



Global Entrepreneurship Monitor

ISBN: 14484



MUJERES Y ACTIVIDAD EMPREENDEDORA

REGIÓN DE ANTOFAGASTA CHILE 2008-2009

Gianni Romaní - Paulina Salinas - Claudia Reyes - Marcela Ziede





MUJERES Y ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA CHILE 2008-2009

Gianni Romaní - Paulina Salinas - Claudia Reyes - Marcela Ziede



Las lagartijas (*Liolaemus Tenuis*) son espectaculares ejemplos de la selección natural, debido a que han sido capaces de diversificarse hasta ocupar una impresionante variedad de nichos ecológicos. Uno de ellos son los salares existentes en el Desierto de Atacama en la Región de Antofagasta.

Hemos escogido una imagen de esta especie, como una representación del emprendimiento femenino en el norte de Chile, destacando la enorme capacidad de las lagartijas para enfrentar la complejidad del ambiente, estar preparadas para cambiar de temperatura y humedad diariamente, y, a través de la variación del color de sus escamas, son capaces de comunicar el peligro y defenderse.



MUJERES Y ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA - CHILE 2007 - 2008

Gianni Romaní – Paulina Salinas – Claudia Reyes -Marcela Ziede

**Centro de Emprendimiento y de la Pyme
Facultad de Economía y Administración
Escuela de Periodismo
Universidad Católica del Norte**

Este estudio ha sido realizado gracias a los fondos concursables de la Dirección General de Investigación y Postgrado de la Universidad Católica del Norte durante el año 2009.

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

© 2009 Universidad Católica del Norte
© 2009 Global Entrepreneurship Research Association

**Global Entrepreneurship Monitor
Mujeres y Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta 2008/2009.
Diciembre 2009.**

Editor: Ediciones Universidad Católica del Norte
Registro de Propiedad Intelectual
Inscripción N°
Santiago – Chile

ISBN:

Los datos utilizados en este estudio provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio que el año 2008 fue constituido por equipos de investigación de los siguientes países: Alemania; Angola; Argentina; Bélgica; Bolivia; Bosnia y Herzegovina; Brasil; Chile; Colombia; Croacia; Dinamarca; Ecuador; Egipto; Eslovenia; España; Estados Unidos; Finlandia; Francia; Grecia; Holanda; Hungría; India; Irán; Irlanda; Islandia; Israel; Italia; Jamaica; Japón; Letonia; Macedonia; México; Noruega; Perú; Reino Unido; República de Corea; República Dominicana; Rumania; Rusia; Serbia; Sudáfrica; Turquía y Uruguay. 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 2008, el que puede ser descargado en línea en www.gemconsortium.org. Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

Fotografía: Rafael Atienza.

Diseño, Diagramación y Portada: Pablo Reyes B.

Impreso: Impresores y Editores Emelnor S.A. Rendic 7002, Antofagasta, Chile.

PREFACIO

Este segundo Informe Mujeres y Actividad Emprendedora de la Región de Antofagasta, Chile 2008-2009 es parte del proyecto GEM Chile en regiones. El GEM Chile es el resultado de la alianza realizada entre las Universidades Adolfo Ibáñez y del Desarrollo, quienes en conjunto participan en el proyecto a nivel nacional desde el año 2005. Fue en 2007 donde por iniciativa de varios académicos (as) se inicia el trabajo en diferentes regiones a fin de tener una mayor representatividad de la amplia diversidad del país. Así, comienza el estudio GEM Región de Antofagasta a cargo del Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte, que actualmente junto con la Universidad del Desarrollo y Adolfo Ibañez, pertenecen al proyecto GEM Global que en este periodo contó con la participación de 43 países. Asimismo, a partir del segundo semestre del 2008 la Universidad del Desarrollo es miembro del Consejo Directivo del GEM Global y uno de sus auspiciadores.

En consecuencia, este segundo informe es un aporte adicional para comprender y analizar el fenómeno del emprendimiento de nuestro país, desde la perspectiva de la mujer emprendedora chilena. Actualmente, las mujeres son más de un tercio de las personas involucradas en la actividad emprendedora del mundo. Por esta razón, este reporte regional, sobre Mujeres y Actividad Emprendedora se suma al trabajo del GEM Global, quienes publican el denominado Report on Women and Entrepreneurship, incorporándonos así al mayor proyecto que analiza y describe el proceso emprendedor de las mujeres en un extenso número de países.

Esperamos que al igual que el Informe de la Región de Antofagasta, este segundo estudio referente a las mujeres emprendedoras, realizado por las investigadoras del CEMP y de la Escuela de Periodismo pertenecientes a la UCN, pueda ofrecer a los diferentes actores relevantes del emprendimiento como los académicos (as), empresarios (as) y la administración pública, una mejor y más completa visión sobre las mujeres emprendedoras en la Región de Antofagasta. Esperamos que este trabajo pueda servir como un instrumento que ayude al diseño de políticas y programas regionales que puedan aumentar la participación laboral femenina en la Región, a través de la generación de nuevas empresas creadas y lideradas por mujeres.

Agradecemos sinceramente el esfuerzo del equipo coordinador del GEM Regional y de sus investigadoras por la motivación para la realización de este segundo informe.

José Ernesto Amorós, Ph.D.

Coordinador GEM Chile

Global Entrepreneurship Research Center - GERC

Universidad del Desarrollo

ÍNDICE

Índice Temático	Página
Prefacio	v
Índice	vii
Resumen Ejecutivo	ix
Executive Summary	xi
¿Quiénes son las emprendedoras en la Región de Antofagasta?	xiii
Introducción	1
1. El Modelo Conceptual del GEM	2
1.1. Definición de emprendimiento	3
1.2 Metodología del GEM	4
2. Mujeres y emprendimiento en el entorno del GEM y en Chile	
2.1. Actitudes y actividad emprendedora	4
3. Mujeres y Emprendimiento en la Región de Antofagasta	
3.1 Actitudes, actividad y aspiraciones emprendedoras en la Región de Antofagasta	
3.1.1 La actitud emprendedora en las mujeres de la Región de Antofagasta	8
3.1.2 Actividad emprendedora de mujeres en etapas iniciales	11
3.1.2.1 Motivos de la actividad emprendedora en etapas iniciales por género	16
3.1.2.2 Distribución sectorial y potencial de crecimiento	19
3.1.2.3 Aspectos socio demográficos de las emprendedoras	21
3.1.2.4 Cierre o culminación de la actividad emprendedora	25
3.1.3 Aspiraciones emprendedoras en la mujer antofagastina	26
3.2 Evaluación de los expertos sobre el contexto del emprendimiento de mujeres	30
3.1.2 Opinión de los expertos	31
4. Reflexiones sobre el emprendimiento de las mujeres en la Región de Antofagasta	33
Referencias Bibliográficas	35
Expertos Entrevistados	37
Sobre las Autoras	39
Coordinación del GEM Chile	
Coordinación del GEM Chile en Regiones	40
Presentación de los Auspiciadores	41

Índice de Figuras

Figura 1: Las 10 características de las Emprendedoras en la Región	x
Figura 2: El Modelo GEM Revisado	2
Figura 3: El Proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM	3
Figura 4: Actividad emprendedora femenina en etapas iniciales	
Figura 5: Actividad emprendedora en etapas iniciales por género	12
Figura 6: Tasa de empresarias establecidas	13
Figura 7: Tasa de empresarios establecidos por género	
Figura 8: Actividad emprendedora femenina por etapas de desarrollo	14
Figura 9: Actividad emprendedora por etapa de desarrollo y género	
Figura 10: Tipo de emprendimiento femenino en etapas iniciales	15
Figura 11: Tasa de emprendimiento femenino por oportunidad	
Figura 12: Tasa de emprendimiento en etapas iniciales por oportunidad y género	16
Figura 13: Tasa de emprendimiento de las mujeres por necesidad	17
Figura 14: Tasa de emprendimiento por necesidad, por género y por regiones	18
Figura 15: Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico	
Figura 16: Emprendedoras establecidas por sector económico	20
Figura 17: Actividad emprendedora total en mujeres por rangos de edad	21
Figura 18: Actividad Emprendedora por Tipo y Nivel Educativo	22
Figura 19: Actividad emprendedora y nivel de ingreso	24
Figura 20: Actividad emprendedora en etapas iniciales por motivo y nivel de ingresos	25
Figura 21: Nuevos productos o servicios en el mercado	27
Figura 22: Intensidad de la competencia esperada	
Figura 23: Uso de nuevas tecnologías	28
Figura 24: Opinión de los expertos de la región en tópicos de emprendimiento y género	31
Figura 25: Opinión de los expertos nacionales en tópicos de emprendimiento y género	32

Índice de Tablas

Tabla 1: Actitudes y percepciones emprendedoras en 43 países del GEM; según fase de desarrollo económico y sexo	5
Tabla 2: Tasa de prevalencia de la actividad emprendedora en etapas iniciales y establecidas por países participantes en el GEM y por sexo	7
Tabla 3: Percepción de los encuestados sobre los factores que influyen en el emprendimiento por sexo	9
Tabla 4: Percepción de las encuestadas sobre los factores que influyen en el emprendimiento. Antofagasta - Chile	11
Tabla 5: Principales motivos para emprender en Chile por género	
Tabla 6: Principales motivos para emprender en Antofagasta por género	17
Tabla 7: Resumen de la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad, necesidad y género	18
Tabla 8: Expectativa de la creación de empleo en emprendedores en etapas iniciales por género en Antofagasta	26
Tabla 9: Expectativa de la creación de empleo en emprendedores en etapas iniciales por género en Chile	27

RESUMEN EJECUTIVO

- En 2008, la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales de las mujeres no ha cambiado con respecto al año anterior, un 12,4%, mientras que la de los hombres se ha incrementado en casi cinco puntos porcentuales, pasando del 13,96% al 19,0%. Con lo que ha aumentado la brecha de género.
- Antofagasta es una de las regiones que tiene las tasas más altas de actividad emprendedora femenina en etapas iniciales (12,4%), siendo ligeramente superada por Coquimbo (13,2%) y la Araucanía (12,6%). Pero, al mismo tiempo, tiene la tasa más baja de empresarias establecidas (3,3%).
- Por segundo año consecutivo la región posee la tasa más alta de emprendimiento por oportunidad del país, tanto de hombres como de mujeres (18,0% y 8,8% respectivamente), y la más baja en emprendimiento por necesidad, también de hombres y mujeres (1,0% y 3,3% respectivamente). La búsqueda de la independencia económica continúa siendo el principal motivo de las mujeres que emprenden por oportunidad.
- No se han producido cambios en el sector al que orientan sus negocios las emprendedoras. Los servicios al consumidor final continúan siendo el privilegiado por las empresarias en etapas iniciales y las establecidas, aunque estas últimas en menor proporción.
- Un aspecto importante donde sí se han producido cambios con respecto al año anterior está relacionado con las aspiraciones de las emprendedoras en lo que respecta al uso de tecnologías de la información. Se ha observado un incremento considerable en el uso de tecnología con menos de un año, tanto en las emprendedoras en etapas iniciales como en las establecidas y las diferencias de género al respecto no son significativas.
- La edad promedio de las emprendedoras en etapas iniciales en la Región de Antofagasta es de 40 años, dos años menos que el promedio del país (42 años), mientras que las empresarias establecidas tienen en promedio 42 años, cuatro años menos al obtenido en el país. El 35% de las emprendedoras en etapas iniciales tiene educación secundaria completa y un 20% tiene educación universitaria, mientras que más del 60% de las emprendedoras establecidas tiene educación básica y secundaria completa y menos del 20% tiene educación universitaria completa.
- La percepción sobre la existencia de buenas oportunidades para iniciar negocios en la región, ha disminuido ligeramente respecto al año 2007, sin embargo es mayor que en el país tanto en las emprendedoras nacientes como en las establecidas.
- La evaluación de los expertos de la Región sobre tópicos de emprendimiento y género ha mejorado en algunos aspectos con respecto al año 2007. Consideran que iniciar un negocio es una opción socialmente aceptable para una mujer y que éstas poseen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para hacerlo que los hombres, sin embargo también están conscientes de que en la Región aún no hay suficiente disponibilidad de servicios sociales que les permitan continuar trabajando aun después de haber tenido hijos.

EXECUTIVE SUMMARY

- In 2008, the women's rate of initial stages of entrepreneurial activity has not changed compared to the prior year, at 12.4%. In contrast, men's rate has increased five per cent, rising from 13.96% to 19.0%. Consequently the gender gap has increased.
- Antofagasta is one of the Regions with the highest women rate of initial stages of entrepreneurial activity (12.4%), only surpassed by Coquimbo (13.2%) and Araucanía (12.6%). At the same time, however, the region presents the lowest rate of established businesswomen in Chile (3.3%).
- As in the previous year, the region has the highest rate of opportunity entrepreneurship in the country, both for men and women (18.0% and 8.8% respectively), and the lowest rate of entrepreneurship due to need, also for men and women (1.0% and 3.3% respectively). Furthermore, economic independence continues to be the principal reason for women who engage in opportunity entrepreneurial activities.
- Services to the final consumer continue to be the predominant activity of businesswomen in the Region of Antofagasta, both in the cases of initial stages and established businesses.
- Compared to the previous year, there have been changes related to the aspirations of entrepreneurs in their use of information technologies. The use of technology has considerably increased in less than a year both in entrepreneurs in the initial stages and in established businesses. Interestingly, gender differences are not significant in this regard.
- On average women in the initial stages of entrepreneurship in the Region of Antofagasta are 40 years old – two years younger than the national average - while established businesswomen are on average 42 years old, four years younger than the national average. 35% of women in the initial stages of entrepreneurship have completed their secondary education and 20% have a university degree, while over 60% of established businesswomen have completed elementary and secondary education and less than 20% have graduated from university.
- The perception of the existence of good opportunities for starting businesses in the region has diminished slightly compared to 2007; nevertheless it is higher than in the rest of Chile, both in initial stage and established entrepreneurs.
- The assessment of experts from the Region on topics of entrepreneurship and gender has improved in some aspects compared to 2007. They consider that starting a business is a socially acceptable option for a woman and that women have the same level of know-how and abilities to do so as men. Nevertheless, they are also aware that there are still not enough social services available in the Region to enable them to continue working after they have children.

¿QUIÉNES SON LAS EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA?

FIGURA 1: LAS 10 CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN



Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

INTRODUCCIÓN

El estudio Mujeres y Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta, Chile 2008/2009, es parte del proyecto GEM Regional, que a su vez forma parte del proyecto global que tiene 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;
- Identificar áreas de oportunidad, que permitan la creación de políticas públicas y recomendaciones para mejorar el nivel de actividad emprendedora.

La concepción del GEM sobre el emprendimiento es amplia y se orienta fundamentalmente hacia los individuos que crean empresas. Según esta visión, son las personas las que se organizan para llevar a cabo un nuevo negocio o empresa, por lo que son ellas el objeto de investigación. Desde sus inicios como proyecto, el GEM define a las personas que son emprendedores activos como “todos aquellos adultos entre 18 y 64 años relacionados con el proceso de creación de un negocio que tendrán propiedad total o parcial de éste y aquellas personas que ya tienen la propiedad y administración de un nuevo negocio” (Reynolds, et al. 2005: 209). Esta definición amplia del emprendimiento junto con la incorporación de la perspectiva de género es la que se emplea para estudiar el proceso emprendedor en las mujeres y para calcular los indicadores de emprendimiento (actitudes, actividad y aspiraciones) de mujeres en la Región de Antofagasta.

Con este segundo estudio, la fotografía sobre la actividad emprendedora femenina que se tenía en 2007/2008 comienza a tener movimiento. Este segundo informe muestra la evolución de la actividad emprendedora de las mujeres con respecto al año anterior e identifica características de mujeres emprendedoras en diferentes etapas, y cómo se relacionan con el emprendimiento de los hombres. Asimismo, se intenta destacar las brechas existentes entre mujeres y hombres emprendedores en la región. La importancia de este tema se torna fundamental si se toma en cuenta la significativa contribución que hacen las mujeres emprendedoras al desarrollo de la economía regional, nacional y mundial.

La metodología utilizada para la realización de este estudio es estandarizada a nivel mundial y está detallada en el apartado 1.2.

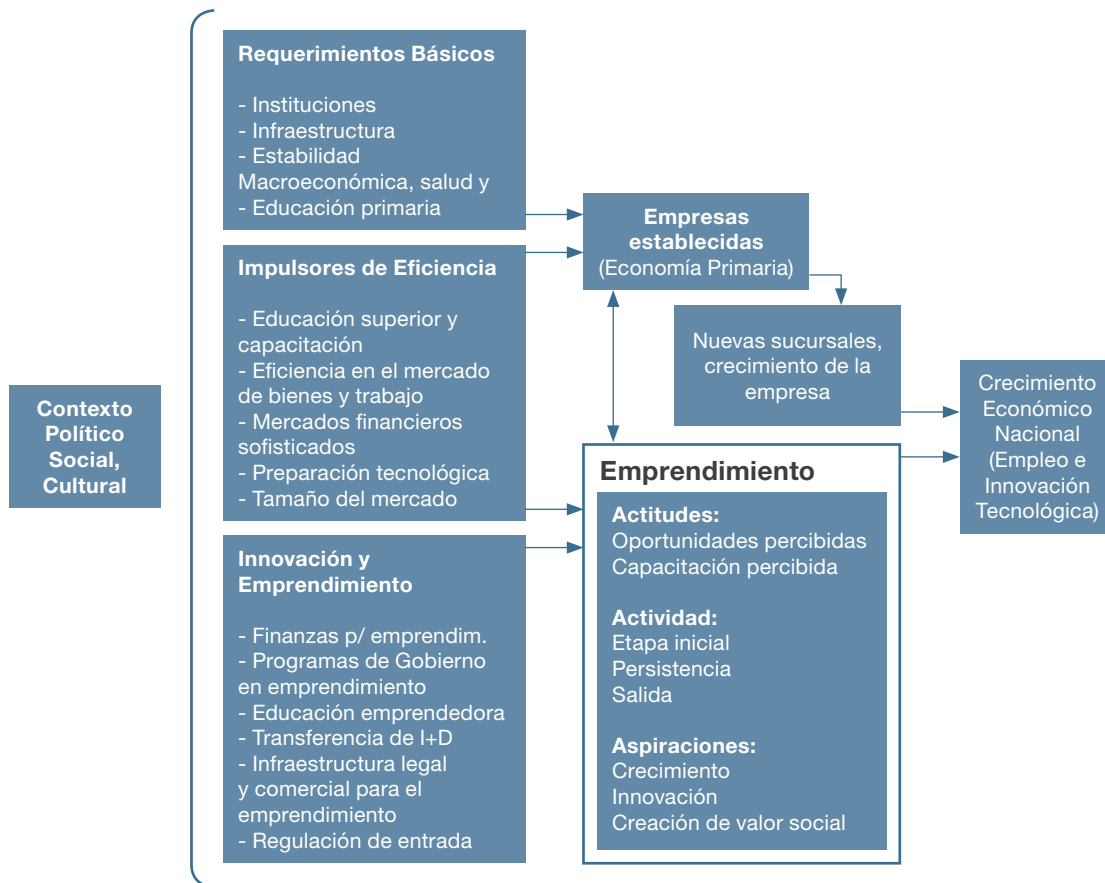
Este segundo informe está estructurado en cuatro partes: la primera desarrolla el modelo conceptual del GEM, define los principales conceptos utilizados y describe la metodología aplicada. En la segunda parte se presenta los principales resultados del informe GEM Nacional sobre Mujeres y Actividad Emprendedora, donde se muestran algunos indicadores de los países participantes en el proyecto GEM 2008 y de Chile. En la tercera parte, se presentan los principales resultados sobre el emprendimiento femenino en la Región de Antofagasta a partir de las encuestas a la población adulta y a expertos de la Región. Por último, se ofrecen algunas reflexiones en torno al emprendimiento en la Región.

1. EL MODELO CONCEPTUAL DEL GEM

El Informe Global de este año incorpora el modelo conceptual revisado del GEM¹. Este modelo, al igual que el original, mantiene que en un país se pueden dar diferentes condiciones para la actividad empresarial (empresarios (as) nacientes, nuevos (as) y establecidos (as)). Lo nuevo del modelo revisado, es que estas condiciones se relacionan con la fase de desarrollo económico de los países. Las condiciones nacionales importantes para las economías basadas en factores de producción y las impulsadas por la eficiencia han sido tomadas del Informe Global de Competitividad 2008-2009 (Porter y Schwab, 2008). En lo que respecta a las economías basadas en la innovación, el modelo revisado del GEM hace una contribución al Informe Global de Competitividad sobre el desarrollo económico, identificando las condiciones marco que le son específicas para la innovación y el emprendimiento. Tal como Acs et al. (2003) proponen, es el mecanismo emprendedor 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 un mayor crecimiento.

Es importante tener en cuenta que todas las economías tienen tipos de actividad económica basadas en factores de producción, en la eficiencia y en la innovación. Pero su presencia relativa y su contribución al desarrollo económico varían. Según el Informe de Competitividad Global, cada fase del desarrollo económico tiene una combinación óptima de estas tres actividades. Las tres fases son nombradas en función de la actividad que es más significativa para esa fase. De este modo, la importancia relativa de las condiciones marco del emprendimiento para un país, pueden variar de acuerdo a la fase de desarrollo económico del mismo. Como ya indicaba el Informe GEM 2004, una misma talla no le queda bien a todos (Acs, et al., 2005).

FIGURA 2: EL MODELO GEM REVISADO



Fuente: Bosma et al. (2009)

1 Ver GEM Executive Report 2008 por Bosma et. Al. (2009)

El Modelo GEM revisado se presenta en la Figura 2. 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 atraerá 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.

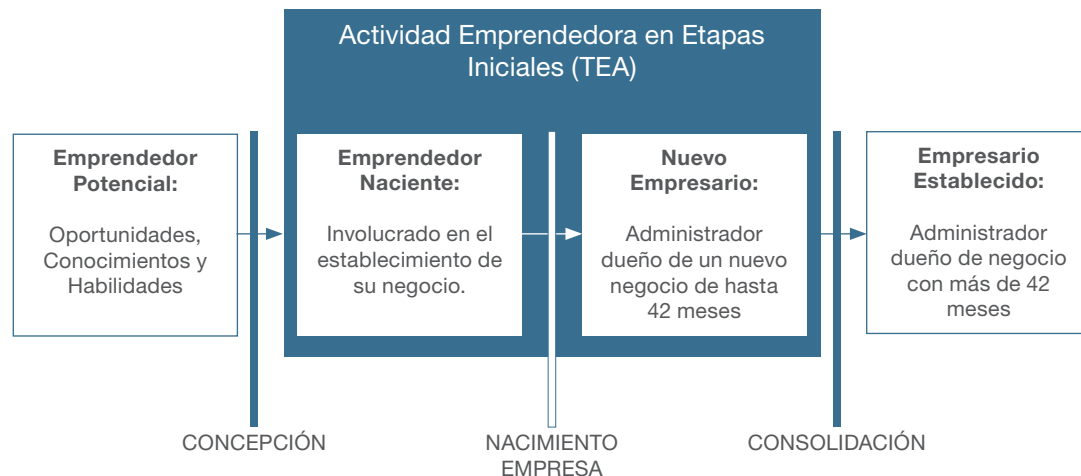
Las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras como componentes interactivos dinámicos del emprendimiento están interrelacionados por una compleja retroalimentación hacia adelante y hacia atrás. Cuando estas se materializan en creaciones de nuevos negocios tienen un impacto en el crecimiento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

1.1. DEFINICIÓN DE 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 toman 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 (Romaní y Atienza, 2009). Otro importante aspecto a considerar, 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 comprender el comportamiento emprendedor.

La recolección de datos del GEM cubre el ciclo de vida completo del proceso emprendedor y observa a los individuos cuando comprometen recursos para empezar un negocio del

FIGURA 3: EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERACIONALES DEL GEM



Fuente: Reynolds, et.al (2005)

que esperan ser los dueños, los conocidos como Emprendedores Nacientes. Cuando poseen y administran el nuevo negocio y, además, han pagado sueldos hasta 42 meses, se les denomina Nuevos Empresarios. La actividad de estos dos grupos de emprendedores se conoce como Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales y se mide a través de un índice conocido como TEA de las siglas en inglés Total Entrepreneurial Activity o Actividad emprendedora en Etapas Iniciales. También se 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 3).

1.2. METODOLOGÍA DEL GEM

Como fue mencionado en el Informe sobre la Región de Antofagasta 2008 (Romani y Atienza, 2009), el GEM utiliza una metodología que no sólo permite obtener una gran cantidad de información estandarizada sobre la actividad emprendedora de cada país sino también comparar entre los países participantes del proyecto. 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 a cada país, se aplica en la mayoría de los países y regiones a través de una entrevista telefónica. El cuestionario incluye preguntas acerca de la participación en y la actitud ante el emprendimiento. 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 fue de 521 individuos, de los cuales 314 fueron mujeres, representando el 60,3% del total.

La realización de una entrevista individual con un cuestionario estructurado, estandarizado y traducido al idioma correspondiente a cada país o región, a una muestra mínima de 36 personas seleccionadas por considerarse expertos en las condiciones relacionadas con el contexto emprendedor del modelo conceptual del GEM. Esta encuesta es conocida como National Expert Survey (NES). El cuestionario incluye diferentes aspectos del contexto emprendedor del país/región y se aplica todos los años. En la Región de Antofagasta, se entrevistó a 48 personas, de las cuales once son mujeres.

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 informe de cada país (Country Report) y en el informe de cada región (Regional Report).

2. MUJERES Y EMPRENDIMIENTO EN EL ENTORNO DEL GEM Y EN CHILE.

2.1 ACTITUDES Y ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Como se mencionó anteriormente, la actitud así como la actividad emprendedora son componentes claves del emprendimiento, por lo que en este apartado se dará una visión general de todos los países que participaron en el estudio GEM 2009, sobre las percepciones que tienen tanto los hombres como las mujeres acerca del emprendimiento en sus países. Como bien sugiere Ortega et al. (2009), es necesario tener en cuenta que muchas de las características relacionadas con el contexto social, económico o cultural de los países pueden ser las causas de la percepción alta o baja que tengan sobre el emprendimiento. Por tal motivo, el GEM realiza anualmente una serie de preguntas que permite recoger cuáles son las actitudes y percepciones que las personas tienen sobre la actividad emprendedora y el contexto que da soporte a dicha actividad. La Tabla 1, presenta las respuestas a estas preguntas por países y tipos de economías en la que se encuentran de acuerdo a la clasificación de Porter, Sachs y McArthur (2002).

TABLA 1: ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRENDEDORAS EN LOS 43 PAÍSES DEL GEM; SEGÚN FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SEXO (EN %)

Países	Conoce personalmente a alguien que inició un negocio en los últimos dos años		Ve buenas oportunidades para comenzar un negocio en los próximos 6 meses		Posee los conocimientos y habilidades para iniciar su propio negocio		Miedo al fracaso previene iniciar un nuevo negocio	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Economías basadas en los recursos								
Angola	72.94	69.09	68.58	81.45	53.19	50.71	33.25	38.53
Bolivia	51.85	40.65	53.86	54.19	76.96	75.35	37.44	43.65
Bosnia y Herz.	50.34	34.56	52.56	38.25	78.12	58.5	22.42	32.85
Colombia	45.6	36.61	63.79	58.64	68.85	63.37	31.03	37.82
Ecuador	43.94	33.79	43.42	39.58	76.15	65.66	30.51	38.45
Egipto	55.71	31.85	45.67	23.89	74.14	44.1	23.42	35.44
India	70.61	50.67	57.27	59.8	66.65	49.25	41.77	47
Irán	53.65	39.01	35.54	31.84	68.14	54.57	22.24	24.06
Economías basadas en la eficiencia								
Argentina	42.96	27.91	48	46.67	68.41	56.31	36.77	42.25
Brasil	51.17	44.85	45.49	37.54	56.5	50	42.08	51.78
Chile	50.29	40.56	31.16	23.6	72.6	52.28	31.17	42.38
Croacia	57.79	46.07	47.36	41.1	68.17	50.75	36.46	40.03
Hungría	31.15	28.61	19.34	18.43	54.78	41	37.84	46.8
Jamaica	53.33	47.12	53.02	49.31	69.09	69.2	26.92	32.38
Letonia	38.23	32.91	19.86	23.95	33.12	25.16	33.26	38.65
Macedonia	62.42	41.07	50.63	42.79	74.46	50.88	30.56	39.49
México	51.57	53.68	47.14	47.55	61.91	56.97	29.12	29.93
Perú	55.22	57.34	55.21	58.59	74.86	70.16	30.25	38.58
Rep. Dominicana	65.01	53.09	61.13	49.05	83.04	69.35	24.13	33.02
Rumania	43	33.08	28.99	22.69	31.77	16.46	37.56	45.18
Rusia	36.64	34.57	36.04	24.9	20.46	15.13	53.79	67.52
Serbia	59.86	48.56	52.73	49.75	72.69	56.12	25.11	31.58
Sudáfrica	52.08	37.86	41.36	33.14	44.36	29.83	29.86	31.23
Turquía	40.9	20.9	40.03	31.42	61.95	34.68	31.22	38.66
Uruguay	52.8	37.68	54.3	47.73	73.85	52.85	33.63	38.13
Economías basadas en la innovación								
Alemania	33.87	28.34	29.55	18.15	39.07	31.15	41.04	56.41
Bélgica	35.39	23.51	18.53	9.32	47.67	24.54	25.06	26.65
Dinamarca	48.36	40	63.49	60.9	41.52	23.52	41.12	44.51
Eslovenia	61.7	44.98	49.48	39.35	60.83	40.11	28.52	34.52
España	40.29	34.98	28.14	22.81	48.88	44.21	50.19	53.35
Estados Unidos	40.86	33.62	40.83	32.25	65.17	46.45	26.74	29.67
Finlandia	56.09	44.21	52.4	47.65	46.78	30.69	24.45	36.97
Francia	37.97	28.28	24.8	18.59	33.46	16.64	45.17	55.18
Grecia	44.58	34.74	30.31	26.2	66.13	46.18	50.28	62.49
Holanda	44.25	25.74	42.6	35.59	48.61	27.01	24.85	26.52
Irlanda	40.73	33.7	24.61	28.46	55.41	40.14	33.56	41.96
Islandia	71.85	57.22	41.55	31.85	66.87	37.34	32.83	37.72
Israel	41.72	33.69	29.52	24.94	51.03	29.99	39.44	45.21
Italia	36.35	27.67	31.16	28.05	46.45	33.73	44.58	54.14
Japón	29.02	16.94	7.44	7.85	19.82	4.69	41.01	40.2
Noruega	46.31	30.94	41.16	36.35	51.39	29.53	21.54	23.97
Reino Unido	30.64	21.18	33.68	26.45	60.14	39.38	33.5	39.45
Rep. De Corea	45.21	30.35	18.26	10.94	41.92	18.34	28.19	38.34

Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

Analizando por pregunta, la Tabla 1 muestra que con excepción de México y Perú, en los demás países que participaron del GEM en el año 2008 incluyendo Chile, es mayor la proporción de hombres con respecto a las mujeres que respondieron afirmativamente a la pregunta “¿Conoce usted personalmente a alguien...?”. Lo mismo ocurre con la pregunta sobre la percepción de buenas oportunidades para iniciar un negocio. Un resultado a destacar es la baja tasa tanto de hombres como mujeres que respondieron afirmativamente a esta pregunta en Japón, solo un 7,44% y 7,85% respectivamente y excepcionalmente también en este caso, el porcentaje de mujeres está ligeramente por encima que la de los hombres. Es decir, en Japón de cada 100 adultos solo 7,4 hombres y 7,9 mujeres perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio, esta percepción sin duda influye en la actividad y aspiración emprendedora. La situación cambia cuando se trata de opinar sobre la percepción de habilidades y conocimientos para abrir un nuevo negocio, a esta pregunta proporcionalmente más hombres que mujeres respondieron afirmativamente en todos los países que participaron del estudio en el año 2008. Por último, ante la pregunta de si el temor al fracaso limita el inicio de un nuevo negocio, la mayor proporción de respuestas afirmativas provienen de las mujeres con excepción de Japón donde la proporción de respuestas afirmativas proporcionalmente es mayor en hombres que mujeres, 41,01% frente a 40,2% respectivamente. En países donde esta tasa es bastante baja y la diferencia de acuerdo al sexo es mínima es en naciones donde predomina la economía basada en la innovación como Noruega (21,54% vs 23,97%) y Bélgica (25,06% vs 26,65%). En Chile, la proporción de mujeres que respondieron afirmativamente a esta pregunta supera a los hombres en más de 10 puntos porcentuales. Ver Tabla 1.

Así como las actitudes, la actividad emprendedora también es un componente fundamental en el emprendimiento, razón por la cual a continuación se presentarán los principales resultados de la actividad emprendedora en los países que participaron del GEM en el año 2008, por sexo.

La Tabla 2 resume la participación en la actividad emprendedora a lo largo de las principales fases del proceso emprendedor para cada uno de los países participantes en el GEM separados por tipo de economía y por sexo. En términos generales, con excepción de Angola, en el caso de la actividad emprendedora en etapas iniciales y de Bolivia en el caso de emprendedoras establecidas, se mantiene la tendencia observada en los últimos años; la proporción de mujeres que se involucran en actividades emprendedoras en etapas iniciales (como nacientes o nuevas empresarias) y en etapas posteriores (como emprendedoras establecidas), es menor que la de los hombres.

Se pueden observar tasas bastante altas que superan el 20% en economías basadas en los factores de producción y en aquellas basadas en la eficiencia. En el primer caso destacan claramente Bolivia y Angola, cuyas tasas de emprendimiento en etapas iniciales (ya sea como emprendedoras nacientes o nuevas empresarias), son de 27,88% y de 25,19% respectivamente. Es decir, que en Bolivia de cada 100 mujeres entre 18 y 64 años 27,88 están involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales. Es importante mencionar que en el caso de Angola, la tasa de mujeres en actividades emprendedoras en etapas iniciales (25,19%), supera a la de los hombres (20,32%) en casi cinco puntos porcentuales. Estos resultados permiten corroborar una vez más la forma de U que tiene la actividad emprendedora, es decir es alta en países con economías basadas en factores de producción y va disminuyendo a medida que la economía del país se desarrolla, tal es así que en países basados en la innovación las tasas de actividad emprendedora en etapas iniciales es baja y está asociada al emprendimiento por oportunidad más que necesidad como es el caso de las otras economías. En Bélgica por ejemplo la tasa de actividad emprendedora femenina en etapas iniciales es la más baja (1,66%) entre los países que participaron del GEM en 2008. Chile tiene una tasa de 10,31% en el caso de las mujeres y de 15,65% en el caso de hombres.

TABLA 2: TASA DE PREVALENCIA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES Y ESTABLECIDAS POR PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM Y POR SEXO

Países	Actividad emprendedora en etapas iniciales		Actividad emprendedora establecida		Total actividad emprendedora (iniciales + establecidos)	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Economías basadas en los recursos						
Angola	20.32	25.19	4.93	3.32	25.25	28.51
Bolivia	31.84	27.88	18.67	19.42	50.51	47.30
Bosnia y Herz.	11.07	6.94	10.85	6.52	21.92	13.46
Colombia	30.25	19.10	18.31	10.06	48.56	29.16
Ecuador	18.52	15.85	16.07	7.71	34.59	23.56
Egipto	20.20	5.87	14.27	1.55	34.47	7.42
India	15.67	7.06	25.85	6.60	41.52	13.66
Irán	13.76	4.51	11.26	2.19	25.02	6.70
Economías basadas en la eficiencia						
Argentina	17.20	15.88	17.85	9.23	35.05	25.11
Brasil	13.04	11.02	17.84	11.41	30.88	22.43
Chile	15.65	10.31	9.42	4.37	25.07	14.68
Croacia	10.76	4.47	6.00	3.68	16.76	8.15
Hungría	8.00	5.25	7.46	3.29	15.46	8.54
Jamaica	16.93	14.37	11.60	6.73	28.53	21.10
Letonia	9.57	3.68	4.43	1.63	14.00	5.31
Macedonia	20.30	8.56	14.09	7.94	34.39	16.50
México	14.37	11.89	5.56	4.36	19.93	16.25
Perú	27.53	23.59	10.61	5.90	38.14	29.49
Rep. Dominicana	25.02	15.48	10.13	6.27	35.15	21.75
Rumania	5.89	2.10	2.94	1.22	8.83	3.32
Rusia	4.51	2.55	1.00	1.22	5.51	3.77
Serbia	9.99	5.23	12.38	6.18	22.37	11.41
Sudáfrica	9.58	5.93	3.00	1.60	12.58	7.53
Turquía	9.38	2.44	8.33	1.20	17.71	3.64
Uruguay	15.28	8.58	10.10	5.81	25.38	14.39
Economías basadas en la innovación						
Alemania	4.09	3.44	5.47	2.53	9.56	5.97
Bélgica	4.02	1.66	3.91	1.33	7.93	2.99
Dinamarca	6.06	2.79	5.49	3.22	11.55	6.01
Eslovenia	8.75	4.01	7.81	3.33	16.56	7.34
España	8.08	5.97	10.70	7.39	18.78	13.36
Estados Unidos	12.68	8.84	10.28	6.42	22.96	15.26
Finlandia	10.11	4.52	13.19	5.06	23.30	9.58
Francia	8.03	3.26	4.19	1.42	12.22	4.68
Grecia	12.07	7.67	17.58	7.69	29.65	15.36
Holanda	7.05	3.32	9.12	5.17	16.17	8.49
Irlanda	11.21	3.98	12.69	5.36	23.90	9.34
Islandia	12.87	7.16	9.53	4.70	22.40	11.86
Israel	8.86	3.97	6.55	2.48	15.41	6.45
Italia	6.40	2.80	9.21	3.68	15.61	6.48
Japón	7.79	3.02	11.79	3.89	19.58	6.91
Noruega	12.11	5.19	10.72	4.56	22.83	9.75
Reino Unido	8.07	3.69	8.62	3.41	16.69	7.10
Rep. De Korea	14.81	5.01	19.01	6.47	33.82	11.48

Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta (APS)

Un aspecto importante a resaltar con respecto a la tasa de empresarias establecidas es que en países con economías basadas en los factores de producción y eficiencia, esta tasa es bastante menor comparada con la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales y con excepción de Bolivia la tasa de mujeres está por debajo de la de los hombres. Este país tuvo, en 2008, una de las tasas más altas de empresarias establecidas (19,42%), y está ligeramente por encima de la tasa de los hombres, en el resto de países de estos grupos las tasas de este segmento de emprendedoras es bastante más bajo. Perú por ejemplo tiene una alta tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales (23,59%) y apenas un 5,90% de empresarias establecidas, esto puede ser el reflejo del elevado emprendimiento por necesidad existente en ese país. Ante una leve mejora de su situación, las mujeres dejan el emprendimiento, o por el bajo valor agregado que tiene asociado la actividad, por lo tanto no logran una proyección sustentable en el tiempo. Esta situación también es similar para Angola. En Chile, la situación es un poco diferente, la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales para las mujeres es de 10,31% y la de establecidas es de 4,37%, preocupa sí este último resultado porque da cuenta de que los emprendimientos de las mujeres no logran sustentarse en el tiempo, también como en los casos que registra Perú, posiblemente por el bajo valor agregado que incorporan.

La situación cambia cuando se observa los resultados de las economías basadas en la innovación, donde en muchos países la tasa de actividad de las empresarias establecidas supera a las de actividad en etapas iniciales. Esto se observa en países como España, Finlandia, Holanda entre otros, donde si bien la dinámica emprendedora está ligeramente por debajo de las empresas ya establecidas, también existen tasas de emprendimiento por oportunidad más que por necesidad.

Luego de esta visión general de la actividad emprendedora por países y sexo, en el siguiente apartado se analizará con más detalle las actitudes, actividad y aspiraciones emprendedoras de las mujeres en la Región de Antofagasta.

3. MUJERES Y EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA

Este informe destaca la situación de las mujeres en la Región de Antofagasta con respecto al contexto nacional y de las otras regiones que han iniciado el estudio del GEM (Coquimbo, Valparaíso, Bío Bío, Metropolitana y La Araucanía). En primer lugar se presentan los resultados de la Encuesta a la Población Adulta (APS) por sexo prosiguiendo con la de Expertos de la misma región.

3.1. ACTITUDES, ACTIVIDAD Y ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA

3.1.1. LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN LAS MUJERES DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA

Como se mencionó al explicar el modelo conceptual del GEM, la actitud emprendedora es una de las tres componentes principales del individuo y es importante porque expresa los sentimientos generales de la población hacia la actividad. Se consideran como actitudes positivas, por ejemplo, si las personas piensan que hay buenas oportunidades para iniciar un negocio, o que se le asigne un mayor status social a los emprendedores (as). Otra actitud podría incluir el nivel de riesgo que los individuos están dispuestos a aceptar y la percepción de sus propias habilidades, conocimientos y experiencias en la creación de negocios. La Tabla 3 mide estas actitudes en la población adulta antofagastina dividida por sexo.

La primera pregunta relacionada con la actitud emprendedora de la población antofagastina, se relaciona con las redes de contacto que poseen, al preguntarles si conocen personalmente a individuos que hayan iniciado un negocio en los últimos dos años, las respuestas varían dependiendo en primer lugar si están o no involucrados en actividades emprendedoras.

Claramente se observa que proporcionalmente tanto los hombres como las mujeres que no están involucrados en alguna actividad de este tipo conocen a menos emprendedores, siendo aún menor en el caso de las mujeres. Las personas, independiente del sexo, que están involucradas en alguna etapa del proceso, ya sea como empresario naciente, nuevo o establecido, proporcionalmente conocen a más emprendedores. Y si se analiza al interior de este grupo por sexo, claramente se observa que los hombres conocen a más personas que han iniciado un negocio que las mujeres. Al respecto, la teoría de la inversión en roles explicaría este resultado. De acuerdo con Bielby y Bielby (1988), England (1984) y Lobel (1991), la decisión familiar implica un “intercambio” de roles representados por cada miembro de la familia, por lo tanto la premisa es que las mujeres tienden a invertir en roles dentro del hogar (haciendo las labores domésticas) mientras que los hombres destinan su tiempo a trabajos remunerados. Esto lleva a diferencias en la especificación de roles y especialización. Las mujeres se han concentrado más en roles sociales y domésticos, lo que se evidencia ya sea en ambitos como, las carreras que siguen mujeres y hombres y por lo tanto en las redes sociales que desarrollan. Corroborando esto último, Romani y Amorós (2009) han identificado la existencia de diferencias significativas entre hombres y mujeres en una muestra de más de 8,000 adultos en Chile.

Analizando por etapas del proceso emprendedor, en el caso de las mujeres, la Tabla 3

TABLA 3: PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO POR SEXO (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
Hombres	33,5%	90%	73,7%	82,4%
Mujeres	23,3%	61,5%	57,1%	45,5%
¿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
Hombres	11,6%	55,0%	36,8%	58,8%
Mujeres	14,6%	42,3%	35,7%	63,6%
¿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
Hombres	38,2%	80%	89,5%	94,1%
Mujeres	34,7%	73,1%	78,6%	72,7%
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Hombres	26,7%	30,0%	15,8%	23,5%
Mujeres	38,9%	42,3%	42,9%	27,3%

Fuente: Encuesta a la Población Adulta 2008.

muestra que la proporción de emprendedoras nacientes que conoce a otro emprendedor es mayor que la de las nuevas empresarias y la de las establecidas. Este resultado no sólo se observa en Antofagasta, sino también en las otras regiones de Chile y en otros países que participan del estudio GEM.

Otra de las preguntas relacionadas con la actitud emprendedora tiene que ver con la percepción sobre las oportunidades existentes en la Región para empezar un nuevo negocio. Al respecto, nuevamente hay diferencias significativas entre el grupo de la población que no está involucrada en actividades emprendedoras con los que sí lo están. Menos de 15% de hombres y mujeres adultos consideran que sí habrá buenas oportunidades de

negocio en la Región. Mientras que más de un tercio de la población (independiente del sexo), que participa en alguna etapa del proceso emprendedor sí ve buenas oportunidades de negocio. Estos resultados sólo destacan las características de los emprendedores, quienes visualizan oportunidades donde otros no las ven (Timmons & Spinelli, 2008). En la Región, el porcentaje de emprendedores establecidos, independiente del sexo, es superior al de los emprendedores en etapas iniciales y dentro de este grupo, destacan las mujeres donde más del 60% cree que habrán buenas oportunidades de negocios en la Región frente a un 58,8% de los hombres. En las otras dos etapas del proceso emprendedor, es decir en el caso de los emprendedores nacientes y los nuevos empresarios, el porcentaje de hombres que percibe que sí habrán buenas oportunidades en la Región supera al de las mujeres (55% frente a 42,3% y 36,8% frente a 35,7% respectivamente). Comparando estos resultados con respecto al año anterior, se observa que la percepción en este sentido ha disminuido, una explicación podría ser el escenario de crisis que ya se percibía en los meses en que se tomó la encuesta (junio/julio de 2008), a nivel internacional. A pesar que esta última se apreció con más fuerza, en Chile, al final del año 2008 e inicios del 2009.

Con respecto a la percepción sobre sus habilidades, conocimientos y experiencia necesaria para abrir un negocio, una vez más los resultados son diferentes entre los individuos que están involucrados en la actividad emprendedora con los que no lo están, independiente del sexo. Ver Tabla 3. Dentro de las personas que están involucradas en las diferentes etapas de la actividad emprendedora pareciera ser que a medida que van avanzando en el proceso, la percepción sobre sus propias habilidades y conocimientos también va aumentando, esto se da en el caso de los hombres emprendedores y no es tan claro en el caso de las mujeres. Un aspecto a destacar es que la proporción de mujeres que piensa que sí tiene las competencias para abrir un negocio si bien son superiores al 70% en cualquier etapa del proceso emprendedor, es menor a la de los hombres que inclusive llega a un 94,1% en el caso de los emprendedores establecidos, frente a un 72,7% de mujeres.

Por último, en relación a la percepción de la población antofagastina respecto a si el fracaso les impide iniciar un nuevo negocio, la proporción de respuestas afirmativas en el caso de las mujeres emprendedoras, en las diferentes etapas del proceso emprendedor, supera a la de los hombres (42,3% frente a 30%; 42,9% frente a 15,8% y 27,3% frente a 23,5% respectivamente), siendo significativas en el caso de las emprendedores nacientes y nuevos y no así en el caso de los establecidos. Esto significa que a medida que avanzan en el proceso, el temor al fracaso va disminuyendo tanto en hombres como en mujeres, y se justifica por la experiencia que van adquiriendo en la gestión de sus propios negocios. En el caso de las mujeres, esto se relaciona, con distintos factores, alguno de ellos se refieren a la escasa formación (manejo contable, impuestos, leyes laborales, liderazgo, entre otras) que tendrían para iniciar la actividad, lo que las inhibe frente a los distintos obstáculos y gestiones que implica el inicio del emprendimiento. Muchas de ellas, se encuentran fuera del mercado laboral, por ende salen desde las tareas domésticas a la experiencia emprendedora, trayecto que está lleno de incertidumbre y dudas respecto al éxito de la actividad.

Si comparamos solo las actitudes de las mujeres antofagastinas con las chilenas en general se mantiene lo observado en el caso anterior, es decir hay diferencias significativas entre las mujeres que no están involucradas en actividades emprendedoras y las que sí lo están. En cuanto al conocimiento de otros emprendedores no se han encontrado diferencias significativas entre las emprendedoras antofagastinas con las del país. Sí se observan diferencias en lo que se refiere a percepción de buenas oportunidades en la Región. Las emprendedoras Antofagastinas en etapas iniciales y las establecidas en mayor proporción sí perciben buenas oportunidades comparadas con las del país. El dinamismo económico que registra la región, en materia económica constituye un contexto social y económico que facilitaría o que es proclive al emprendimiento, en términos del potencial de desarrollo que muestra la zona. Respecto a las habilidades y conocimientos percibidos, no hay diferencias significativas entre las emprendedoras en etapas iniciales antofagastinas con las del país, a diferencia de las emprendedoras establecidas. Ver Tabla 4. Finalmente, el temor al fracaso

TABLA 4: PERCEPCIÓN DE LAS ENCUESTADAS SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO. ANTOFAGASTA – CHILE (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	Emprendedoras nacientes	Nuevas empresarias	Emprendedoras establecidas
Antofagasta	23,3%	61,5%	57,1%	45,5%
Chile	37,4%	62,3%	52,8%	55,2%
¿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	Emprendedoras nacientes	Nuevas empresarias	Emprendedoras establecidas
Antofagasta	14,6%	42,3%	35,7%	63,6%
Chile	18,6%	33,5%	35,8%	29,3%
¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedoras nacientes	Nuevas empresarias	Emprendedoras establecidas
Antofagasta	34,7%	73,1%	78,6%	72,7%
Chile	49,1%	77,2%	78,3%	87,1%
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedoras nacientes	Nuevas empresarias	Emprendedoras establecidas
Antofagasta	38,9%	42,3%	42,9%	27,3%
Chile	43,8%	31,1%	30,2%	28,4%

Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina Antofagasta y otras Regiones 2008.

es mayor en las emprendedoras de la región comparadas con las del país.

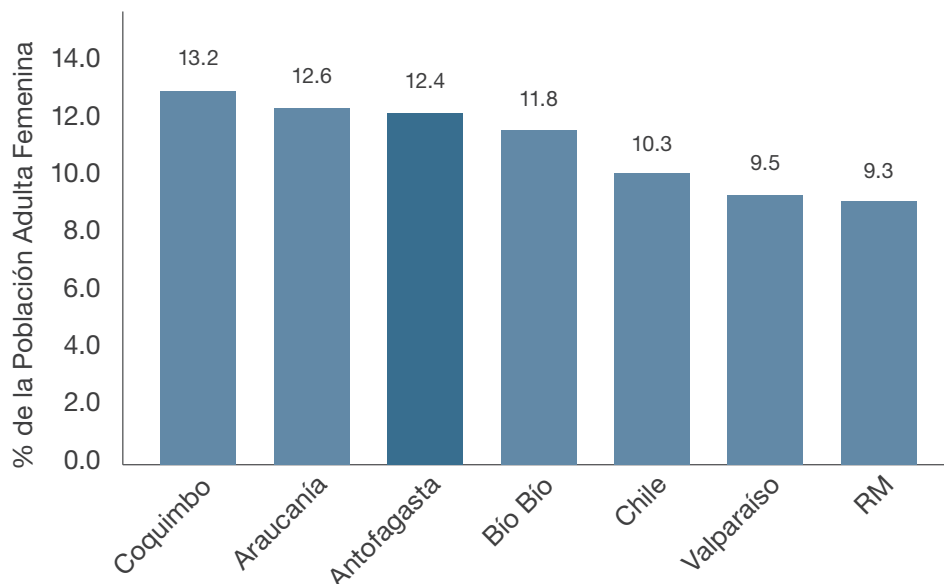
Esta aparente contradicción en términos de que las mujeres visualizan Antofagasta como un lugar de oportunidades y a la vez, son las que registran más temor al fracaso, se relacionaría entre otras cosas, con las condiciones del contexto, ya que el alto costo de la vida en la zona provoca incertidumbre respecto a la proyección de la actividad emprendedora, así mismo, aún existe un mercado regional insuficientemente desarrollado respecto a la oferta de servicios, por lo tanto abrir nuevos nichos de oportunidades, genera también altos niveles de inseguridad.

3.1.2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE MUJERES EN ETAPAS INICIALES

La actividad emprendedora de las mujeres en la Región de Antofagasta en el año 2008 ha permanecido relativamente constante comparada con el 2007. En el 2008, de cada 100 mujeres 12,4 están involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales, ya sea como emprendedoras nacientes, es decir aquellas que están abriendo un nuevo negocio; o nuevas empresarias, aquellas que han pagado sueldo hasta 3 años y medio, mientras que en el año 2007 ese número era ligeramente mayor (12,53%). Este porcentaje comparado con las regiones que en el año 2008 se incorporaron al estudio del GEM, sitúa a Antofagasta después de la Región de Coquimbo y de la Araucanía, con 13,2% y 12,6% respectivamente, pero por encima del país y de regiones como Bío Bío, Valparaíso y Metropolitana. Ver Figura 4.

Por otro lado, si se analiza la actividad emprendedora en etapas iniciales por sexo, claramente se observa que la Región de Antofagasta tiene una de las tasas más altas de emprendimiento masculino junto con Coquimbo y Bío Bío. Vale destacar que la Región de Coquimbo lidera, en el año 2008, la actividad emprendedora en etapas iniciales tanto de hombres como de mujeres con tasas de 22,2% y 13,2% respectivamente (Figura 5). Interesa revisar cuál es el tipo de emprendimiento que se está iniciando, por oportunidad

FIGURA 4: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA FEMENINA EN ETAPAS INICIALES



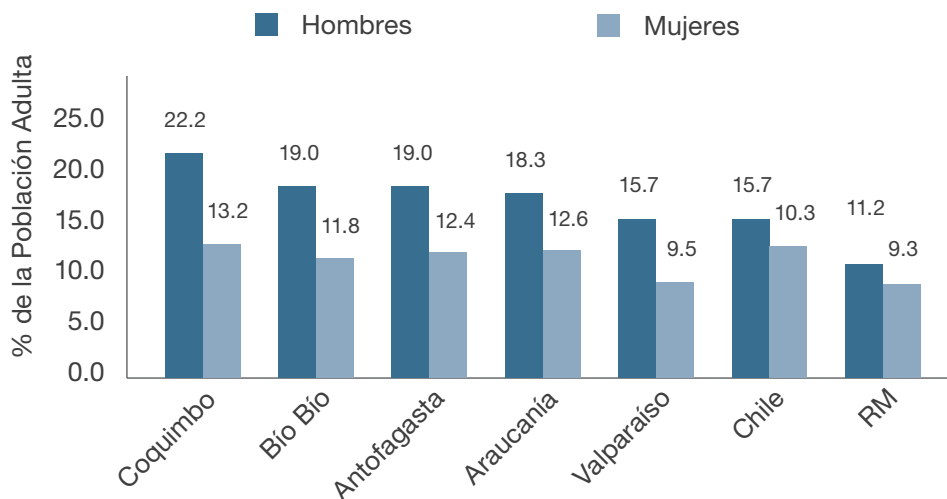
Fuente: Encuesta a la población adulta femenina 2008.

o por necesidad.

En la Figura 5 destacan las brechas de género en la actividad emprendedora en etapas iniciales. Sin duda la mayor brecha de género se presenta en la Región de Coquimbo, donde la tasa de actividad emprendedora masculina en etapas iniciales es de 22,2%, mientras que de las mujeres es de 13,2%. La Región del Bío Bío, es la segunda con mayores brechas, mientras que en Antofagasta también se observa una diferencia de 6,6 puntos porcentuales. La Región Metropolitana presenta una menor brecha, sólo dos puntos porcentuales entre hombres y mujeres. Esto podría estar relacionado con la diversidad de dotación de recursos naturales en cada una de las regiones y la plataforma de servicios, ya existentes, que brindan diferentes tipos de oportunidades.

Si comparamos estos resultados de la Región con los obtenidos en el año 2007, se percibe que ha habido un incremento considerable del emprendimiento masculino en etapas iniciales pasando de 14% en 2007 a 19% en el año 2008, mientras que la actividad emprendedora

FIGURA 5: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR GÉNERO



Fuente: Encuesta a la población adulta 2008.

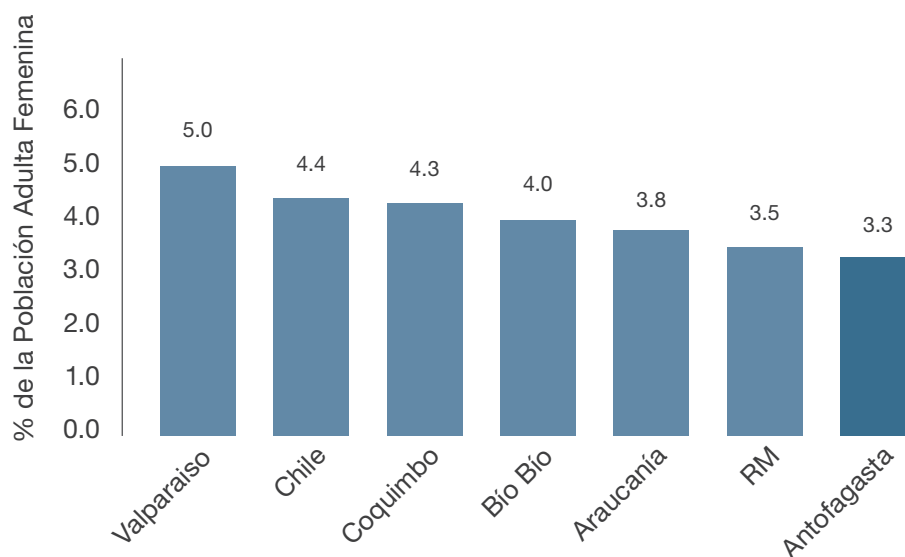
femenina ha permanecido casi constante (12,5% y 12,4% respectivamente).

Cuando se analiza la actividad de las empresarias establecidas, es decir de aquellas con más de tres años y medio de iniciación, los resultados muestran que por segundo año consecutivo Antofagasta tiene la tasa más baja de empresarias establecidas (3,3%). Es decir, que de cada 100 mujeres solo 3,3 son empresarias con más de tres años y medio de iniciación de actividades y pago de salarios. La Región de Valparaíso es la que presenta una mayor tasa de empresarias establecidas (5%). Ver Figura 6.

Si comparamos con el resultado obtenido el año 2007, se observa que en el año 2008 ha habido una disminución de más de un punto porcentual con respecto al obtenido en 2007 (4,5%). Analizando por género se observa que la mayor brecha en empresarios(as) establecidos(as) se da en la Región de Coquimbo (más de ocho puntos porcentuales) mientras que la menor brecha en esta etapa se da en la Región del Bío Bío (dos puntos porcentuales).

En Antofagasta la brecha entre mujeres y hombres ha disminuido con respecto al año

FIGURA 6: TASA DE EMPRESARIAS ESTABLECIDAS

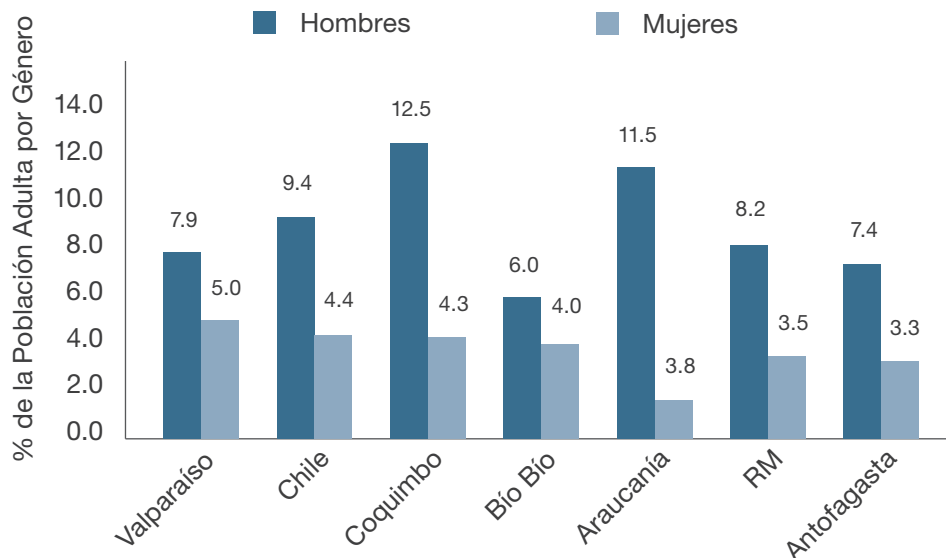


Fuente: Encuesta a la población adulta 2008.

anterior (de 7,4 puntos porcentuales a 4,1 en 2008), esto se debe principalmente a una caída en la tasa de emprendimiento masculino con más de tres años y medio. Ver Figura 7.

Si se analiza la actividad emprendedora femenina por etapas del proceso emprendedor, se observa que la Región de Antofagasta presenta por segundo año consecutivo, la mayor brecha entre la actividad emprendedora en etapas iniciales versus la establecida. Esto es un aspecto que se debe tener en consideración al momento de diseñar políticas públicas en torno al fomento del emprendimiento. Si bien muchas mujeres emprenden, pareciera ser que no todas logran mantenerse en el tiempo. La tasa de empresarias establecidas es más baja en la Región de Antofagasta con respecto a otras regiones que participaron en el estudio. ¿Por qué las empresarias en la Región no logran permanecer en el mercado más tiempo, qué es lo que está faltando? Al respecto algunas hipótesis que se pueden esbozar y que requieren ser verificadas, se relacionan con a) que las mujeres encuentran trabajo y abandonan sus negocios, b) un aumento en las remuneraciones de la pareja, por lo tanto su trabajo no es tan necesario, c) no disponen de la formación suficiente para iniciar un actividad de emprendimiento con proyección, así como para gestionar un negocio en crecimiento, d) muchas de ellas son la principal figura parental en la familia, ya que sus

FIGURA 7: TASA DE EMPRESARIOS ESTABLECIDOS POR GÉNERO

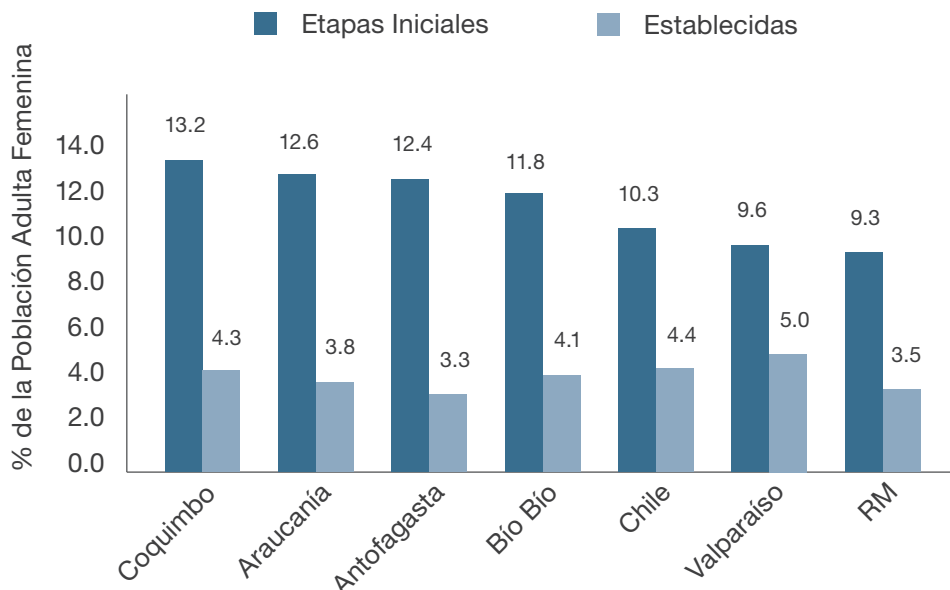


Fuente: Encuesta a la población adulta 2008.

parejas trabajan por turno en alguna faena minera, esto último es un factor importante en la zona, ya que desincentiva a que las mujeres inicien alguna actividad de emprendimiento, por las tensiones que implica compatibilizar la actividad económica y las demandas de la familia, entre otras.

La Figura 8 muestra que en todas las regiones que participaron del estudio e inclusive en el país, el emprendimiento femenino en etapas iniciales supera al emprendimiento femenino con más de tres años y medio.

FIGURA 8: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA FEMENINA POR ETAPAS DE DESARROLLO



Fuente: Encuesta a la población adulta 2008.

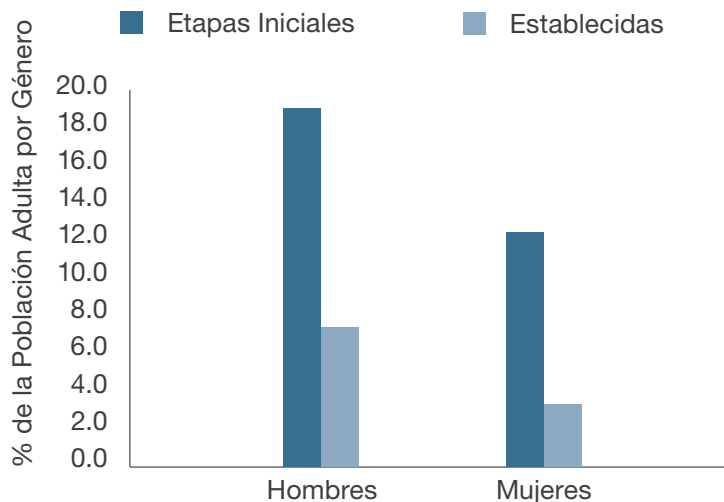
Este resultado si bien es importante, porque muestra que hay muchas más mujeres involucradas en las primeras etapas del proceso emprendedor, ya sea iniciando una nueva actividad o dueñas de negocios que han iniciado hace no más de tres años y medio, es al mismo tiempo preocupante porque muestra que estas iniciativas no logran sustentarse en el tiempo. Algunas explicaciones de este repliegue de las mujeres frente a la actividad

emprendedora coinciden con los antecedentes que han entregado otros estudios en el país (Palacios, 2006, Gim 2002), respecto a que la relación entre las mujeres y el trabajo fuera del hogar no es fácil de comprender, pues se encuentra atravesada por múltiples factores, algunos de ellos explícitos y otros se mantienen a un nivel más latente, esto último se relaciona con fenómenos como el que la familia sigue siendo el principal referente simbólico de los chilenos, por lo tanto muchas mujeres afirman que el trabajo no es bueno para la familia, y por ende para la mujer.

De allí entonces, que frente a la primera dificultad relacionada con los hijos y la pareja, la mujer opta por priorizar el bienestar de la familia, y con ello mantener el estatus quo, en términos de lograr alguna modificación en el orden de género tradicional. La brecha entre las emprendedoras en etapas iniciales versus las establecidas es grande y más aún en la Región de Antofagasta, donde la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales es de 12,4% mientras que la de empresarias establecidas es la más baja (3,3%). Esta brecha continúa siendo la mayor por segundo año consecutivo.

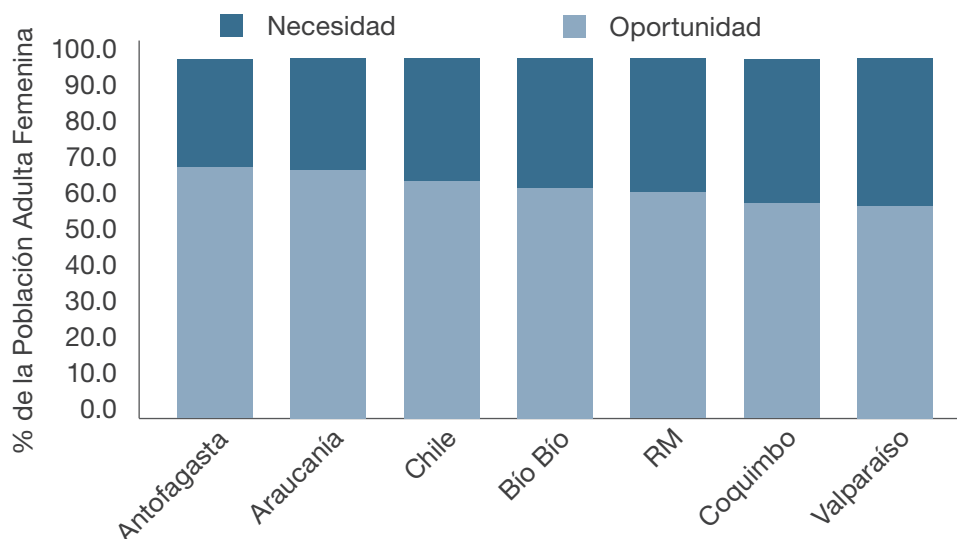
Si se analiza por género, se observa claramente que en Antofagasta la brecha de mujeres en etapas iniciales versus empresarias establecidas es mayor que la de los hombres. Ver Figura 9.

FIGURA 9: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR ETAPA DE DESARROLLO Y GÉNERO



Fuente: Encuesta a la población adulta 2008.

FIGURA 10: TIPO DE EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN ETAPAS INICIALES



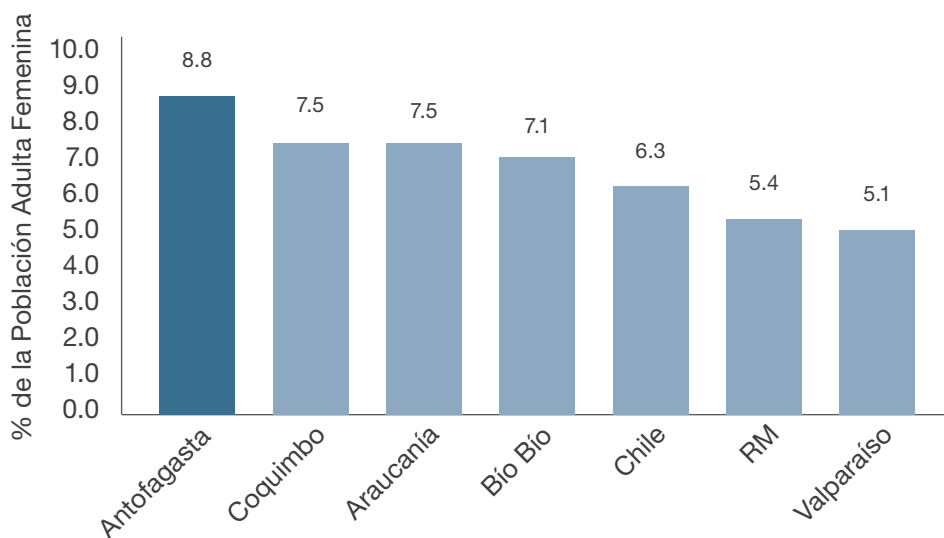
Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

3.1.2.1. MOTIVOS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR GÉNERO

En la Región de Antofagasta, más del 70% de las mujeres que emprenden lo hacen porque han identificado una oportunidad en el mercado, menos de un 30% lo hace porque no tiene otra opción (necesidad). En las otras regiones que participaron del estudio, el porcentaje de mujeres que emprende por oportunidad es mucho menor (ver Figura 10).

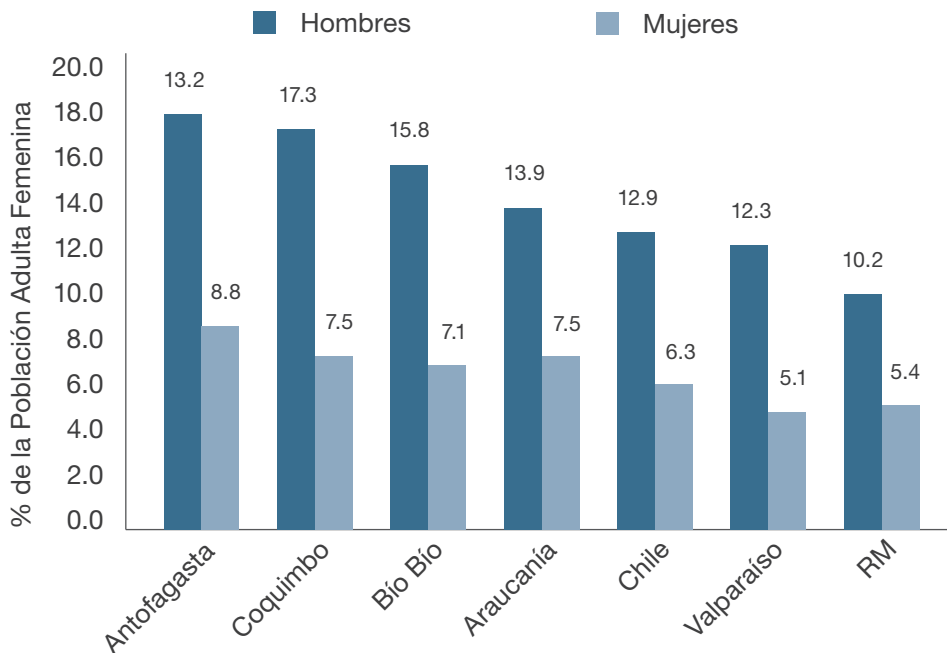
Si se analiza sólo la tasa de emprendimiento femenino por oportunidad, la Figura 11 muestra que Antofagasta, a pesar de haber disminuido ligeramente con respecto al año pasado (8,8% en 2008 frente a 9,8% el año 2007), continúa siendo la Región con la tasa más alta de emprendimiento femenino por oportunidad, comparada con las otras regiones que participaron del estudio, inclusive respecto a Coquimbo (7,5%), que destaca por la mayor tasa de emprendimiento femenino en etapas iniciales con respecto al país (6,3%).

FIGURA 11: TASA DE EMPRENDIMIENTO FEMENINO POR OPORTUNIDAD



Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

FIGURA 12: TASA DE EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES POR OPORTUNIDAD Y GÉNERO



Fuente: Encuesta a la Población Adulta 2008.

Analizando la tasa de emprendimiento por oportunidad por género, la Figura 12 muestra que en todas las regiones que participaron del estudio e incluso, a nivel nacional, el emprendimiento por oportunidad masculino supera al femenino. Antofagasta destaca por tener la tasa más alta de emprendimiento por oportunidad, tanto de hombres como de mujeres, comparado con las otras regiones que participaron del estudio, inclusive supera la tasa obtenida por el país (Figura 12). Esto corrobora los resultados obtenidos en el Informe de la Región de Antofagasta (Romaní y Atienza, 2009), donde la Región se caracteriza por

TABLA 5: PRINCIPALES MOTIVOS PARA EMPRENDER EN CHILE POR GÉNERO

	Incrementar Ingresos	Búsqueda de Independencia	Total
Hombres	57,2%	42,8%	100,0%
Mujeres	64,9%	35,1%	100,0%

Fuente: Encuesta a la Población Adulta 2008.

TABLA 6: PRINCIPALES MOTIVOS PARA EMPRENDER EN ANTOFAGASTA POR GÉNERO

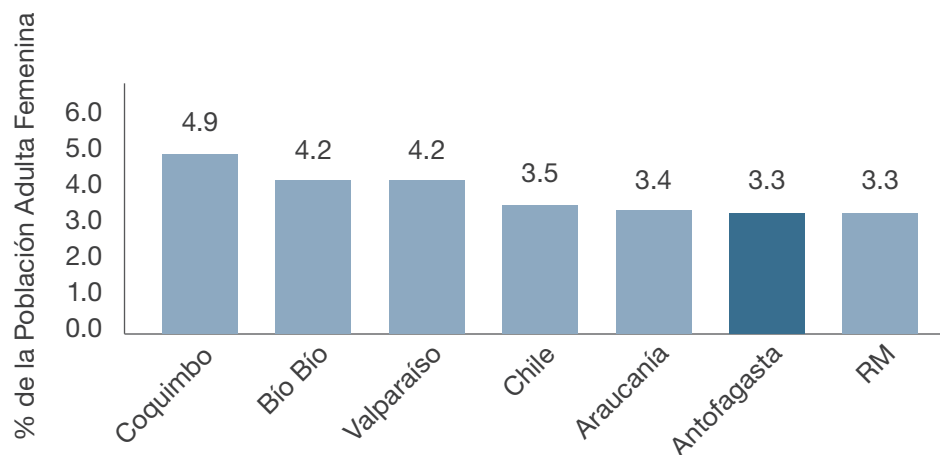
	Incrementar Ingresos	Búsqueda de Independencia	Total
Hombres	52,2%	47,8%	100,0%
Mujeres	38,5%	61,5%	100,0%

Fuente: Encuesta a la Población Adulta Región de Antofagasta 2008.

tener la tasa más alta de emprendimiento por oportunidad independiente del sexo. Un resultado que ha variado en Chile, es el relacionado con la motivación a emprender. En el 2007 la motivación tanto para hombres como para mujeres era diferente. La mayoría de los hombres emprendían porque buscaban la independencia, mientras que las mujeres lo hacían por aumentar sus ingresos. Esto aparentemente ha cambiado en el 2008 para los hombres. Más del 50% de los emprendedores tanto hombres como mujeres emprenden por la motivación de “incrementar ingresos” más que para conseguir la independencia (Tabla 5). Una situación diferente se observa en Antofagasta, donde la brecha entre ambas motivaciones no es muy grande. Sí se observa una diferencia en las mujeres, quienes en casi un 62% declaran que su principal motivación es la “búsqueda de la independencia”. Menos de un 40% de las mujeres en Antofagasta está motivada por “incrementar ingresos”. El deseo de independencia es una característica de la mujer emprendedora en la región (Tabla 6).

Respecto a la tasa de emprendimiento femenino por necesidad, se observa en la Figura 13, que la Región de Antofagasta junto con el área Metropolitana poseen la tasa más

FIGURA 13: TASA DE EMPRENDIMIENTO DE LAS MUJERES POR NECESIDAD

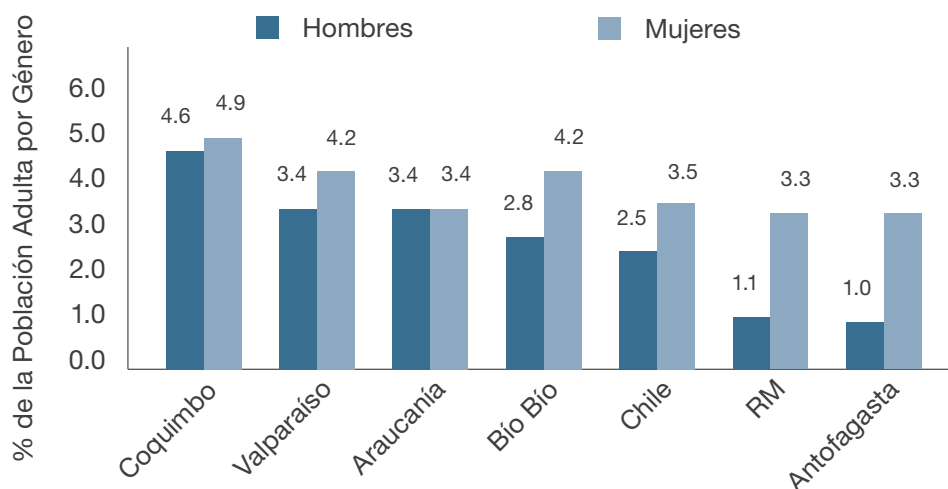


Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina Antofagasta y otras Regiones 2008.

baja (3,3%) comparada con la obtenida por las otras regiones de Chile que participaron en el estudio GEM. Coquimbo destaca por su alta tasa de emprendimiento femenino por necesidad. Esto da cuenta del dinamismo de la Región de Antofagasta, y de la percepción de oportunidades tanto de los emprendedores hombres como de las mujeres (Figura 13).

La Figura 14, muestra que con excepción de la Región de La Araucanía, la tasa de emprendimiento por necesidad de mujeres es superior a la de los hombres en las regiones que participaron del estudio, inclusive en el país. En La Araucanía, la tasa de emprendimiento por necesidad es igual tanto en hombres como en mujeres (3,4%), mientras que la Región de Coquimbo presenta la tasa más alta de emprendimiento por necesidad en hombres y mujeres y Antofagasta, tiene las más bajas en ambos sexos.

FIGURA 14: TASA DE EMPRENDIMIENTO POR NECESIDAD Y POR GÉNERO



Fuente: Encuesta a la Población Adulta 2008.

Un resultado que amerita señalarse es la disminución del emprendimiento masculino por necesidad en el año 2008 con respecto al 2007, de 3,3% a 1%, y el aumento del emprendimiento femenino por necesidad, en ese mismo período, de 2,4% a 3,3%.

En el resumen de la Tabla 7, se puede observar que la mayor brecha de género en emprendimiento por oportunidad, en las etapas iniciales, se da en la Región de Coquimbo (casi 10 puntos porcentuales), donde claramente se nota que el emprendimiento masculino por oportunidad es más de dos veces el femenino. Proporcionalmente hay más hombres que mujeres iniciando un nuevo emprendimiento. En la Región de Antofagasta, la situación

TABLA 7: RESUMEN DE LA TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR OPORTUNIDAD, NECESIDAD Y GÉNERO

Regiones	Tasa Oportunidad		Tasa Necesidad		Índice Oportunidad/ Necesidad	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Antofagasta	18,0%	8,8%	1,0%	3,3%	18,0	2,7
Coquimbo	17,3%	7,5%	4,6%	4,9%	3,8	1,5
Valparaíso	12,3%	5,1%	3,5%	4,2%	3,5	1,2
RM	10,2%	5,4%	1,1%	3,3%	9,3	1,6
Bío Bío	15,8%	7,1%	2,8%	4,2%	5,6	1,7
La Araucanía	13,9%	7,5%	3,4%	3,4%	4,1	2,2
Chile	12,9%	6,3%	2,5%	3,4%	5,2	1,9

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del GEM Chile 2008.

es similar, la proporción de hombres que emprende por oportunidad (18%) supera en más de dos veces a la proporción de mujeres (8,8%), a diferencia del año 2007 donde la brecha de género en este tipo de emprendimiento era casi inexistente. Cabe destacar que en el 2008 hubo un incremento considerable en la proporción de emprendedores hombres con respecto al año 2007, de 14% a 18%, mientras que en el caso de las mujeres disminuyó ligeramente de 9,8% a 8,8% en ese mismo período. Menores brechas de género respecto al emprendimiento por oportunidad, se registran principalmente en la Región Metropolitana (4,8 puntos porcentuales).

El informe GEM de la Región de Antofagasta 2008, muestra que la percepción de la población adulta es optimista en cuanto a oportunidades de emprendimiento identificables en la Región, esto, por lo tanto, repercute en el tipo de emprendimiento que se inicie. Una situación diferente se observa en la tasa de emprendimiento por necesidad, independiente del sexo, ya que es más baja que lo observado en el emprendimiento por oportunidad, este es un buen indicador, porque esta tasa está relacionada inversamente con la situación económica, es decir a mejor situación económica del país o región se espera una menor tasa de emprendimiento por necesidad. En el año 2008, Antofagasta presenta la tasa más baja de emprendimiento por necesidad, un 1% en el caso de hombres y 3,3% en el caso de mujeres. Por otro lado, la Tabla 7 muestra que la brecha de género en el emprendimiento por necesidad es menor que en el emprendimiento por oportunidad, varía en un rango de 0 y 2,3 puntos porcentuales. Una información a destacar es que, con excepción de La Araucanía, todas las regiones que participaron en el estudio, incluyendo la totalidad del país, registran tasas de emprendimiento por necesidad en las mujeres superiores a la de los hombres. A pesar de ser tasas bajas, esto significa que proporcionalmente hay más mujeres emprendiendo por necesidad que hombres.

Por otra parte, analizando el índice Oportunidad / Necesidad, por género se observa que el mayor porcentaje en el caso de los hombres lo tiene la Región de Antofagasta (18,0%). Es decir, por cada emprendedor por necesidad hay 18 que lo hacen porque identificaron una buena oportunidad de negocio. En el caso de las mujeres emprendedoras en etapas iniciales, el mayor índice, también, es para la Región de Antofagasta (2,7), es decir que por cada mujer que emprende por necesidad, casi tres lo hacen porque identificaron una buena oportunidad en la Región. La cifra más baja de las mujeres, lo tiene la Región de Valparaíso, donde no existen diferencias por cada mujer que emprende, porque no tiene otra alternativa para sobrevivir, una proporción similar lo hace porque ha identificado una buena oportunidad de negocio.

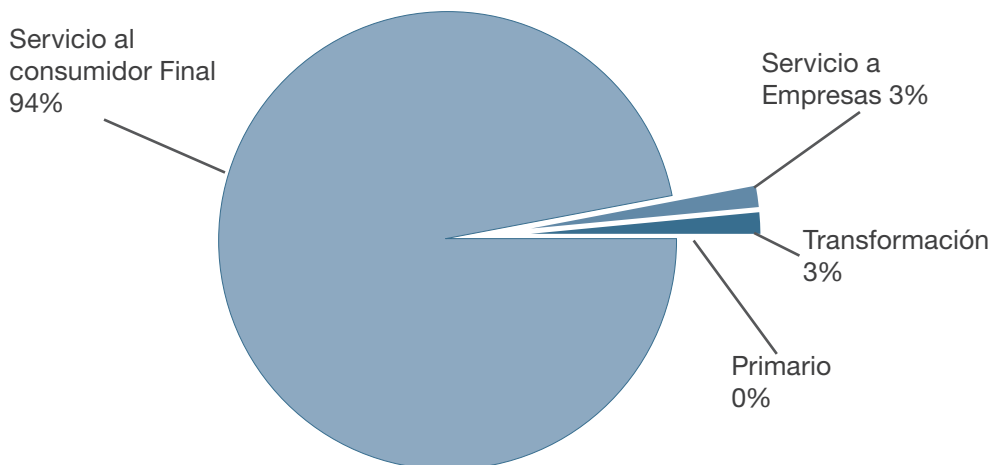
3.1.2.2. DISTRIBUCIÓN SECTORIAL Y POTENCIAL DE CRECIMIENTO

La distribución sectorial de la actividad emprendedora de las mujeres en la Región de Antofagasta no ha variado con respecto al año 2007, por segundo año consecutivo predomina el sector de servicios al consumidor final, es decir las ventas al detalle, restaurantes, servicios personales, hostelería, etc. Estos representan el mayor porcentaje (94%), mientras que el sector de servicio a empresas (servicios financieros, seguros, inmobiliarios, otros), y el sector de transformación, como manufacturas industriales, transportes, construcción, comunicaciones, etc. representan sólo 3% respectivamente. No se registran mujeres emprendiendo en sectores primarios como ganadería, agricultura, pesca o minería. Ver Figura 15.

Si se compara con las empresarias establecidas, los resultados muestran que sigue predominando el sector de servicios al consumidor final, aunque el porcentaje de empresarias establecidas en los sectores de transformación y servicios a empresas es mayor. Por otro lado, también se observa la presencia de empresarias establecidas, aunque sea sólo en un 2%, en el sector primario, porcentaje inexistente cuando se trata de emprendedoras en etapas iniciales. Estos resultados no difieren del obtenido el año 2007. Ver Figura 16.

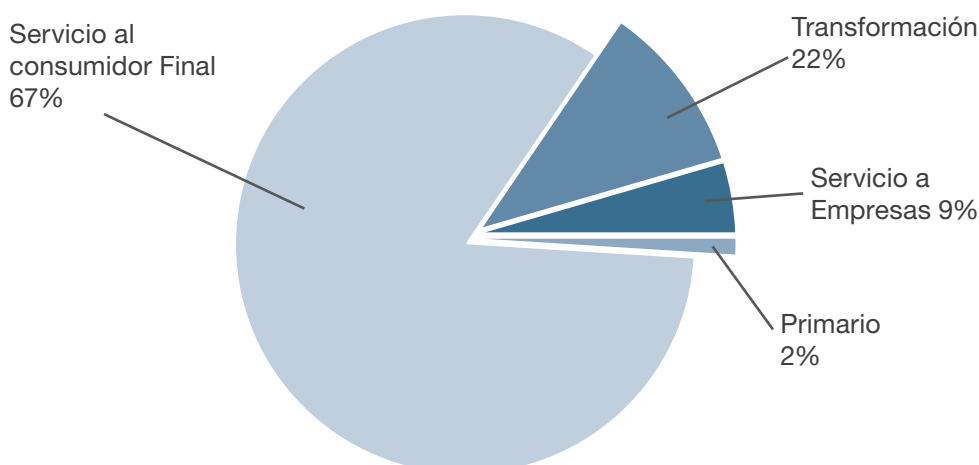
La distribución sectorial tanto de los emprendimientos femeninos en etapas iniciales, como de las empresarias establecidas en la Región, es parecida al obtenido a nivel país, donde

FIGURA 15: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR SECTOR ECONÓMICO



Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

FIGURA 16: EMPRENDEDORAS ESTABLECIDAS POR SECTOR ECONÓMICO



Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

también predomina el sector de servicios al consumidor final, mientras que los sectores primario, de transformación y servicios a empresas representan menos del 40% y 30% para los emprendimientos en etapas iniciales y empresarias establecidas respectivamente (Ortega et al., 2009).

Estos resultados evidencian que las mujeres, ya sea por oportunidad o necesidad, buscan áreas que son relativamente más "accesibles", es así como los sectores en que se destacan son de servicios o sectores productivos que se caracterizan por la atención directa a público, como restaurantes, peluquerías, kioscos, servicios hoteleros, etc. Estas actividades tienen menos riesgos asociados o incluso son actividades de autoempleo. En términos generales, dadas estas propiedades, las actividades emprendedoras de las mujeres están más asociadas a negocios orientados a consumidores finales, sobre todo a la comercialización minorista de productos de poco valor agregado. Esta puede ser una de las razones que explique el por qué la tasa de empresarias establecidas es casi tres veces menos que el de las de etapas iniciales. Las barreras de entradas para servicios al consumidor final son casi inexistentes y por lo mismo la tasa de sustentabilidad en el tiempo es baja.

Además, las tareas que desarrollan las mujeres son claramente un reflejo de las actividades que desempeñan en el espacio privado, por lo tanto su proyección económica y social es limitada, pues el valor productivo que tienen estas tareas es menor, así como el

reconocimiento social que poseen. Por lo mismo, es relevante modificar los patrones culturales que asignan valores diferenciados a las funciones productivas y reproductivas, y destacar la importancia que tiene cuantificar el aporte de las mujeres en este último ámbito, revirtiendo la menor valoración que acompaña a las tareas domésticas, ya que son imprescindibles para el desarrollo de otras actividades laborales, por ejemplo en el caso de la minería, los servicios de alimentación en faenas, servicios de limpieza o confección de vestimenta, entre otras, son básicas para el desarrollo del sector.

Otro aspecto a destacar es que las herramientas que poseen las mujeres, de acuerdo a sus trayectorias en el ámbito de la familia, no constituyen competencias suficientes para articularse competitivamente en el mercado laboral, ya que, paulatinamente, se han ido profesionalizando los emprendimientos, en la medida que aumentan las exigencias. De acuerdo a esto, se hace necesario una mayor complejidad de saberes en el ámbito de la gestión, liderazgo, redes sociales, entre otros.

3.1.2.3. ASPECTOS SOCIO DEMOGRÁFICOS DE LAS EMPRENDEDORAS.

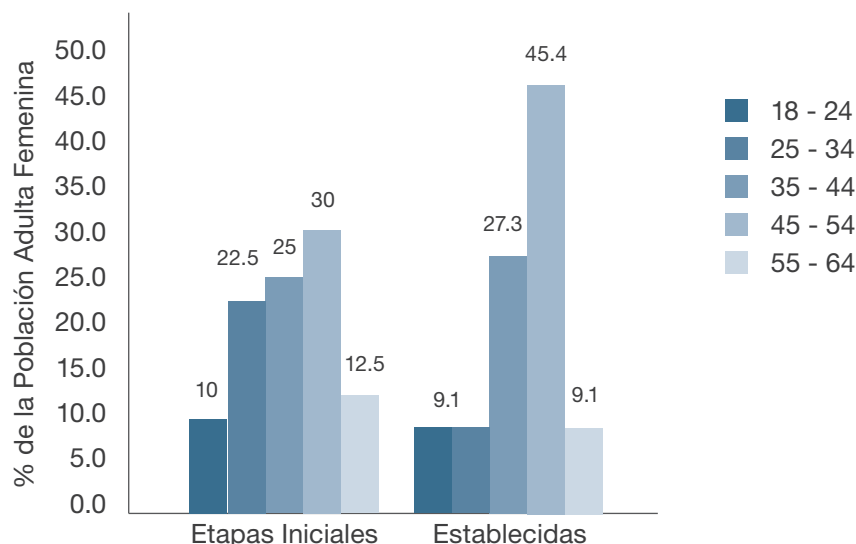
Edad de las emprendedoras

En la Región, la edad promedio de las emprendedoras en etapas iniciales es de 40 años, esta cifra es ligeramente mayor si se compara con la obtenida el año 2007 (37,7 años en promedio), pero menor en relación con el promedio del país, que es 42 años. Sin embargo, el promedio de edad de las emprendedoras con más de 42 meses de actividad es también de 42 años, cifra mucho menor a la obtenida el año anterior (48,7 años) y menor también comparada con la media del país que es de 46 años. No es de extrañar que la edad promedio aumente a medida que las empresarias van atravesando por las diversas etapas del proceso emprendedor.

La Figura 17 muestra los rangos de edad de las mujeres involucradas en actividades emprendedoras tanto en etapas iniciales como establecidas. En el caso de las mujeres que se encuentran en las etapas iniciales, se observa una fuerte concentración en los rangos que van desde los 25 hasta los 54 años, mientras que en el grupo de las empresarias establecidas la mayor concentración se encuentra entre los 45 y 54 años (45,4%). Estos resultados no difieren mucho de los obtenidos a nivel país (Ortega et al., 2009).

Este antecedente no es menor, ya que implica que la mayoría de las mujeres emprendedoras ha iniciado la actividad una vez que han disminuido las demandas de crianza y cuidado

FIGURA 17: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TOTAL EN MUJERES POR RANGOS DE EDAD



Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

de los hijos o en su defecto tienen resuelto, de alguna manera, las demandas de la familia. Pese a la modernización del país, las cifras anteriores corroboran que la distribución de roles al interior del hogar no se ha modificado sustancialmente, y que la familia sigue siendo el referente simbólico principal de los chilenos (Palacios, 2006) con una estructura tradicional en donde la mujer es el principal soporte afectivo y de cuidado de la misma. En este contexto socio cultural, la relación, mujer-trabajo-emprendimiento es una tensión no resuelta.

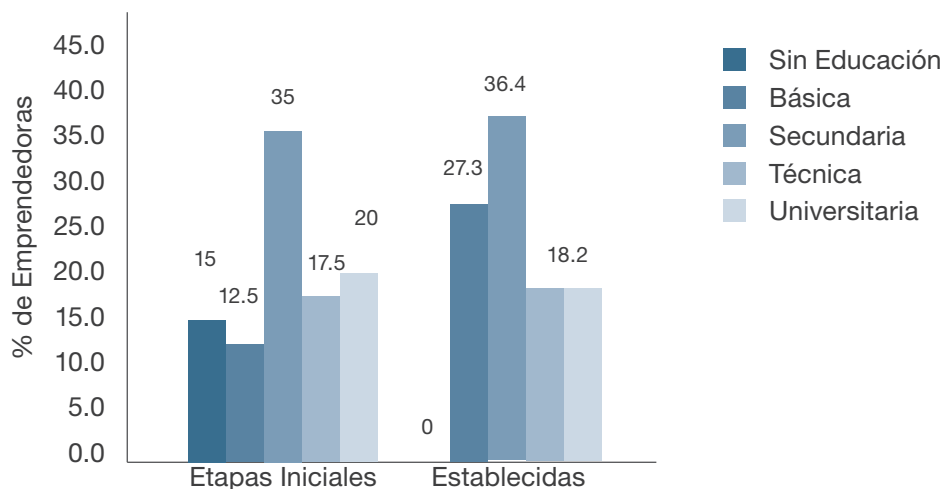
Por lo mismo, otra dimensión relevante de considerar, y unido a lo anterior, es la percepción de riesgo que tienen las mujeres con respecto al emprendimiento, la mayoría prefiere tener un sueldo fijo mensual y un horario establecido, que sea compatible nuevamente con las demandas del espacio privado, por lo tanto una vez que estas demandas disminuyen, comienzan a planificar el emprendimiento y asumir los riesgos asociados a esta actividad (económicos y familiares, entre otros).

Comparando la situación de la Región y del país con la de los demás países participantes del GEM se puede decir que la mujer antofagastina y chilena tienden a emprender a una edad más tardía que en el resto del mundo (Allen et al., 2008; Ortega et al., 2009), situación que también se produce en el caso de los hombres. La media de edad de emprendimiento en etapas iniciales de las mujeres es de 38 años, pero para ambos grupos las motivaciones son diferentes. En el caso de los hombres las decisiones de iniciar una actividad de emprendimiento se relacionan directamente con el grado de satisfacción que han logrado en el mercado laboral, ya que el trabajo es un elemento central en la identidad de los mismos (Salinas y Arancibia, 2006; Salinas, 2007; Salinas, et al. (s/f)), por lo tanto las motivaciones, los niveles de riesgo y las proyecciones que están dispuestos a asumir son diferentes en relación a las mujeres.

Educación

La educación es un factor relevante que suele estar relacionado con la inserción de la mujer en el mercado laboral o con el potencial para iniciar un nuevo negocio. En la Región de Antofagasta, más de un tercio de las mujeres involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales tiene educación secundaria completa y un 20% universitaria. Estos resultados posiblemente estén relacionados con el mayor acceso a la educación en los últimos años, a la inserción de la mujer en el mercado laboral y a la mayor complejidad de la actividad emprendedora, que exige competencias y habilidades específicas, casi independientemente del tipo de actividad que se inicie. En el caso de las empresarias establecidas más del 50% tiene entre educación primaria y secundaria y un porcentaje ligeramente superior al 18% posee educación técnica y universitaria respectivamente. Ver Figura 18. Estos resultados son similares a los obtenidos en el resto del país (Ortega et al., 2009).

FIGURA 18: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR TIPO Y NIVEL EDUCATIVO



Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

Si bien se aprecia un aumento significativo de la cobertura escolar en la población chilena en términos generales, este avance no se relaciona directamente con una mejor preparación de la población para el trabajo, más aún en lo referente a las competencias específicas que requiere la actividad emprendedora. Un aspecto importante a evaluar sería la incorporación, a edades tempranas, de la formación para el trabajo en cualquiera de sus modalidades.

Situación Laboral

La situación laboral de las emprendedoras antofagastinas difiere dependiendo de la etapa del proceso emprendedor en que se encuentren. Un quinto de las emprendedoras en etapas iniciales trabaja a tiempo completo o a tiempo parcial para un empleador. El 25% trabaja como dueña de casa y un porcentaje igual declara ser autónoma. Menos de un 5% es estudiante o retirada. Es importante destacar que en este grupo de emprendedoras un porcentaje no menor se declara dueña de casa, esto puede tener dos interpretaciones, una de ellas es que estas mujeres logran compatibilizar sus labores emprendedoras con sus roles al interior de la familia, por lo que la actividad emprendedora le estaría dando cierto margen para poder realizar otras tareas. Otra forma de interpretar estos resultados es que existe poca valoración por parte de estas emprendedoras de la actividad que realizan, ya que el emprendimiento no es declarado como una labor principal y lo ubican en una posición secundaria.

En este sentido, es relevante poner atención en los efectos que genera la ausencia de las mujeres del mercado laboral, su dedicación exclusiva a la familia y la escasa formación que poseen para el empleo. Existe un proceso de desesperanza aprendida que genera en ellas inseguridad y baja autoestima, y que resulta difícil de revertir frente a las representaciones sociales que se hacen de las mujeres trabajadoras o emprendedoras (mujeres jóvenes, buena presencia, altamente capacitadas, entre otras), todos estos factores se vuelven amenazadores para aquellas mujeres que han priorizado la familia, y que en algún momento desean modificar esta situación. Por lo tanto, generalmente aquellas que desean revertir esta condición, comienzan paulatinamente tratando de enfrentar estos obstáculos (Salinas y Reyes, 2007). Las redes sociales ocupan en este proceso un rol central, ya que muchas de ellas se inician en el emprendimiento producto de la experiencia favorable de alguna amiga o conocida.

En el grupo de emprendedoras establecidas la situación es un poco diferente, más de un tercio trabaja por cuenta propia o a tiempo parcial para un empleador, menos de un 30% trabaja a tiempo completo para un empleador. Ninguna mujer en este grupo se ha declarado dueña de casa, esto es importante porque muestra que valorizan su actividad como emprendedoras y se declaran autónomas más que dueñas de casa. Aunque esto último también puede ser interpretado como una doble discriminación, ya que son, incluso las propias mujeres, las que no visibilizan la importancia y el aporte social que brindan a través del trabajo en el hogar, producto del escaso reconocimiento que existe de estas funciones (Salinas, 1999, 2003, 2004). Paradojalmente, las labores domésticas cuentan con escaso valor social, sin embargo son imprescindibles para el funcionamiento de la sociedad.

Proporcionalmente, hay más empresarias establecidas trabajando como autónomas que aquellas que están en etapas iniciales. Esa autonomía puede significar que se han transformado en jefas del hogar (principal proveedora económica) o que sus ingresos son considerados en el ingreso familiar total. En este sentido, es importante analizar cuál es el aporte económico de estas mujeres involucradas en alguna etapa del proceso emprendedor.

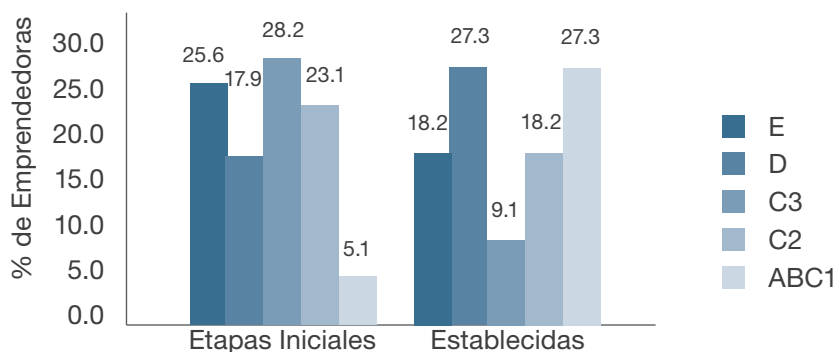
Nivel de Ingresos

Los niveles de ingreso a los que acceden las mujeres suelen ser abordados en los debates

sobre inequidad de género. De acuerdo a los datos de la CASEN (2006), las diferencias de ingresos entre hombres y mujeres aumentan a medida que se amplía su nivel educativo. De acuerdo con el SERNAM (2008), los hogares con mujeres como jefas del hogar tienden a tener menores ingresos y se asocian a contextos de mayor vulnerabilidad social. Por ello, un indicador relevante para el GEM es el nivel de renta familiar o de ingresos que reciben los hogares de las emprendedoras mensualmente, ya que permitiría inferir sobre el aporte del emprendimiento en los hogares. Con el fin de ilustrar de mejor manera los ingresos de las emprendedoras, el GEM los ha clasificado en estratos socioeconómicos tal como se usa en Chile.

La Figura 19 muestra la distribución de las mujeres emprendedoras en dichos estratos, los cuales se consideran como una buena aproximación a los niveles de ingresos familiares o individuales² y remiten a una representación social del estilo de vida en cada nivel. En la Región de Antofagasta los rangos de rentas que sobresalen en el grupo de emprendedoras en etapas iniciales, corresponden a los estratos E (menor o igual a 220.000 pesos), C3 (entre 440.000 y 670.000 pesos) y C2 (entre 670.000 y 1.800.000 pesos) con 25,6%, 28,2% y 23,1% respectivamente. En este grupo las personas que se encuentran en el estrato ABC1 solo representan el 5,1%. Estos resultados son esperados, ya que en la medida que se consolida la actividad emprendedora deberían aumentar los ingresos.

FIGURA 19: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y NIVEL DE INGRESOS



Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

En el grupo de emprendedoras establecidas se constata lo esperado, aunque siguen predominando los bajos ingresos, casi un tercio de estas emprendedoras pertenecen al estrato D (\$220.000 - 440.000) y ABC1 (más de 1.800.000). Porcentajes menores son distribuidos en los estratos restantes. Una posible explicación de estos resultados se relaciona con el tipo de emprendimiento que ellas realizan, orientados a servicios al consumidor final con escaso valor agregado, por lo que los retornos son bajos.

Por lo tanto, los bajos ingresos, la menor preparación para el trabajo y los factores culturales asociados a los roles de las mujeres son un conjunto de variables que perfilan el emprendimiento femenino, y por lo tanto elementos de análisis para la proyección del mismo.

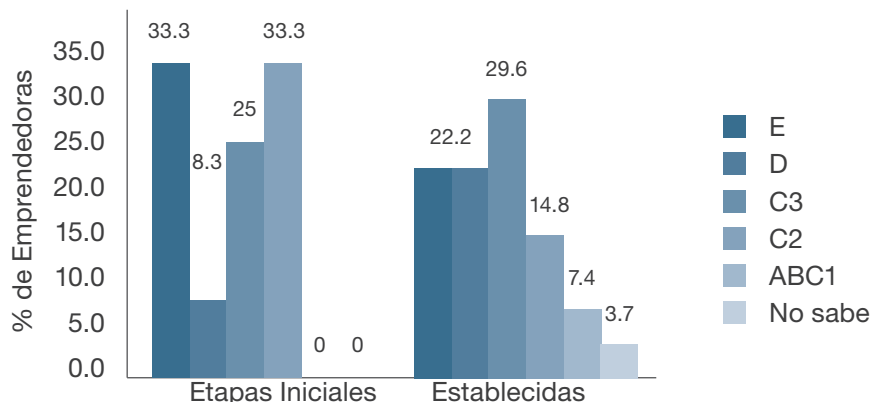
Por otro lado, es importante mencionar que la motivación juega un papel importante en la actividad emprendedora; en los apartados anteriores se ve que la Región de Antofagasta presenta una de las tasas más altas de emprendimiento femenino por oportunidad y una de las más bajas por necesidad. Por lo tanto, los mayores porcentajes de mujeres que emprenden por necesidad se encuentran en los estratos de más bajo ingreso a diferencia

² Los niveles corresponden a la siguiente distribución de ingresos: E: \$1-220.000; D: \$220.000 -440.000; C3:\$440.000-670.000; C2:670.000 - 1.800.000 y ABC1: más de \$1.800.000.

de aquellas que emprenden porque han identificado una oportunidad en el mercado. La Figura 20 ilustra estos resultados.

En la Figura 20 se observa que el nivel de ingresos de las mujeres que emprenden por necesidad corresponden en mayor proporción a los estratos E, C3 y C2, no se ha identificado a ninguna mujer del estrato ABC1 en este grupo. Situación diferente se observa en las mujeres que emprenden porque han identificado una oportunidad en el mercado,

FIGURA 20: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR MOTIVO Y NIVEL DE INGRESOS



Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

en este grupo, el mayor porcentaje se concentra en el estrato C3, y en este sector hay un porcentaje menor al 10% que pertenece al estrato ABC1.

3.1.2.4. CIERRE O CULMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Como se menciona en el informe GEM de la Región de Antofagasta (Romaní y Atienza, 2009), en el análisis del emprendimiento tienen tanta importancia los factores relacionados con el surgimiento de los nuevos negocios como los que afectan a su cierre o culminación. Si bien la mayoría de las investigaciones analizan los factores de éxito del emprendimiento, no es menos importante revisar las variables que inciden en el cierre de las empresas, por cuanto son parte de la propia dinámica emprendedora. Por otro lado, cabe precisar que el cierre o discontinuación de un negocio no necesariamente significa que este ha fracasado, las razones pueden ser otra índole (Headd, 2003).

En Antofagasta, la tasa de discontinuación de negocios es una de las más bajas (3,5%) comparada con las otras regiones que participaron del estudio. Analizando esta tasa con una mirada de género se observa que no hay diferencias entre la tasa de discontinuidad entre hombres y mujeres (3,5%). Tampoco se han observado mayores diferencias en los motivos de la discontinuación o salida del negocio. Para cualquier tipo de emprendedor (a), la “rentabilidad del negocio” sigue siendo un condicionante. Esta razón también se repite en el caso del país, lo que lleva a pensar en la posibilidad de la falta de conocimientos adecuados de las personas a la hora de evaluar una oportunidad de negocio, lo que debiera ser considerado en las políticas educacionales. A pesar de que las mujeres perciben que tienen el conocimiento y las habilidades necesarias para iniciar un nuevo negocio, pareciera ser que les faltan herramientas y técnicas para una mejor evaluación de las oportunidades que detectan.

Por otro lado, la segunda razón mencionada es diferente para hombres y mujeres. En el caso de ellos, tiene que ver con “haber encontrado un trabajo u otra oportunidad de negocio más rentable”, mientras que para ellas los “motivos personales” son más incidentes. Esto es importante en el caso de las mujeres, ya que al interior de hogar se producen tensiones (sobre todo cuando tienen niños pequeños). Ellas suelen ceder ante las demandas familiares en detrimento de continuar con el negocio, por lo menos hasta que logren un mejor equilibrio entre las tareas reproductivas y productivas. En esta argumentación, es importante visibilizar que la conceptualización de la familia como un tema personal,

reafirma y devuelve a las mujeres a asumir fundamentalmente las demandas del espacio privado como una responsabilidad de ellas, por lo tanto producir modificaciones en este sentido, implica también un trabajo de reeducación en la equidad social y de género en los distintos niveles de la sociedad.

3.1.3. ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS EN LA MUJER ANTOFAGASTINA

Como fue mencionado en la descripción del modelo del GEM, otro de los elementos del emprendimiento, tan relevante como la actitud y la actividad emprendedora, son las aspiraciones que tienen las emprendedoras respecto a sus negocios. Ellas se diferencian en sus aspiraciones al introducir nuevos productos, nuevos procesos de producción, al ingresar a mercados extranjeros y al generar más puestos de trabajo. En este apartado se presentan las aspiraciones de las mujeres antofagastinas involucradas en alguna etapa del proceso emprendedor.

Expectativas de generación de empleo

La expectativa que tienen las emprendedoras con relación a la capacidad de generar empleos es parte de las aspiraciones de las mismas con respecto a sus negocios.

En Chile, el análisis de género muestra que más de un tercio de los hombres involucrados en actividades emprendedoras en etapas iniciales espera crear entre 1 y 5 empleos y/o entre 6 y 19. Menos del 30% espera crear más de 20 y solo un 5,4% no espera generar fuentes de trabajo. Estos resultados son parecidos a los obtenidos el año 2007. La situación varía ligeramente cuando se trata de emprendedoras mujeres, más del 50% espera crear de 1 a 5 nuevos puestos de trabajo y menos de un tercio tiene la expectativa de ofrecer de 6 a 19. Estas proporciones si bien son parecidas al año 2007, sí se han modificado. La expectativa de no crear empleos, ha disminuido de 21,7% en 2007 a 7,2% en 2008; mientras que la de crear más de 20 empleos ha aumentado respecto al año anterior, pasando de 5% a 13% en 2008 (Tabla 9). Esto es un buen indicador, ya que muestra que las emprendedoras chilenas en etapas iniciales están aspirando cada vez más a crear más fuentes de trabajo, es decir hay mayor conciencia entre la relación de emprendimiento y la potencial creación de empleos, lo que indudablemente impacta positivamente sobre el crecimiento del país.

En los mismos términos, a nivel regional se observa (Tabla 8) que una proporción considerable (45,9%) de hombres involucrados en etapas iniciales de emprendimiento pretende crear entre 6 y 19 nuevos empleos con su negocio, esta cifra supera en más del 50% a la obtenida el año 2007. Igualmente se ha notado un ligero incremento en la expectativa de generar más de 20 nuevas fuentes laborales, de 27,5% a 29,7%. El porcentaje de hombres que están pensando en crear menos de 5 puestos de trabajo se ha reducido, lo cual es buen síntoma. En el caso de las emprendedoras antofagastinas, la distribución de sus expectativas con

TABLA 8: EXPECTATIVA DE LA CREACIÓN DE EMPLEO EN EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES POR GÉNERO EN ANTOFAGASTA

	No crea nuevos empleos	1-5 nuevos empleos	6-19 nuevos empleos	20 o más nuevos empleos	Total
Hombres	2,7%	21,6%	45,9%	29,7%	100,0%
Mujeres	0%	73,5%	20,6%	5,9%	100,0%

Fuente: Encuesta a la Población Adulta 2008.

respecto a la creación de nuevos empleos es diferente a la de los hombres.

Claramente, más del 70% de las emprendedoras antofagastinas, esperan crear de 1 a 5 nuevos puestos de trabajo. Solo un 5,9% espera generar más de 20 nuevas plazas y ninguna pretende no crear empleo. Nuevamente, se repite la tendencia observada en el país, referida a que los emprendedores adquieren una mayor conciencia con respecto a la formación de empleos, tanto en el país como en la Región de Antofagasta (Tabla 9).

TABLA 9: EXPECTATIVA DE LA CREACIÓN DE EMPLEO EN EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES POR GÉNERO EN CHILE

	No crea nuevos empleos	1-5 nuevos empleos	6-19 nuevos empleos	20 o más nuevos empleos	Total
Hombres	5.4%	36.6%	35.8%	22.2%	100,0%
Mujeres	7.2%	54%	25.7%	13.1%	100,0%

Fuente: Encuesta a la Población Adulta 2008.

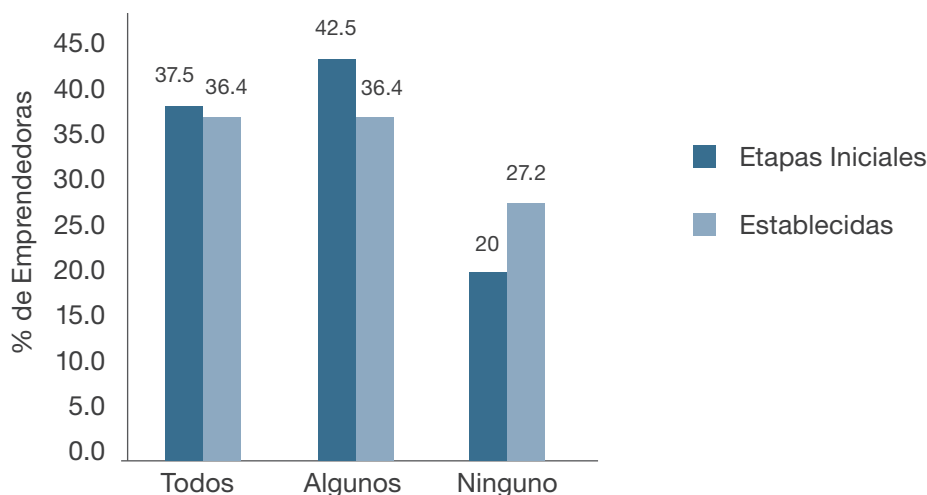
A pesar de que las aspiraciones de las mujeres antofagastinas en general están ligeramente por debajo del promedio de las mujeres del país, en lo que respecta a la creación de más de 6 nuevos empleos, los hombres presentan una situación diferente en la Región. En efecto, los antofagastinos aspiran a crear puestos de trabajo que superen los 6 nuevos empleos en una mayor proporción al promedio del país, lo que puede constituir un antecedente sobre el tamaño de empresa que desean alcanzar los emprendedores de la Región.

Competitividad

La aspiración emprendedora también tiene que ver con la capacidad de innovar, la competitividad y la sustentabilidad del negocio. En este sentido el GEM incorpora algunas preguntas que permiten recoger una visión acerca de cuál es el comportamiento competitivo de la actividad emprendedora. Un primer indicador está relacionado con qué tan nuevo es en el mercado el producto o servicio que está ofreciendo la emprendedora.

Como se puede observar en la Figura 21, más de un tercio de las emprendedoras en etapas iniciales y las empresarias establecidas consideran que todos sus productos o servicios son nuevos en el mercado, 37,5% y 36,4% respectivamente. Estas cifras no han variado con respecto al año anterior. Sí ha aumentado considerablemente la proporción tanto de emprendedoras en etapas iniciales, como de establecidas que declaran que sus productos o servicios son nuevos para “algunos”. Ha habido también una disminución importante en la proporción de mujeres, de ambos grupos, que manifiestan que sus productos o servicios no son novedosos, de 39% en 2007 a 20% en 2008 en el grupo de emprendedoras en etapas iniciales y de 42% en 2007 a 27,2% en 2008 en el segundo grupo. Estas cifras continúan preocupando, porque corroboran, de alguna manera, el tipo de negocio en el que las emprendedoras antofagastinas están involucradas, es decir negocios orientados al consumidor final con muy bajo valor agregado, y esto también podría explicar la baja sustentabilidad de sus negocios en el tiempo. Pero por otro lado, se observa una mejora

FIGURA 21: NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS EN EL MERCADO

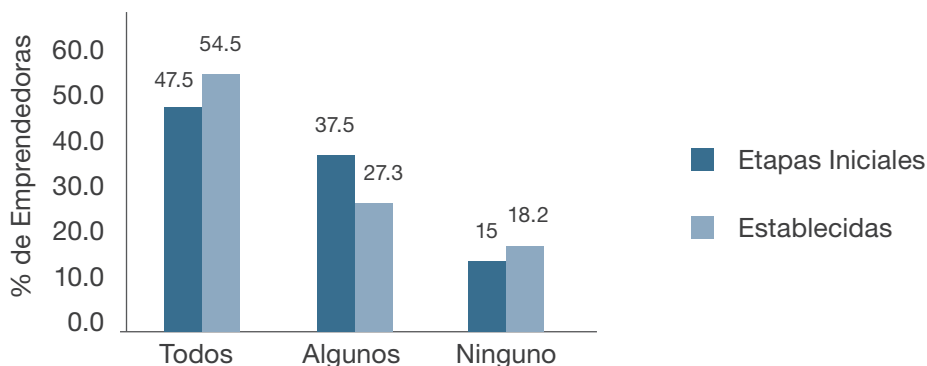


Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

en la percepción de las emprendedoras con respecto al año anterior. El 2007 más de un tercio de ellas consideraba que sus productos no eran novedosos para nadie. En el 2008 esa percepción disminuye y se espera que continúe decreciendo en los próximos años, ya que contribuirá a crear conciencia de la importancia de agregarle valor a sus productos o servicios.

El segundo indicador dice relación con la competencia para los productos o servicios que ofrecen los emprendedores. La Figura 22 muestra que menos de un 20% de las empresarias en etapas iniciales y las establecidas considera que su producto o servicio no tiene competidores (15% y 18,2% respectivamente). Estos resultados son muy próximos a los obtenidos el año anterior. Es importante destacar que la mayor proporción de emprendedoras en ambos grupos (47,5% en etapas iniciales y 54,4% de las establecidas) declaran que muchos negocios ofrecen sus mismos productos o servicios. Estos hallazgos, por segundo año consecutivo, muestran menor valor agregado de los productos o servicios de las emprendedoras y la escasa diferenciación que éstos tienen. Esto último se encuentra estrechamente asociado a las habilidades y competencias de las emprendedoras en la región. Las mujeres que tienen mayores competencias y que son profesionales en distintas áreas, prefieren desempeñarse en un empleo asalariado, ya que les brinda estabilidad y un horario laboral determinado (Salinas & Reyes, 2008).

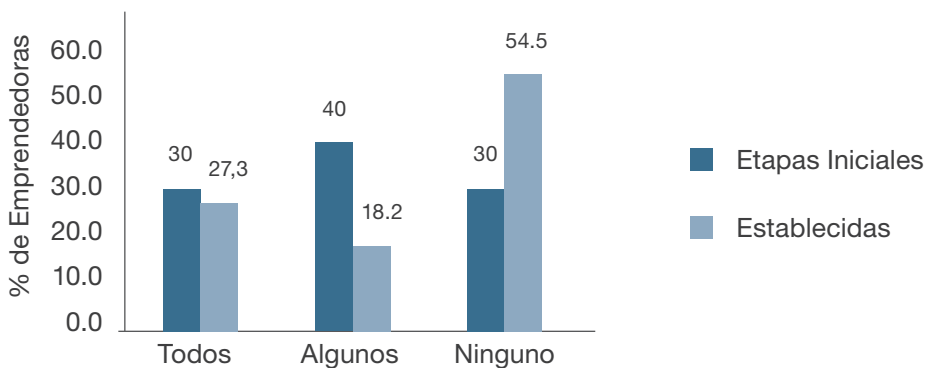
FIGURA 22: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA ESPERADA



Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

Igualmente debe reconocerse que no existen diferencias significativas con los emprendedores hombres pertenecientes a ambas etapas, es decir ellos también ofrecen productos o servicios que muchos otros negocios entregan.

FIGURA 23: USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS



Fuente: Encuesta a la Población Adulta Femenina 2008.

Un tercer indicador está vinculado con el uso de las nuevas tecnologías (relacionadas con productos, servicios o procesos) que utilizan las emprendedoras en sus negocios. Como se observa en la Figura 23.

Las tecnologías de la información han experimentado grandes transformaciones en los últimos años y esta evolución es percibida por las emprendedoras que las incorporan en sus emprendimientos. En este sentido sí se ha producido un avance con respecto al año 2007, tanto en las emprendedoras en etapas iniciales como en las establecidas, así como las diferencias de género no son significativas.

Los resultados obtenidos el 2008 referidos al uso de las nuevas tecnologías son más alentadores con respecto al año 2007, en este sentido se observa un incremento considerable de las proporciones tanto de emprendedoras en etapas iniciales, como de establecidas en el uso de tecnología con menos de un año. En el 2007 sólo un 10% de emprendedoras en etapas iniciales y 8% de las establecidas declaraban el uso de tecnologías muy nuevas, esta proporción se ha incrementado a 30% y 27,7% respectivamente en el 2008, tres veces más que el año anterior. Igualmente, es importante destacar la disminución de la proporción de mujeres, en ambas etapas del proceso emprendedor, que usan tecnologías de más de cinco años de antigüedad, de 65% y 83% respectivamente en 2007 a 30% y 54,5% en el año 2008. Esto significa que cada vez más las emprendedoras están incorporando tecnologías de menos de 5 años a sus empresas.

Un caso a destacar en este aspecto es el de Lorena Rapimán, dueña y administradora de Restonomía.cl.

Restonomía.cl

Lorena Rapimán, tiene 29 años y es socia fundadora de Restonomía.cl, negocio que en un año y medio se ha transformado en un referente para las personas que buscan servicios gastronómicos de calidad en Antofagasta.

Lorena se graduó como Chef, pero debido a los bajos sueldos que se ofrecen en ese rubro, decidió estudiar periodismo. Durante su época universitaria trabajó de garzona en diversos restaurantes de la ciudad, experiencia que le sirvió para visualizar una serie de debilidades que poseía la industria.

Restonomía.cl se puede definir como una guía gastronómica on line que tiene por objetivo informar a los visitantes con respecto a opciones de restaurantes, pubs y cafés en la ciudad de Antofagasta. Su dueña afirma que este sitio pretende ser una calle virtual de restaurantes en la cual el visitante pueda pasearse y cotizar el lugar que más le gusta.

Desde sus inicios Restonomía.cl fue pensada como un e-business, principalmente, porque internet y las diversas herramientas ligadas al uso de la web permiten abaratar costos de funcionamiento y entregar un soporte publicitario que llama la atención del público. Lorena establece que el utilizar papel para imprimir la publicación en formato revista, limita el potencial que puede tener el negocio.

Las ventajas que otorga internet son innegables, la facilidad de trabajo es una de ellas. Restonomía.cl cuenta con un grupo de cinco personas, las que tienen la opción de tener su propio horario y trabajar a distancia. Otra importante ventaja, y la que marca el impacto que las nuevas tecnologías pueden tener en este tipo de emprendimientos nacientes, tiene que ver con la gratuidad de las plataformas digitales, todos los programas, software de edición, diagramación, etc., pueden ser descargados desde internet y utilizados libremente.

El uso de este tipo de plataformas digitales se ajusta al modelo de negocios altamente flexible que posee Restonomía.cl. Hace un año y medio atrás partieron siendo una guía de restaurantes que contaba con sólo cuatro clientes, en una ciudad en que la cultura gastronómica estaba recién surgiendo. Ahora la empresa cuenta con 24 locales que publicitan en el portal, abrieron un galería de arte virtual que muestra las obras de artistas locales, tienen un espacio de gastronomía una vez a la semana en la radio El Conquistador, grupo de Facebook y prontamente se expandirán a Iquique, en la Primera Región del país y luego a otras ciudades de Chile.

La clave de este emprendimiento, según su dueña, es saber utilizar los recursos tecnológicos de la mejor manera posible, establecer alianzas y redes de apoyo con otros organismos ligados a la industria y contar con un alto grado de creatividad para poder innovar y lograr adaptarse a los cambios que requiere el ambiente.

Las aspiraciones emprendedoras también se relacionan con el interés de comercializar sus productos o servicios en el extranjero. Al respecto, en el caso de las mujeres, tanto de aquellas que están en las etapas iniciales como las establecidas, un tercio declara que no tiene ningún cliente en el extranjero. Este porcentaje ha disminuido con respecto al año anterior. Por otro lado, un porcentaje no menor (49,2% de las emprendedoras en etapas iniciales y 54,5% en el caso de las establecidas) han manifestado que entre el 1% y 15% de sus clientes son del exterior. Una situación similar se repite en los hombres emprendedores, donde no existen diferencias significativas con respecto a las mujeres.

3.2. EVALUACIÓN DE LOS EXPERTOS SOBRE EL CONTEXTO DEL EMPRENDIMIENTO DE MUJERES

Como se mencionó en el apartado 1.2, una parte del estudio GEM Informe de la Región de Antofagasta 2008 consistió en la medición de factores o variables que inciden en la actividad emprendedora de la Región a través de una encuesta estandarizada realizada a un grupo de expertos regionales³.

De las 82 preguntas que tiene dicha encuesta, hay un apartado de cinco preguntas que hacen referencia directa a aspectos de género y oportunidad de las mujeres en actividades de emprendimiento. Dichas preguntas son las siguientes:

1. En mi región, hay suficiente disponibilidad de servicios sociales, que permiten que las mujeres puedan continuar trabajando, incluso después de haber tenido hijos.
2. En mi región, iniciar un negocio o una empresa es una opción de carrera socialmente aceptable para una mujer.
3. En mi región, las mujeres son incentivadas a ser empresarias independientes o iniciar un nuevo negocio.
4. En mi región, los hombres y las mujeres están igualmente expuestos a buenas oportunidades de comenzar un nuevo negocio o empresa.
5. En mi región, los hombres y las mujeres poseen el mismo nivel de conocimiento y habilidades para comenzar un nuevo negocio o empresa.

El análisis de dichas preguntas permite tener elementos adicionales para conocer la situación general del emprendimiento de mujeres en la Región y también inferir alguna relación entre los indicadores de la encuesta a la población adulta.

Para medir la percepción de cada pregunta se utilizó una escala de Likert de cinco puntos⁴ que permite formar una opinión de cada una de las variables y se realizó un análisis descriptivo de frecuencias. A continuación se presentan los resultados del análisis.

3.2.1 OPINIÓN DE LOS EXPERTOS.

La evaluación realizada por los expertos sobre este tópico ha mejorado con respecto al año anterior, si bien manifiestan su desacuerdo en varios ámbitos, este nivel de desacuerdo es menos negativo que el año 2007. Esto se puede atribuir a que en este último año, se han consolidado los programas orientados a las mujeres, ya sea para la superación de la pobreza como en otros ámbitos, entre los que destacan los dirigidos a las jefas del hogar, las microempresas familiares y aquellos relacionados con la promoción del empleo de mujeres, implementados por entidades como Prodemu y Sernam, en coordinación con Sercotec⁵.

3 Información sobre todos los indicadores analizados se puede obtener en GEM, Informe de la Región de Antofagasta 2008, realizado por Román, G. y Atienza, M. (2009).

4 Completo desacuerdo, desacuerdo parcial, ni acuerdo ni desacuerdo, acuerdo parcial y completo acuerdo.

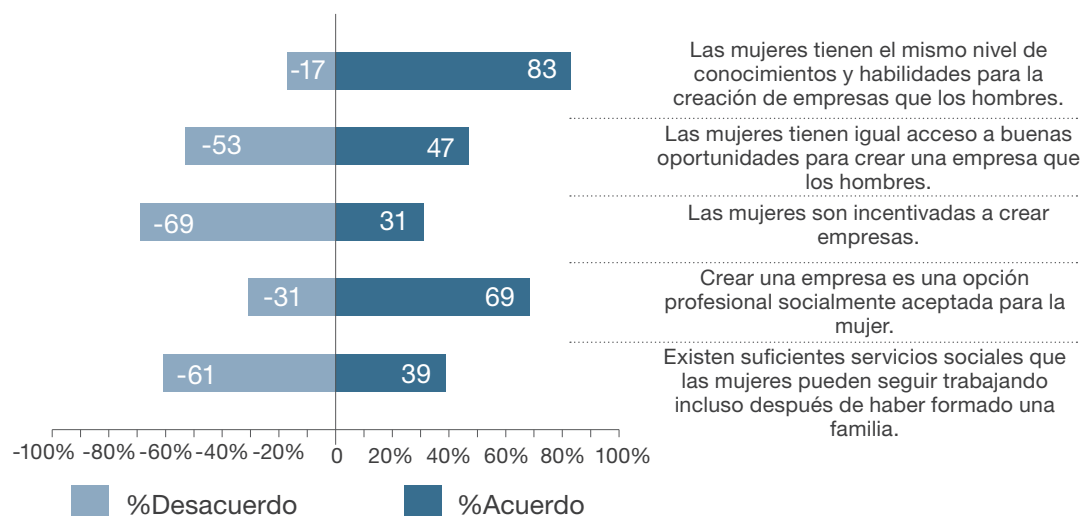
5 Revisar sitio www.paraemprender.cl

La Figura 24 muestra la opinión de los expertos regionales sobre el tópico de género.

En ella se observa que más del 50% de ellos, no está de acuerdo con la afirmación de que la Región dispone de suficientes servicios sociales que permiten a las mujeres seguir trabajando, incluso después de haber tenido hijos, igualmente consideran que en la Región las mujeres no son motivadas a crear empresas y que las oportunidades para iniciar un negocio no son las mismas para ambos sexos. La opinión de los expertos regionales, coincide con la de otros estudios que muestran la existencia de brechas de género relacionadas con la situación familiar, ya que las exigencias de cuidado infantil, por ejemplo es una de las demandas más sentidas por la mujeres, como también las menores oportunidades que tienen en áreas asociadas a la minería (Salinas y Reyes, 2008).

A pesar de esta opinión negativa, más de un 60% de los entrevistados, considera que en la Región, iniciar una empresa es una carrera socialmente aceptable para una mujer y que tanto los hombres como las mujeres poseen las mismas capacidades para crear una empresa. Sin embargo, estas afirmaciones no permiten visualizar un aspecto central referido a las oportunidades reales que poseen mujeres y hombres frente al emprendimiento, la mayoría de ellas se refieren a limitantes que se encuentran frecuentemente implícitas en el mercado laboral y en el sistema social en general. Por lo tanto, pensar que ambos sexos compiten en igualdad de capacidades en el mercado laboral implica un no reconocimiento de las tensiones que experimentan las mujeres y que se refieren a aspectos socioculturales

FIGURA 24: OPINIÓN DE LOS EXPERTOS DE LA REGIÓN EN TÓPICOS DE EMPRENDIMIENTO Y GÉNERO

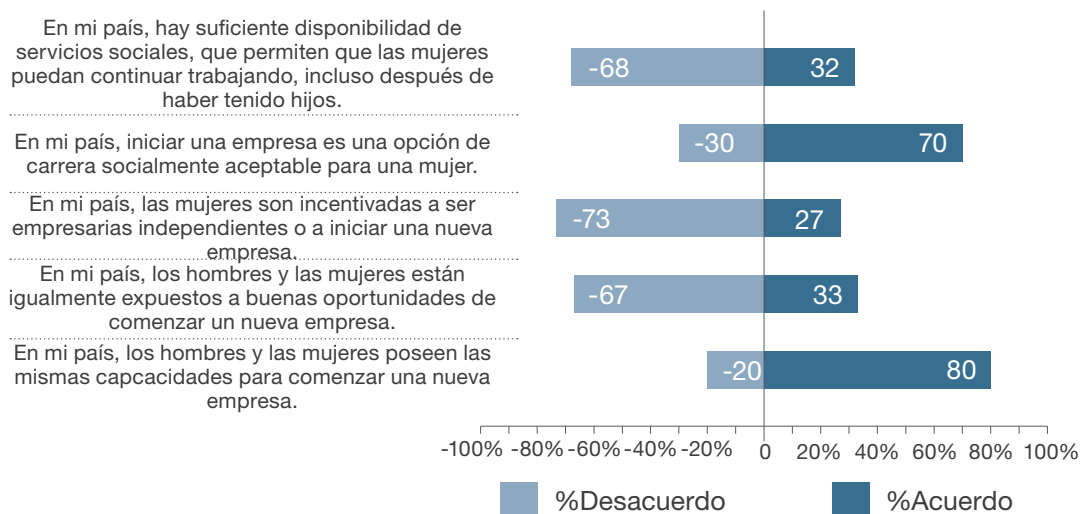


Fuente: Encuesta a Expertos Región de Antofagasta, 2008.

difíciles de modificar, tanto en ellas como en el resto de la sociedad.

Los resultados obtenidos por los expertos regionales en 2008 están más alineados con el de los expertos a nivel de país (Figura 25), siendo que la evaluación de estos últimos es ligeramente más negativa que los de la Región en tópicos relacionados con la disponibilidad de servicios sociales, incentivos a crear una empresa e igualdad de oportunidades para iniciar un nuevo negocio (68% vs 61%; 73% vs 69%; 67% vs 53%). Las valoraciones positivas referidas a aspectos como que los hombres y mujeres tienen las mismas capacidades para abrir un negocio, y que iniciar una empresa es una opción de carrera socialmente aceptable para una mujer son muy parecidas.

FIGURA 25: OPINIÓN DE LOS EXPERTOS NACIONALES EN TÓPICOS DE EMPRENDIMIENTO Y GÉNERO



Fuente: Encuesta a Expertos Nacionales, 2008.

4. REFLEXIONES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO DE LAS MUJERES EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA.

Con este segundo estudio GEM Mujeres y Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta 2008/2009, se pretende dar movimiento a la fotografía presentada por primera vez el año anterior. Este informe muestra la evolución entre el año 2008 y 2007 de las mujeres involucradas en alguna etapa del proceso emprendedor, ya sea como emprendedoras nacientes, nuevas empresarias o establecidas, reflejando sus características, motivaciones, necesidades y expectativas. Por otro lado, se contempla la evaluación de los expertos regionales relacionados directa o indirectamente con la actividad emprendedora en sus actividades como profesionales, empresarias (os) o agentes de gobierno encargados del diseño de políticas, sobre aspectos vinculados con las mujeres. Del análisis de ambas perspectivas se rescatan, en este apartado, los elementos que se consideran de mayor interés para iniciar una reflexión sobre el emprendimiento femenino en la Región de Antofagasta, y sobre los lineamientos a seguir para que esta actividad se fortalezca e impacte en el desarrollo regional.

Por segundo año consecutivo, este estudio deja en evidencia la capacidad emprendedora de las mujeres en la Región de Antofagasta. La tasa de actividad que se registra en etapas iniciales, es decir de aquellas con menos de 42 meses, es una de las más altas en el país, junto a la obtenida por la Región de Coquimbo y La Araucanía. Sin embargo preocupa la ligera disminución con respecto al año 2007, de la tasa de empresarias establecidas, aquellas con más de 42 meses de actividad. Al respecto se están analizando algunas hipótesis pero todavía está pendiente una explicación más específica al respecto. Urgen medidas de apoyo, como más capacitación, charlas especializadas, talleres, e incentivos para las mujeres que hayan realizado iniciación de actividades. Estas medidas pueden, sin duda, contribuir a la sustentabilidad de sus negocios y de esta manera disminuir la brecha actual existente entre empresarias en etapas iniciales y establecidas.

Igualmente, por segundo año consecutivo, a pesar de haber disminuido en proporción con respecto al año 2007, persiste la percepción ampliamente compartida, por el conjunto de la población adulta de mujeres y hombres, así como por los expertos consultados, sobre la Región de Antofagasta, como una zona caracterizada por la existencia de oportunidades de negocio. Esta percepción parece verse confirmada por la tasa de emprendimiento femenino por oportunidad, que sitúa a la Región (por segundo año) muy por encima

del promedio nacional y de las otras regiones que participaron del estudio. En este tipo de emprendimiento, la brecha de género ha resultado significativa, es decir la tasa de emprendimiento masculino por oportunidad supera en más de dos veces a la tasa de emprendimiento femenino. Es importante destacar también, que la tasa de emprendimiento femenino por necesidad es la menor junto con la de la Región Metropolitana, comparada con las otras regiones y con el país. La brecha de género en este aspecto también es significativa. Otro resultado importante a destacar, que se repite del año anterior, es que el emprendimiento femenino en esta Región está motivado preferentemente por la búsqueda de independencia económica a diferencia de lo que ocurre en el país donde es más bien el incentivo de un mejoramiento de ingresos la principal motivación. Estos hallazgos son positivos, porque dan cuenta del dinamismo de la economía regional. Aunque subsiste la inquietud de si realmente se están aprovechando las oportunidades de negocio que hoy ofrece la región, si este contexto es favorable para el emprendimiento de las mujeres y si serán capaces de generar crecimiento y empleo.

Junto a lo anterior, este estudio muestra que el tipo de emprendimiento que realizan las mujeres en etapas iniciales, continúa siendo los servicios al consumidor final, donde la presencia de innovación, desarrollo tecnológico, uso de TICs, entre otros, es marginal. Este resultado es similar cuando se trata de empresarias establecidas; lo que podría ser una de las respuestas al incremento de la brecha en el género. El estudio de la Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta (Romani y Atienza, 2009), muestra que más del 50% de emprendedores (tanto hombres como mujeres) concentran sus actividades hacia el sector de servicios al consumidor final, esta proporción se incrementa considerablemente cuando se trata de mujeres. A pesar de estos resultados, es importante destacar el notable incremento que ha habido entre el año 2007 y 2008 en el uso de las tecnologías de la información, tanto por parte de las emprendedoras en etapas iniciales como por las establecidas. Sin embargo, uno de los desafíos pendientes es cómo diversificar los sectores de emprendimiento y aumentar la participación de las mujeres en sectores económicamente más productivos, con mayor valor agregado.

Por otro lado, la evaluación de los expertos es, en proporción, más favorable que el año 2007 en la percepción sobre las capacidades, oportunidades y aceptación social de las mujeres. Por el contrario, son críticos de la insuficiente disponibilidad de servicios sociales que permitan que ellas puedan continuar trabajando, incluso después de la maternidad y la existencia de incentivos para el emprendimiento femenino. En este sentido se refuerza la necesidad de revisar las actuales políticas institucionales incorporando la dimensión de género.

Finalmente, la relevancia de promover el emprendimiento de las mujeres se asocia al importante aporte potencial que tiene para el crecimiento económico regional y nacional, ya que ellas constituyen no sólo agentes económicos generadores de ingresos, empleos y valor para la sociedad, sino que también agentes consumidoras con poderes adquisitivos propios que trascienden los roles tradicionales de género. Por otra parte, el promover el emprendimiento de este sector de la población es una señal de fortalecimiento de las políticas de igualdad de oportunidades promovidas a nivel mundial.

En consecuencia, este segundo informe es parte de una serie de estudios que pretenden entregar un análisis comprensivo y actualizado del rol de las mujeres involucradas en la actividad emprendedora a nivel regional, proporcionando un análisis de las características y del contexto del emprendimiento femenino y cómo se relaciona con el de los hombres. Se espera que este trabajo abra la discusión sobre las necesidades y desafíos que tienen los distintos sectores políticos, económicos y sociales en el fortalecimiento de esta actividad en la Región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acs, Z. (2006). How is Entrepreneurship good for Economic Growth?. *Innovations*. Pp:97-107.
- Acs, Z., Arenius, P., Hay, M. y Minniti, M. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor 2004 Executive Report*. London, U.K.: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.
- 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.
- Allen, I.; Elam, A.; Langowitz, N. and Dean, M. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor. 2007 Report on Women and Entrepreneurship*. Babson College.
- Bielby, D. y Bielby, W. (1988). She works hard for the money: Household responsibilities and the allocation of work effort. *American Journal of Sociology*, 93 (5), 1031-1059.
- Bosma, N., Acs, Z., Autio, E., Coduras, A. y Levie, J. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor. 2008 Executive Report*. Available www.gemconsortium.org.
- England, P. (1984). Wage appreciation and depreciation: A test of neoclassical economic explanation of occupational sex segregation. *Social Forces*, 62 (3), 726-800.
- Grupo de Iniciativa Mujeres, (GIM) (2002). *El Nuevo Contrato Social Dirigido a las Mujeres: balance de una década de democracia en Chile*. Santiago de Chile, GIM, CEDEM, CEM, Corporación La Morada, CORSAPS, DOMOS, FLACSO, Fundación Instituto de la Mujer, Isis Internacional, MENCH, PROSAM.
- Headd, B. (2003). Redefining Business Success: Distinguish between closure and failure. *Small Business Economics*. 21, pp: 51-61.
- Lobel, S. (1991). Allocation of Investment in work and family roles: Alternative theories and implications for research. *Academy of Management Review*, 16 (3), 507-521
- Ortega, D., Amorós, E., Sinn, F. y Pizarro, O. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor. Mujeres y Actividad Emprendedora Chile 2008/2009*. Ediciones Universidad del Desarrollo.
- Palacios, M. (2006) La subjetividad y los límites del liberalismo en Chile. En: *Puertas Adentro. Femenino y masculino en la familia contemporánea*. Ximena Valdés, Christine- Meunier & Margarita Palacios. Santiago, LOM Ediciones, CEDEM.(pp. 105-127).
- Porter, M. and Schwab, K. (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. Geneve, Switzerland: Word Economic Forum.
- Porter, M., Sachs, J. and McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In: Porter, M., Sachs, J., Cornelius, P.K., McArthur, j. and Schwab (eds.). *The Global Competitiveness Report 2001-2002*. New York: Oxford University Press.
- Reynolds, P.; Bosma, N. and Autio, E. (2005) *Global Entrepreneurship Data Collection Design and Implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24 (3), 205-235.
- Romaní, G. y Amorós, E. (2009). Informal Investors in Chile: An exploratory study from a gender perspective. Artículo publicado en los proceedings del 32nd ISBE Conference

Liverpool.

Romaní, G. y Atienza, M. (2009). GEM Informe de la Región de Antofagasta, Chile, 2008. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias, Universidad Católica del Norte.

Salinas, P. (1999). Mujer y Participación Social. La participación de las mujeres en el Programa de Apoyo para Mujeres Jefas de Hogar de Escasos Recursos de Antofagasta. Revista de Ciencias Sociales Vol I (1), pp. 19-38.

Salinas, P. (2003) Las Experiencias Familiares y laborales de las Mujeres participantes en el PMJH de Antofagasta. Revista de Trabajo Social, Pontificia Universidad Católica de Chile N° 72, Pp. 73-86

Salinas, P. (2004) Pobreza y Políticas Sociales en Chile: la feminización de la pobreza; Revista Perspectiva. Año 8; Número13 , pp. 19-26

Salinas, P.; Arancibia, S. (2006) Discursos masculinos sobre el poder de las mujeres en Chile. Sujetos y subjetividades. Revista Ultima Década. N° 25, pp. 65-90.

Salinas, P. (2007) Los discursos masculinos como dispositivos de control y tensión en la configuración del liderazgo y empoderamiento femenino. Revista de Estudios Feminista, CFH/CCE/UFSC Vol. 15 (3), pp. 541- 562

Salinas, P. y Reyes, C. (2008). El Mercado Laboral en la Región de Antofagasta: Tensiones y Resistencias de género. Revista Tercer milenio. N° 15, pp. 56-71.

Salinas, P.; Barrientos, J.; Rojas, P. (s/f) La Discriminación de Género y la Identidad de los Trabajadores Mineros del Norte de Chile, Revista de Estudios Feminista (en revisión)

Timmons, J. y Spinelli, (2008). New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21st Century. Eight Edition. New York: McGrawHill.

EXPERTOS ENTREVISTADOS¹

Vanessa Acuña Bravo
Directora Regional
Prodemu

Juan Manuel Aguirre
Gerente General
Agua Marina

Juan Aguirre Mamani
Gerente Sucursal Antofagasta
Banco Internacional

Roberto Álamos Carrasco
Encargado
Oficina OIRS Aduana Antofagasta

Carlos Alejos
Gerente General Pentabor.
Calama

Fernando Álvarez
Seremi de Bienes Nacionales
Región de Antofagasta

Mercedes Álvarez
Asesora Regional Ministerial de Hacienda
Región de Antofagasta

Héctor Anabalón
Gerente General Incubadora de Negocios
Sede Calama

Hernán Ángel
Director de OTRI Chile
Región Antofagasta

Héctor Araya
Director de Equipos Ejecutivos de Pymes
Región de Antofagasta

Humberto Araya
Seremi de Transportes y
Telecomunicaciones
Región de Antofagasta

Teodoro Azocar
Gerente
Holding Educacional Magister

Kenneth Genth
Gerente General
Momento Cero M0

Gabriela Gómez
Encargada Políticas Públicas
Gobierno Regional Antofagasta

Alejandro González Funes
Gerente División de Sictel

Catalina Gutiérrez
Ejecutiva Proyectos Fomento Productivo
Sercotec

Marcelo Jo
Gerente General Desarrollo Tecnológico
Compañía Minera Xstrata Copper

Geraldo Jusakos
Director Ejecutivo
Agencia Regional de Desarrollo Productivo.

Juan Pablo León
Jefe Unidad de Estudios
Asociación de Industriales de Antofagasta,
AIA

Miriam Loyola
Presidenta
Asociación Gremial de Mujeres
Empresarias

Jorge Lucero
Gerente General
Frontier Cargo S.A.

Ricardo Muñoz Miranda
Jefe de Proyectos-Área Tecnológica
Asociación Industriales de Antofagasta, AIA

Lenka Marangunic
Directora Regional
Fondo de Solidaridad e Inversión Social

Arturo Basadre
Gerente General
ABR Ingeniería Chile LTDA.

Aida Bravo Valdebenito
Directora (S)
SENCE

María Teresa Bustos
Directora Ejecutiva
Corporación para el Desarrollo Productivo

¹ En orden alfabético y con el cargo que ocupaban cuando fueron entrevistados (Mayo/Junio, 2008).

Pamela Candia
Gerente
Proyecsus

Carlos Cantero
Senador de la República de Chile

Giancarlo Coronata
Gerente
Casa Comercial Vaticano

Esther Croudo
Fundación Simón de Cirene

Jorge Díaz Araya
Superintendente Desarrollo Sustentable
Barrick Zaldívar

Guillermo Delgado
Gerente General
Maco S.A.

Álvaro Fernández
Gerente General
Puerto de Antofagasta

Gonzalo Flores
Director Programa Emprendedores
Universidad de Antofagasta.

Marko Franasovic
Presidente
Asociación de Pintores, APECH

Eduardo García Rodríguez.
Gerente General Zona Norte
Larraín Vial

Orlando Martínez
Socio Fundador
Tequila Pub Restaurant

Oswaldo Pasten
Gerente Negocios
Insertransfield S.A.

Roberto Peralta
Director Regional
CORFO Antofagasta

Mario Pereira
Director de Investigación y Postgrados
Universidad Católica del Norte

Miguel Quezada Olivares
SERNATUR

Marco Antonio Riquelme S.
Sostenedor
Giant School

Mauro Robles Torres
Director
Mercurio de Antofagasta

Jorge Ruz
Gerente General Cociva

Alejandro Silva
Gerente General
Incubadora de Negocios Incuba2, Sede
Antofagasta.

Constantino Zafirópulos
Empresario

Juan Ignacio Zamorano
Coordinador regional del Área de Fomento
a la Innovación y Emprendimiento, CORFO.

Marcela Ziede Bize
Directora MBA /FACEA UCN

SOBRE LAS AUTORAS

GIANNI ROMANÍ CHOCCE:

Magíster y Doctora en Administración de Empresas mención Finanzas de la Universidad de Sao Paulo, Brasil. Directora del Centro de Emprendimiento y de la Pyme, CEMP.

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 y emprendimiento.

Contacto: gachocce@ucn.cl

PAULINA SALINAS MERUANE:

Doctora en Ciencias Sociales, Freie Universität Berlín, Alemania.

Trabaja como profesora/investigadora de la Escuela de Periodismo, Facultad de Humanidades de la Universidad Católica del Norte, Chile. Sus áreas de investigación son: estudios de género, participación ciudadana y análisis del discurso

Contacto: psalinas@ucn.cl

CLAUDIA REYES BETANZO:

Magister en Administración de Empresas (MBA) y Magister en Recursos Humanos de Cleveland State University, USA.

Trabaja como profesora/investigadora de la Escuela de Periodismo, Facultad de Humanidades de la Universidad Católica del Norte, Chile

Sus áreas de investigación son: estudios de género y emprendimiento.

Contacto: clreyes@ucn.cl

MARCELA ZIEDE BIZE:

Magister en Dirección de Recursos Humanos y Consultoría de Procesos en las Organizaciones, Universidad de Barcelona.

Magister en Gerencia y Políticas Públicas, Universidad Adolfo Ibáñez.

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 recursos humanos, género y relaciones laborales.

Contacto: mziede@ucn.cl

COORDINACIÓN DEL GEM CHILE

El proyecto GEM Chile 2008 ha sido desarrollado en conjunto por el Centro de Emprendimiento de la Universidad Adolfo Ibáñez y el Global Entrepreneurship Research Center de la Universidad del Desarrollo.

Centro de Innovación y Emprendimiento
Universidad Adolfo Ibáñez

Global Entrepreneurship Research Center -GERC
Universidad del Desarrollo

www.uai.cl

Contacto: Michelle Ballesteros,
Coordinadora de Emprendimiento
michelle.ballesteros@uai.cl
Tel: (562) 675 4562

www.fenudd.cl/gerc

Contacto: Daniela Ortega
Coordinadora GERC
dortega@udd.cl
Tel: (562) 327-9158

COORDINACIÓN DEL PROYECTO GEM EN REGIONES

Equipos regionales que participaron en el proyecto GEM Chile en el periodo 2008

	Región	Equipo	Auspicio
Universidad Católica del Norte	Antofagasta	Gianni Romaní Chocce Miguel Atienza Úbeda	Universidad Católica del Norte. FACEA / CEMP Agencia Regional de Desarrollo Productivo.
Universidad Católica del Norte	Coquimbo	Karla Soria	Universidad Católica del Norte
Universidad Técnico Federico Santa María	Valparaíso	Cristóbal Fernández Jorge Cea	Departamento de Industrias, Economía y Negocios.
Universidad del Desarrollo	Del Bío-Bío	Olga izarro Stiepovic José Ernesto Amorós	Facultad de Economía y Negocios
Universidad de la Frontera	Región de la Araucanía	Carlos Isaacs Bornard Claudina Uribe Franklin Valdebenito Gerardo Lagos Pedro Araneda	INCUBATEC – Incubadora de Negocios de la Universidad de la Frontera.

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.



GOBIERNO DE CHILE
GOBIERNO REGIONAL DE ANTOFAGASTA

Los gobiernos regionales deberán observar como principio básico, el desarrollo armónico y equitativo de sus territorios, tanto en aspectos de desarrollo económico, como social y cultural. Consecuente con el mandato establecido en la Ley, el Gobierno Regional de Antofagasta tiene como misión “Potenciar el desarrollo integral de todos y cada uno de los habitantes de la región, contribuyendo al desarrollo sustentable y equitativo del territorio, articulando los intereses, inversiones y acciones del sector público y la interacción con el sector privado”.



Las Agencias Regionales de Desarrollo Productivo cumplen un papel determinante en cuanto a favorecer condiciones territoriales e institucionales de entorno propicio para el desarrollo productivo sustentable. Dada su composición y mirada estratégica, ellas contribuyen a hacer de la Región un espacio estimulante para la inversión productiva, la innovación tecnológica y la capacidad emprendedora de las empresas y personas.



www.cemp.ucn.cl

Colaboran:



Ediciones Universitarias
Universidad Católica del Norte