de los emprendimientos. Solo de esta forma se lograrán emprendimientos productivos que agreguen valor a la economía regional.

Finalmente, queremos instar a todos los emprendedores en las diversas etapas del proceso emprendedor a ser más ambiciosos, a mirar más allá de las fronteras de la región y del país, tratar de buscar la diferenciación de sus negocios, capacitarse, buscar apoyo en las universidades, centros de emprendimiento y otras instituciones que fomenten el emprendimiento. Sólo de esta manera lograrán hacer que sus proyectos aporten valor a la región y el país, de lo contrario seguirán siendo emprendimientos muy vulnerables sin expectativas de sostenibilidad.

Referencias.

- Acs, Z. (2006). How is Entrepreneurship good for Economic Growth? *Innovations*, 1, 97-107.
- Acs, Z.; Audretsch, D.; Braunerhjelm, P. y Carlsson, B. (2003). The Missing Link: The Knowledge Filter and Endogenous Growth. *Center for Business and Policy Studies*. Stockholm, Sweden.
- Acs, Z.; Parsons, W. y Tracy, S. (2008). *High Impact Firms: Gazelles Revisited*. Office of Advocacy, U.S. Small Business Administration.
- Acs, Z. y Szerb, L. (2008). Gearing up to Measure Entrepreneurship in a Global Economy. *Mimeo*. Faculty of Business and Economics. University of Pecs.
- Amorós, J.E. y Acha, A. (2014). *GEM Reporte Nacional de Chile 2013*. Santiago: Universidad del Desarrollo.
- Amorós, J.E. y Bosma, N. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor. 2013 Global Report*. Babson College, Universidad del Desarrollo y Universiti Tun Abdul Razak. Disponible en: www.gemconsortium.org.
- Atienza, M. (ed.) (2012). La Pyme de la Región de Antofagasta 2005-2009. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Atienza, M. (ed.) (2009). *La Evolución de la Pyme de la Región de Antofagasta. Hacia una demografía del tejido productivo local*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Atienza, M., Romani, G. y Aroca, P. (2006). *La Pyme de la Región de Antofagasta. Perspectivas de Desarrollo en Torno a la Minería*. Antofagasta: CORFO/IDEAR. Universidad Católica del Norte.
- Audretsch, D. (2007) Entrepreneurship Capital and Economics Growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 23 (1), 63-78.
- Berger, A. y Udell, G. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debts markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking and Finance*, 22, 613-673.
- Bygrave, W. and Quill, M. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor. 2006 Financing Report*. Wellesley – London: Babson College and London Business School.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en Générale* (The Nature of Trade in General), Paris: Institute National D'études Démographiques.
- Conceicao, P. y Bandura, R. (2008). Measuring subjective wellbeing: A summary review of the literature UNDP Development Studies Working Paper Series, May. Disponible en Internet: http://www.web.undp.org/developmentstudies/docs/subjective_wellbeing_conceicao_bandura.pdf.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95, 542-575.
- Davidsson, P. (2004). *Researching Entrepreneurship*. New York: Springer.
- Godin, K.; Clemens, J. y Veldhuis, N. (2008). Measuring Entrepreneurship: Conceptual Frameworks and Empirical Indicators. *Studies in Entrepreneurship and Markets*, 7. Fraser Institute.

- Gries, T. y Naude, W. (2008). *Entrepreneurship and Structural Economic Transformation. UNU-Wider Research Papers*. Helsinki.
- Headd, B. (2003). Redefining Business Success: Distinguish between closure and failure. *Small Business Economics* 21,51-61.
- INE (2013). *Compendio Estadístico 2013*. Instituto Nacional de Estadísticas.
- Kelley, D., Bosma, N. y Amorós, E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor. 2010 Global Report*. Babson College y Universidad del Desarrollo. Disponible en: www.gemconsortium.org.
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*. London: Macmillan Co.
- Mason, C. y Kwok, J. (2010). Investment readiness programmes and Access to finance: A critical review of design issues. *Working Paper 10-03*. University of Strathclyde. Business School, pp: 1-37.
- Porter, M. y Schwab, K. (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.
- Porter, M.; Sachs, J. y McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In: Porter, M.; Sachs, J.; Corneluis, P.K.; McArthur, J. y Schwab (eds.). *The Global Competitiveness Report 2001-2002*. New York: Oxford University Press, 16-25.
- Reynolds, P.; Bosma, N.; Autio, E.; Hunt, S.; Servais, I.; López-García, P. y Chin, N. (2005) Global Entrepreneurship Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24 (3), 205-231.
- Romaní, G., Atienza, M. y Amorós, E. (2013). The development of Business Angels Networks in Latin America: the case of Chile. *Venture Capital*. 15 (2), 95-113.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2013). *GEM Informe de la Región de Antofagasta 2012*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2011). *GEM Informe de la Región de Antofagasta 2010*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2010). *GEM Informe de la Región Antofagasta 2009*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2009). *GEM Informe de la Región de Antofagasta 2008*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2008). *GEM Informe de la Región de Antofagasta 2007*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Romaní, G.; Salinas, P.; Contuliano, S. (2013). *GEM Mujeres y Actividad Emprendedora. Región de Antofagasta, Chile, 2011-2012*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.

- Schwab, K. (2013). The Global Competitiveness Report 2013-2014. Ginebra, Suiza: World Economic Forum. Disponible en: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2013-2014>
- Shumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge Mass: Harvard University Press.
- Shumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper and Row.
- Wennekers, S. y Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 131(1), 27-55.
- Wennekers, S.; Van Stel, A.; Carree, M. y Thurik, R. (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U- shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6 (3), 167-237.

Expertos que respondieron la encuesta regional 2013.¹²

<p>Héctor Anabalón Gerente General, Incuba2 Región Antofagasta.</p>	<p>Ismael Espíndola Ejecutivo Técnico en Innovación, CORFO Región Antofagasta.</p>
<p>Hernán Ángel M. Director OTRI Chile Región Antofagasta.</p>	<p>Roxana Espinosa Directora de Carrera, Inacap Región Antofagasta.</p>
<p>Carlos Araya V. Ingeniero de Proyectos, UCN Región Antofagasta.</p>	<p>Gonzalo Flores Director Centro de Emprendimiento, UA Región Antofagasta.</p>
<p>Macarena Bassaletti Directora RSE, Aguas Antofagasta Región de Antofagasta.</p>	<p>Marisol Flores Directora Regional, SENAME Región Antofagasta</p>
<p>Rodrigo Behncke Director de Asuntos Corporativos, Aguas Antofagasta.</p>	<p>Javier Garatte Gerente, Musetti Café. Región Antofagasta</p>
<p>Williams Briceño R. Ingeniero de Proyectos VIDRT Región de Antofagasta.</p>	<p>Juan Godoy A. Funcionario, SERNAM Región de Antofagasta.</p>
<p>Guillermo Bunster Jefe Banca Empresa, Banco Estado Región Antofagasta.</p>	<p>Luis Guerrero Gerente, Guerreros y Cía. Región de Antofagasta.</p>
<p>María Teresa Bustos Directora Ejecutiva, CDP Región Antofagasta</p>	<p>Catalina Gutiérrez Coordinadora de Planificación y Operación, SERCOTEC, Antofagasta.</p>

¹² En orden alfabético y con el cargo que ocupaban cuando fueron entrevistados.

<p>Isabel Chamorro Directora, The Giant School Región Antofagasta</p>	<p>Arlette Ibarra Directora Compañía de Teatro Región de Antofagasta</p>
<p>Erik Díaz Gerente, Celsus Capacitaciones Ltda. Región de Antofagasta.</p>	<p>Georgina Kong Gerente General, Servikong Ltda. Región de Antofagasta.</p>
<p>Ignacio León Director, FOSIS Región de Antofagasta.</p>	<p>Hugo Rocha Ingeniero de Proyectos, UCN Región de Antofagasta.</p>
<p>Claudia Meneses Seremi de Economía, Fomento y Turismo Región de Antofagasta</p>	<p>Evelyn Sepúlveda Coordinadora Programa Vinculación Universidad Empresa, UA Antofagasta</p>
<p>Luis Marín Administrador Regional Antofagasta Servicio Médico Legal.</p>	<p>Juan Pablo Silva Echeverría Market Manager Zona Norte, 3M. Antofagasta</p>
<p>Gabriela Montenegro Gerente, Incuba2 Región de Antofagasta.</p>	<p>Cristian Silva Madrazo Académico, Inacap Región de Antofagasta.</p>
<p>Ricardo Muñoz Jefe Centro de Desarrollo Empresarial, AIA Región Antofagasta</p>	<p>Cesar Valdovinos Ejecutivo Microempresa, Banco Santander Región de Antofagasta.</p>
<p>Gilda Oro Gerente, PTI Cluster Minero Región de Antofagasta.</p>	<p>Manuel Villalobos Jefe Departamento Gestión de Programas, FOSIS Antofagasta.</p>

<p>Sayonara Pacheco Ovado Directora Centro de Emprendimiento, ONG Corporación Acción Emprendedora Región de Antofagasta.</p>	<p>Gonzalo Yun Búsqueda y Servicio, Endeavor Región de Antofagasta.</p>
<p>Marcela Puz Directora, INE Región de Antofagasta.</p>	<p>Marcelo Zepeda Consultor Financiero. Antofagasta</p>
<p>Jadranka Rendic Directora Programas Emprendimiento, UCN, Antofagasta.</p>	

Expertos que Respondieron la encuesta nacional 2013¹³.

<p>Geraldo Jusakos Consultor independiente Antofagasta.</p>	<p>Juan Ignacio Zamorano Sub. Director Regional, CORFO. Región Antofagasta.</p>
<p>Mario Pereira Académico Universidad Católica del Norte</p>	

¹³ En orden alfabético y con el cargo que ocupaban cuando fueron entrevistados.

Sobre los Autores

<p>Gianni Romaní Chocce:</p>	<p>Magíster y Doctor en Administración de Empresas mención Finanzas de la Universidad de Sao Paulo, Brasil.</p> <p>Directora del Centro de Emprendimiento y de la Pyme, CEMP.</p> <p>Trabaja como profesora/investigadora del Departamento de Administración de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte. Sus áreas de investigación son Financiamiento para Pymes, Capital de Riesgo Formal e Informal y Emprendimiento.</p> <p>Contacto: gachocce@ucn.cl</p>
<p>Miguel Atienza Úbeda:</p>	<p>MPh en Economía del Desarrollo y Doctor en Economía de la Universidad Autónoma de Madrid,</p> <p>Director del Departamento de Economía y del Observatorio Regional de Desarrollo Humano (IDEAR).</p> <p>Trabaja como profesor/investigador del Departamento de Economía de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte. Sus áreas de investigación son el Desarrollo Regional, Localización y Emprendimiento y Economía de la Pyme.</p> <p>Contacto: miatien@ucn.cl</p>

Coordinación del GEM Chile

Global Entrepreneurship Research Center -GERC
Universidad del Desarrollo

www.gemchile.cl
Contacto: Antonio Acha Romo
Coordinador GERC
aacha@udd.cl
Tel: 56-2- 23279158

Coordinación del GEM Región Antofagasta

Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP)
Facultad de Economía y Administración
Universidad Católica del Norte
Av. Angamos 0610, Antofagasta
www.cemp.ucn.cl

Contacto: Gianni Romani
Directora
gachocce@ucn.cl
Tel: 56-55-2355769/2355746

Equipos regionales que participaron en el proyecto GEM Chile 2013

Región	Institución	Departamento Encargado	Equipo
Región de Arica y Parinacota	Universidad de Tarapacá	Área de Emprendimiento, Liderazgo y TICs de la escuela Universitaria de Ingeniería Industrial, informática y de Sistemas. Universidad de Tarapacá.	Vesna Karmelic Roberto Gamboa Dante Choque Ximena Vega
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Corporación de Desarrollo de la Universidad Arturo Prat	Mauricio Vega Fernando Rosales Paula González
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Centro de Emprendimiento y de la Pyme	Gianni Romaní Miguel Atienza
Región de Atacama	Corporación para la Competitividad e Innovación	Corporación para la Competitividad e Innovación	Carolina Blanco
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Escuela de Ingeniería Comercial	Karla Soria
Región de Valparaíso	Universidad Técnico Federico Santa María	Departamento de Industrias, Economía y Negocios	Cristóbal Fernández Jorge Cea Juan Tapia Paulina Santander Diego Yáñez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	Facultad de Economía y Negocios	José Ernesto Amorós Carlos Poblete
Región del Bio Bio	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	Jorge Espinoza
	Universidad del Desarrollo	Facultad de Economía y Negocios	José Ernesto Amorós Carlos Poblete
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	INCUBATEC- Incubadora de Negocios de la Universidad de la Frontera Departamento de Administración y Economía	Claudina Uribe Paulina Sanhueza Valeska Geldres

Presentación de los Auspiciadores



La Universidad Católica del Norte fundada en 1956 sustentada en los valores del Humanismo Cristiano, tiene como misión la constante búsqueda de la verdad para contribuir al desarrollo de la persona, de la sociedad y de la herencia cultural de la comunidad mediante docencia, la investigación y la extensión y ha incorporado el emprendimiento como una de las competencias a desarrollar en sus alumnos fomentando la creatividad, eficiencia y corresponsabilidad, en la perspectiva de los conceptos de sustentabilidad, solidaridad y bien común.



Aguas Antofagasta, nace en 2003, con el claro objetivo de entregar un servicio básico que nos vincula los 365 días del año con miles de personas que reciben este recurso natural fundamental para la vida, con la mejor calidad, incluso bajo recomendaciones y certificaciones internacionales.

Somos una empresa sustentable y socialmente responsable con nuestros clientes, trabajadores, comunidad y entorno, destacando nuestro constante aporte al desarrollo de la región.



Global Entrepreneurship Monitor

Ediciones Universitarias



Centro de Emprendimiento
y de la Pyme

w w w . c e m p . u c n . c l