

Informe de la Región de Atacama 2013





Este estudio fue financiado gracias a los recursos obtenidos del FNDR del
Gobierno Regional de Atacama



Dirección General

Jorge Villalobos Rodríguez
Gerente General (s) CCIRA

Ejecutivo Responsable

Carolina Blanco Zepeda
Unidad de Inteligencia Competitiva

Edición General

Rodrigo Naranjo Ortega
Asesor de Comunicaciones

Fotografías

Rodrigo Naranjo Ortega
Alex Fuentes Catrín

Diagramación

La Ventana

Contacto

comunicaciones@ccira.cl
Fono: (52) – 2233084

Dirección

Juan Martínez 301, Copiapó
www.ccira.cl



Laguna del Negro Francisco, Región de Atacama



Global Entrepreneurship Monitor
INFORME DE LA REGIÓN DE ATACAMA, CHILE 2013

01

PRESENTACIÓN

Presentación CCIRA

Palabras del Autor

Resumen Ejecutivo

Emprendedor de Atacama

02

MODELOS GEM

Metodología

Acerca del GEM Atacama

03

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE

ATACAMA

Perfil del emprendedor de Atacama:

Características Básicas

05

ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES

Novedades de los Productos

Competidores

Tecnologías

06

CONTEXTO EMPRENDEDOR

Evolución

Acceso a Financiamiento

Tecnologías

07

CONCLUSIONES

08

ANEXOS

Ficha Metodológica

Coordinación GEM Chile y Atacama

Expertos Consultados

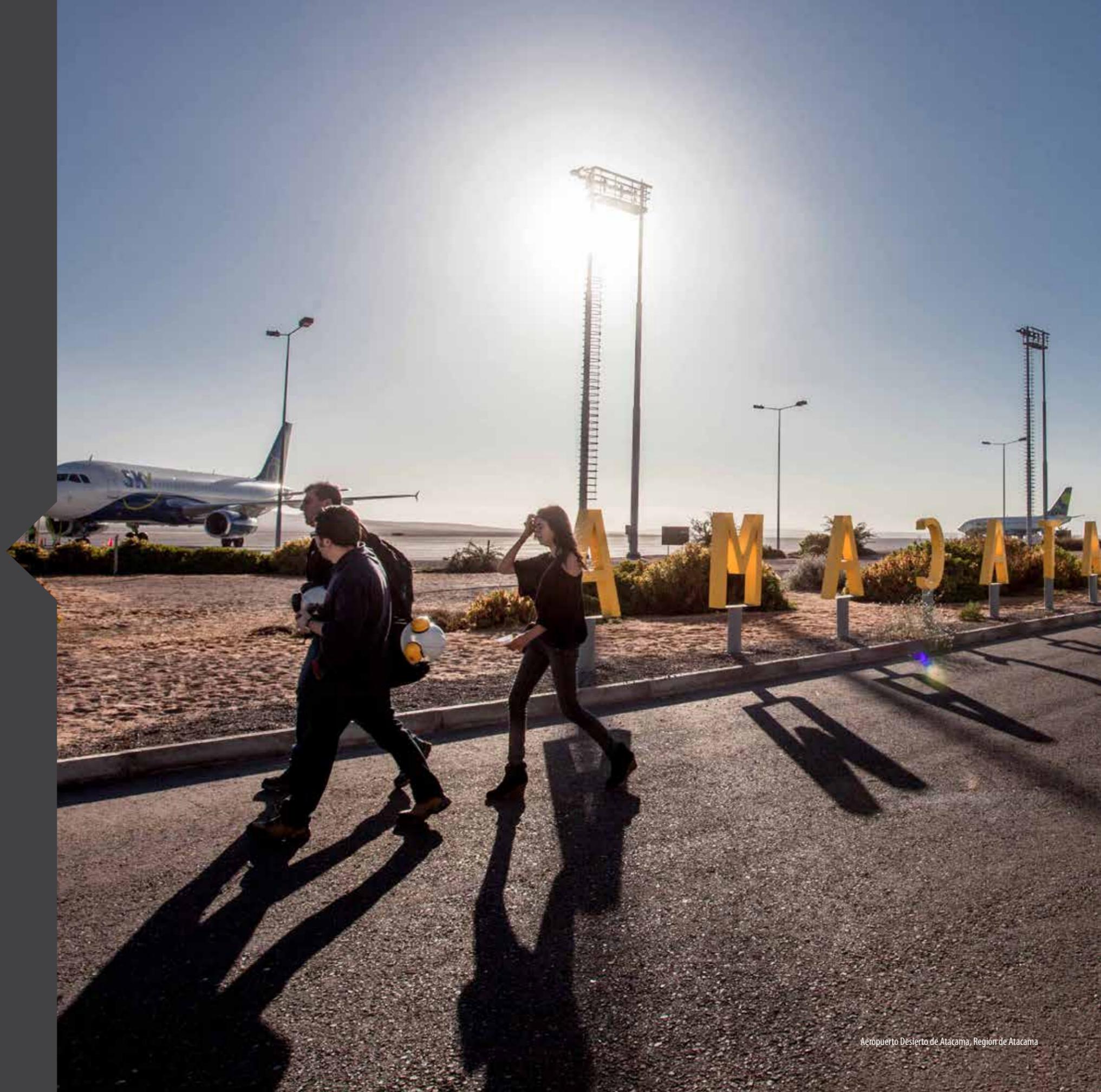
04

ACTITUD EMPRENDEDORA

Evolución 2011 - 2013

01

PRESENTACIÓN



1.- PRESENTACIÓN CCIRA

Carta del Gerente General

La actividad emprendedora es uno de los principales soportes de la economía nacional y regional por lo que se hace fundamental contar con datos específicos, claros y especializados que caractericen de manera certera esta actividad.

El emprendimiento es un fenómeno complejo, donde confluyen distintas motivaciones, habilidades, recursos, mercados y entornos para determinar distintos tipos de negocios, con resultados y potencialidades distintas.

El Global Entrepreneurship Monitor o Monitor Global de Emprendimiento (GEM) proporciona un marco único que nos permite abarcar todas estas situaciones, sin confundirlas en un único indicador y perder así la riqueza de la información obtenido sobre una realidad multisectorial.

Esperamos que este informe proporcione herramientas para el diseño y ejecución de políticas públicas orientadas al desarrollo, así como información valiosa para los sectores privados.

Dedicamos este informe a todas los emprendedores de Atacama que se esfuerzan cada día por salir adelante.

Nuestra esperanza es que este no sea un informe más, sino que permita crear oportunidades para todos.

Jorge Villalobos Rodríguez
Gerente General (s)
CCIRA



1.2.- PRESENTACIÓN



Muelle de la ciudad de Caldera

Ampliar el conocimiento del comportamiento que envuelve al emprendedor a nivel regional es uno de los objetivos prioritarios del Proyecto GEM Atacama. Por esta razón es con gran satisfacción que presentamos a la comunidad regional este informe que permite conocer la actividad emprendedora atacameña 2013-2014, resultado de grandes esfuerzos conjuntos entre la Universidad del Desarrollo y la Corporación para la Competitividad e Innovación de la Región de Atacama.

El informe GEM Atacama 2013 – 2014, en su cuarto año consecutivo de aparición, se centra en el análisis comparativo de los resultados de Atacama con los valores a nivel nacional y de la evolución de éstos en los últimos 4 años en nuestra región.

Estos resultados empíricos brindan información invaluable para la formulación de estrategias ajustadas a nuestra realidad regional. Por tanto en este informe

Ud. puede encontrar una serie de recomendaciones que esperamos que sean útiles tanto para el gobierno local y nacional, como para las instituciones de nuestra sociedad civil.

Esta investigación se ha realizado gracias al apoyo financiero del Gobierno Regional de Atacama. La Unidad de Inteligencia Competitiva de la CCIRA agradece el valioso apoyo de los expertos que nos acompañan año

a año, posibilitando que usted pueda beneficiarse de los aportes de este documento que tiene en sus manos.

Agradezco especialmente a Gianni Romani y José Ernesto Amorós por el constante apoyo que me han brindado en el desarrollo de este proyecto, dado que con su guía he podido construir desde el año 2011 estos informes.

Carolina Blanco Zepeda
Encargada Unidad de Inteligencia Competitiva
Corporación para la Competitividad e Innovación de la
Región de Atacama

1.3-.RESUMEN EJECUTIVO

El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM, es una iniciativa a nivel internacional que busca caracterizar la actividad emprendedora en diferentes países, con el objeto de entender las variables que la determinan y realizar comparaciones que permitan hacer un seguimiento del emprendimiento a nivel mundial. Chile se asoció a esta importante iniciativa a partir del año 2002 y la institución que representa al país en el consorcio GEM es la Universidad del Desarrollo. Actualmente el GEM Chile es administrado por el Centro de Investigación Global Entrepreneurship Research Center (GERC), de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo.

Desde el año 2007 en adelante, para la realización de cada reporte anual, GEM ha incorporado a las regiones de Chile en el análisis de la actividad emprendedora, generando alianzas con prestigiosas universidades e instituciones regionales, lo que ha permitido que para el año 2013, se estudie dicha actividad en 7 regiones del país.

El GEM hace una recolección de información primaria a través de dos encuestas conocidas por sus siglas APS y NES. La primera (APS) es una encuesta aleatoria, la cual consiste en la aplicación de un cuestionario estructurado a una muestra compuesta por 6703 adultos mayores de 18 años. La segunda encuesta (NES) consiste en la aplicación de un cuestionario a expertos, sobre temas específicos del contexto para el emprendimiento en el país o región.

Estas metodologías permiten que, a diferencia de otros estudios, el GEM se focalice en la figura del emprendedor, adoptando una aproximación comprensible y considerando el grado en que las personas se involucran en actividades emprendedoras dentro de un país o región, identificando diferentes tipos y fases del emprendimiento. Es importante señalar que el GEM denomina emprendedores en etapas iniciales a la proporción de la población adulta y nacional que es dueño de un negocio, pero que no supera los 3,5 años de antigüedad en la actividad. También, considera emprendedor establecido a todo aquel que es dueño de un negocio que supera los 3,5 años de antigüedad.

Principales conclusiones

1. En el año 2013, un 22,89% de la población de la región de Atacama entre 18 y 64 años de edad está involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales, es decir en negocios que tienen entre 0 y 3,5 años de existencia. .
2. Entre las regiones participantes en el proyecto GEM, Atacama posee una tasa más baja de emprendedores establecidos con un 6,11 % de la población adulta.
3. De los emprendedores en etapas iniciales de la región, más del 50% declara haber iniciado su negocio motivado por una oportunidad, mientras que el 35% declara haberlo hecho motivado por una necesidad.
4. El perfil del emprendedor en etapa inicial de la región de Atacama, se puede describir como una persona de género femenino, cuya edad promedio está en el rango desde los 25 a los 44 años de edad. El nivel de estudios, tanto de los emprendedores en etapas iniciales como empresarios establecidos, es de una educación técnica y sus negocios se orientan al sector del consumidor.
5. Respecto al nivel socioeconómico de los emprendedores de la región de Atacama se concentra para los emprendedores en etapas iniciales en el tercio superior el ingreso per cápita del país.
6. Más del 55% de los emprendedores tanto en etapas iniciales como en establecidos, considera que los servicios que ofrece son novedosos para todos sus clientes.
7. Respecto al contexto emprendedor regional, la opinión de los expertos señala que los indicadores mejor evaluados son el acceso a la infraestructura física, normas sociales y culturales y programas de gobierno.



1.4-. EMPRENDEDOR DE ATACAMA

¿Cómo es el emprendedor de la Región de Atacama?

EDAD

La edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 35 años, mientras que la edad promedio de los establecidos es de 55 años

ESCOLARIDAD

El 18,9 % de los emprendedores en etapas iniciales tiene estudios universitarios completos

MOTIVACIÓN

El 55 % de los emprendedores iniciales manifestó que su motivación para emprender fue una oportunidad de negocio y el 35% lo hizo por necesidad

SECTOR ECONÓMICO

El 60% de los emprendedores iniciales y el 59 % de los establecidos se encuentran insertos en el sector de servicios al consumidor

NIVEL DE INGRESOS

El 19,7% de los emprendedores en etapas iniciales se encuentran en el tercio superior al ingreso per cápita del país

¿Cómo es la actitud del emprendedor de la Región de Atacama?

OPORTUNIDADES PERCIBIDAS

El 79,4% de la población adulta de Atacama considera que habrá buenas oportunidades de negocio para los próximos 6 meses

CAPACIDADES PERCIBIDAS

El 64,7% de la población adulta considera que posee los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para iniciar un negocio o empresa

INTENCIÓN EMPRENDEDORA

El 53,4 % de la población adulta señala que espera crear un nuevo negocio dentro de los próximos 3 meses

MIEDO AL FRACASO

Al 25,5 % de la población adulta, el temor al fracaso le impide iniciar un negocio



1.4-. EMPRENDEDOR DE ATACAMA

¿Cuáles son las aspiraciones del emprendedor de la Región de Atacama?

NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS

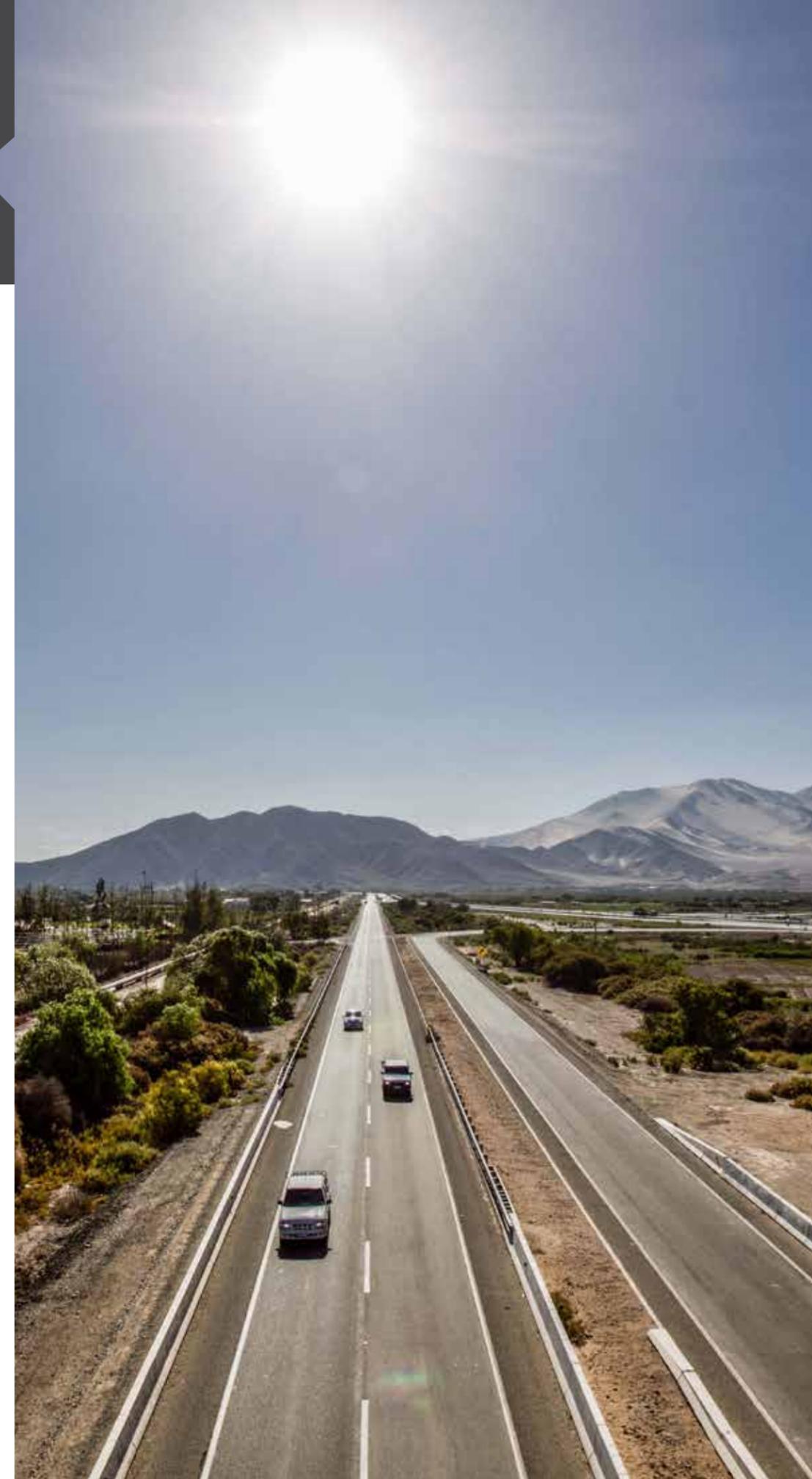
El 57% de los emprendedores en etapas iniciales y 63% de los emprendedores establecidos considera que sus productos son novedosos para todos.

COMPETENCIA PERCIBIDAS

El 57,3 % de los emprendedores en etapas iniciales y el 51,8 % de los emprendedores establecidos consideran que tiene algunos competidores.

USO DE TECNOLOGÍA

El 37% de los emprendedores en etapas iniciales y 67% de los emprendedores establecidos usa tecnología no nueva.



02

MODELO GEM



2-. MODELO GEM

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es una investigación que describe y analiza los procesos empresariales dentro de una amplia gama de países. Este proyecto fue desarrollado en 1997 para explorar en detalle el papel del espíritu emprendedor en el desarrollo y crecimiento económico de los países vinculados y lo circunscribe a nivel del individuo, de las empresas y del marco institucional.

El enfoque principal del GEM ha estado en cuatro objetivos:

- Las diferencias existentes entre los países en cuanto su actividad emprendedora,
- Las consecuencias de estas diferencias en los países y
- Las posibilidades de intervención de los gobiernos para influir en el desarrollo del espíritu emprendedor.

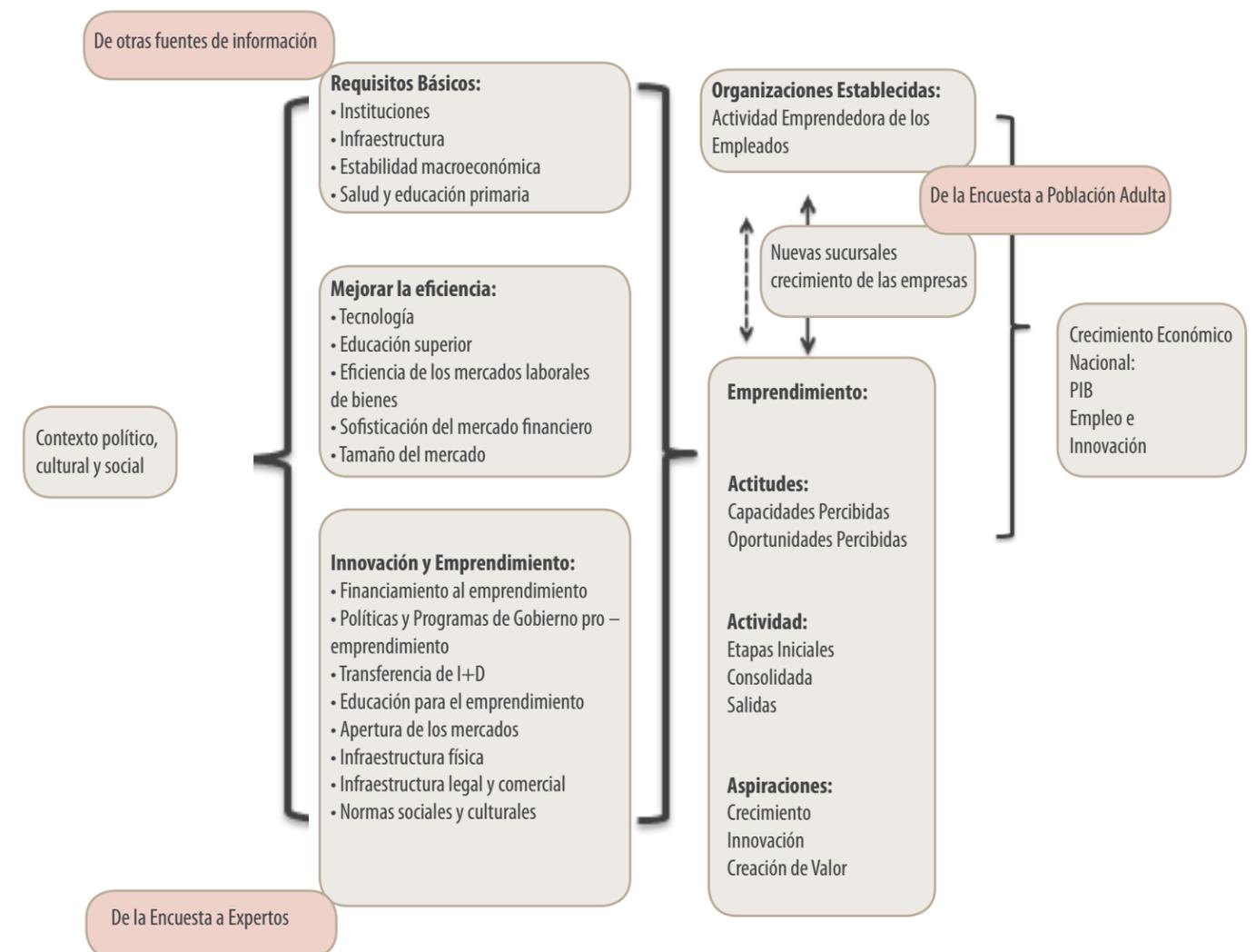
GEM es un esfuerzo de colaboración que realiza actualmente entre 67 países. A partir de las definiciones de Porter, Sachs y McArthur (2002), los países participantes son categorizados en tres grupos:

- Economías impulsadas por los factores, cuya principal fuente de ingreso y riquezas corresponde a los procesos de extracción de las materias primas,
- Economías impulsadas por la eficiencia, en las cuales el principal factor de generación de riqueza es la intensidad de la producción, basada en el logro de economías de escala,
- Economías impulsadas por la innovación, en las que el principal factor de generación de riqueza es la producción de bienes y servicios innovadores.

La investigación involucra diferentes tipos de colección de datos. Se realizan encuestas a población adulta entre 18 y 64 años de edad (Adult Populations Survey –APS) para crear dos índices: a) índice de la actividad total emprendedora (TEA) el cual permite conocer el número de personas activas en el proceso de creación de empresas, y b) el índice que mide la actividad de las empresas establecidas (FEA). La estandarización de estas encuestas es la base para las comparaciones armonizadas a nivel mundial. También se realizan encuestas a expertos nacionales y regionales en espíritu emprendedor en cada país y región (National Expert Survey – NES).

La Figura 1 ilustra el modelo conceptual del GEM y presenta el contexto institucional y su relación con el espíritu emprendedor, para lo cual se definen dos conjuntos de condiciones esenciales que influyen en la forma cómo funciona una sociedad y en el bienestar de su gente, estos son: los requerimientos básicos y los potenciadores de la eficiencia, los cuales han sido adoptados del reporte sobre competitividad global del Foro Económico Mundial, y nueve condiciones del entorno que impactan significativamente este proceso. Dicho modelo muestra la relación entre el contexto político, cultural y social, y las condiciones esenciales y las del entorno que impactan las actitudes de la población hacia el emprendimiento, sus motivaciones y aspiraciones. Dicho emprendimiento está dado por las nuevas iniciativas empresariales y por las empresas establecidas. El resultado del modelo es el desarrollo económico y social nacional, el cual se refleja en generación de empleo, innovación y valor social.

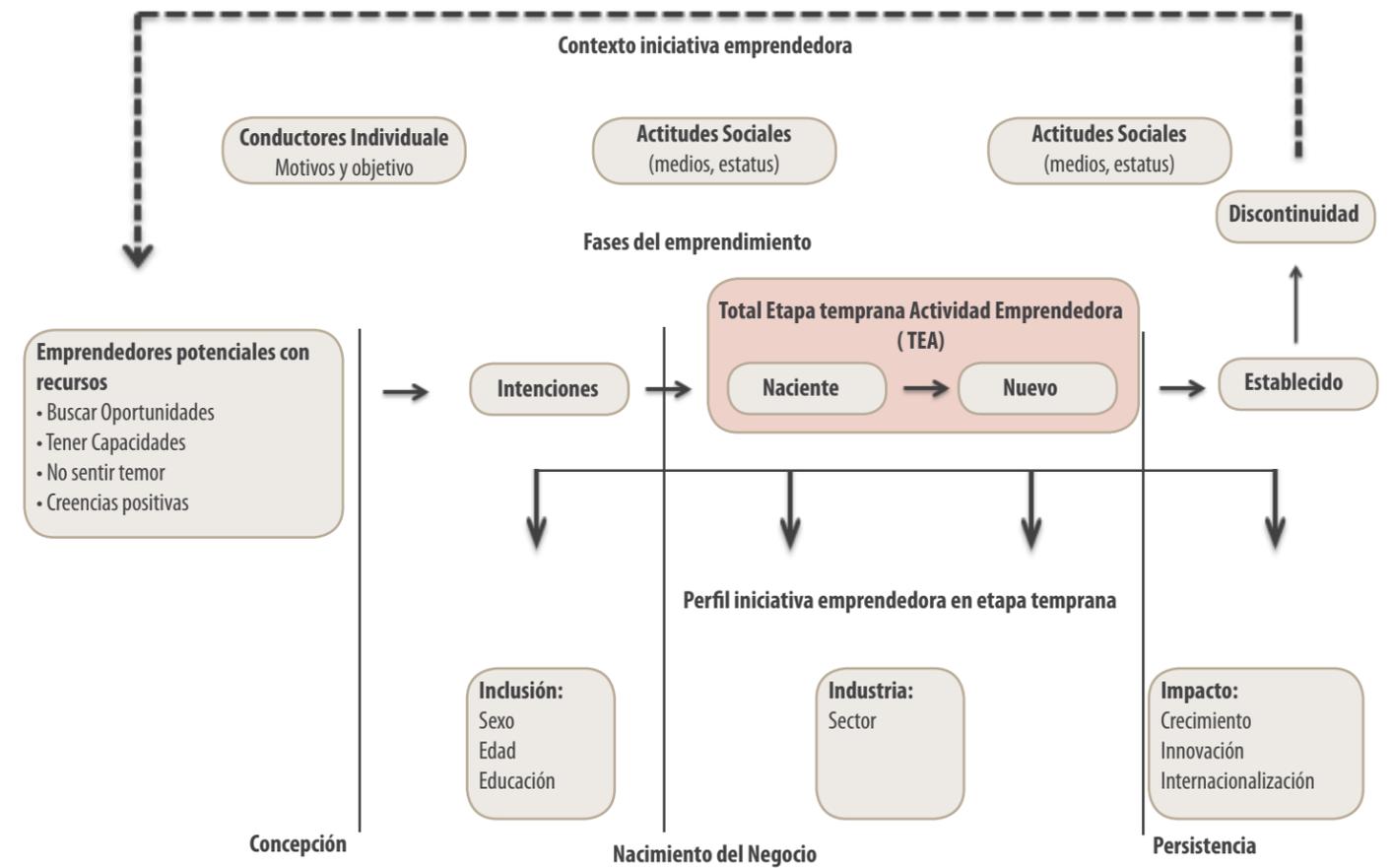
Figura1: Modelo GEM



2-. MODELO GEM

El GEM se enfoca en los individuos como unidades de observación que ofrecen información sobre las motivaciones y aspiraciones empresariales, y sobre otras características. Adicionalmente, permite la exploración de las características de las empresas así como las causas y consecuencias de la creación de nuevas empresas. Por lo tanto, se comprende la actividad emprendedora como un proceso por el que una persona pasa por 4 posibles fases del emprendimiento, que se explican en la Figura 2.

Figura 2: El proceso emprendedor y las definiciones conceptuales estudio GEM



2-. MODELO GEM

2.1 Metodología

Una vez que se ha definido el modelo general y las principales definiciones, se explica la metodología que sigue el proyecto GEM. Éste tiene dos instrumentos con los que recopila información primaria, es decir datos directamente de la fuente de estudio. El primero de estos instrumentos es denominado Encuesta a la Población Adulta y el segundo se denomina Encuesta a Expertos.

Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey, APS): Se hace a mínimo de 2000 adultos, entre 18 y 64 años por país participante en el proyecto. Cada uno de ellos es entrevistado telefónicamente, cara a cara o una combinación de ambos, principalmente durante los meses de mayo a agosto de cada año, en Atacama la muestra fue de más de 400 adultos. En esta encuesta se hacen preguntas precisas acerca de la participación en, y la actitud hacia, el emprendimiento. Con esto se recopilan los datos con los que se analiza en profundidad los elementos del modelo del GEM que tienen relación directa con las actitudes, aspiraciones y actividad emprendedora de las personas a nivel nacional y regional, situando a los diferentes territorios dentro de este contexto internacional, nacional y regional.

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

Cabe destacar que Chile es uno de los países del GEM que ha puesto mayor énfasis en el enfoque regional, lo cual ha permitido tener una mayor cantidad y calidad de datos. Así, en el 2013, en el país se han realizado un poco más de 6700 encuestas a la población adulta y una amplia consulta a expertos nacionales que nos ha llevado a tener más de 350 expertos de nueve regiones.

2.2 Acerca del GEM Atacama

El proyecto GEM, es una iniciativa a nivel internacional que busca caracterizar la actividad emprendedora en diferentes países, con el objeto de entender las variables que la determinan y realizar comparaciones que permitan hacer un seguimiento del emprendimiento a nivel mundial. Chile se asoció a esta importante iniciativa a partir del año 2002 y la institución que representa al país en el consorcio GEM es la Universidad del Desarrollo. Actualmente el GEM Chile es administrado por el Centro de Investigación Global Entrepreneurship Research Center (GERC), de la Facultad de Economía y Negocio de la Universidad del Desarrollo.

Desde el año 2007 en adelante, para la realización de cada reporte anual, GEM Chile ha incorporado regiones de Chile en el análisis de la actividad emprendedora, generando alianzas con prestigiosas universidades e instituciones regionales. Desde el año 2010, en Atacama, la alianza es con la Corporación para la Competitividad e Innovación para la Región de Atacama (CCIRA) y desde ese entonces, el Proyecto GEM lo desarrolla su Unidad de Inteligencia Competitiva.



03

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA



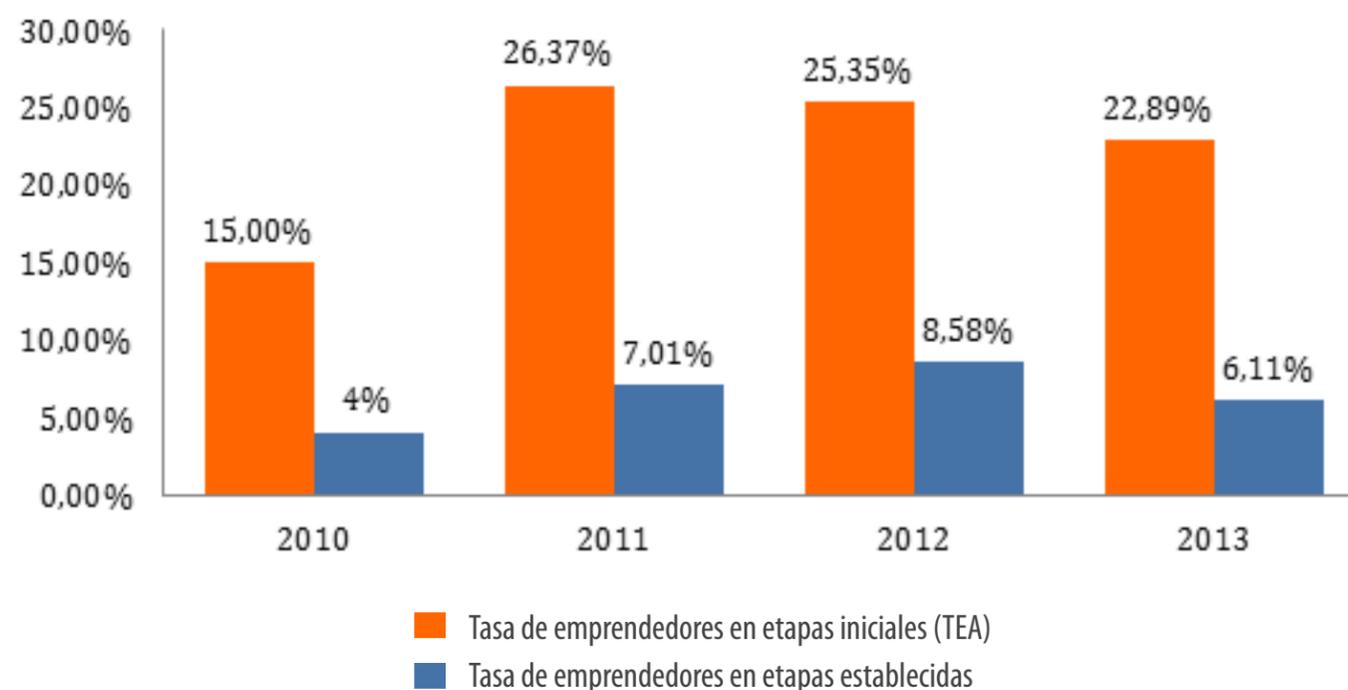
3-. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ATACAMA

3.1 Perfil del emprendedor de Atacama: Características básicas

Uno de los elementos especiales del estudio GEM es la generación de información muy específica sobre las características de los emprendedores en términos de motivación para crear empresas, género, edad, nivel educacional, nivel de ingreso, entre otros. Esta es la única fuente a nivel regional, comparable con las 9 regiones participantes, que permite conocer las diferencias en el nivel de actividad emprendedora entre las diferentes edades, niveles de educación, sexo, pero sobre todo para cada una de las fases del proceso emprendedor. Dado que afirmar simplemente que son más emprendedores los hombres que las mujeres no ayuda a comprender la situación, es importante profundizar el análisis en dimensiones que ayuden a comprender las diferencias que puedan explicarlo. Para ello, en adelante, se presentarán los resultados de la región de Atacama tanto para emprendedores en etapas iniciales, es decir quienes afirman tener empresas de menos de 42 meses de actividad, como para el grupo de los establecidos que afirman tener empresas con más de 42 meses de actividad. Con la finalidad de brindar la información necesaria para ajustar toda política y estrategia para promover el desarrollo emprendedor de nuestra región.

En la Gráfica 1 se puede apreciar la comparación de datos entre cuatro años de la tasa de emprendedores nuevos y los emprendedores establecidos, pudiendo destacar la paulatina disminución desde el año 2011 de la TEA, provocado por el escenario económico que ha presentado la región en los últimos años. Los resultados que nos entrega la Tasa de emprendedores en etapas establecidas siguen reflejando la debilidad que existe en mantener negocios en Atacama, lo que se puede deber a diversos factores que analizaremos más adelante, en profundidad con los resultados de la encuesta a expertos.

Gráfica 1: Evolución de la TEA y Emprendedores establecidos, 2010 – 2013.



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta

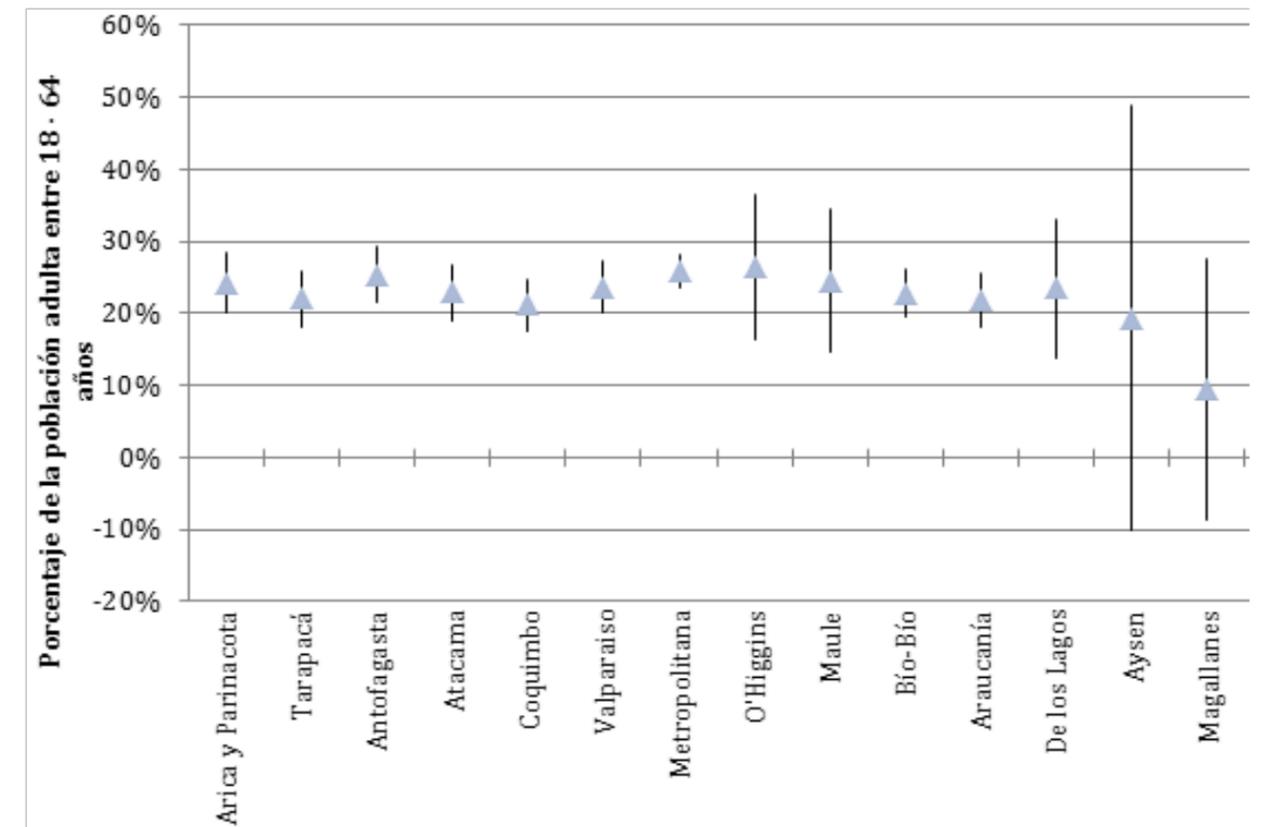


3-. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ATACAMA

Durante el año 2012 en la región de Atacama, del total de la población, un 25,35% de adultos involucrados en actividades emprendedoras en sus primeras etapas, lo que la situaba sobre el promedio nacional de ese año, 22,58%. Este porcentaje ubicaba a Atacama en un segundo lugar entre las regiones participantes de ese año.

En la Gráfica 2 se presenta la TEA para cada región participante en el Proyecto GEM Chile durante el año 2013, esta comparación nos permite observar que Atacama se encuentra en el 8º lugar del ranking de las regiones participantes del proyecto este año, con un TEA cercano al 23%. Sin embargo, los promedios son muy similares y están dentro del mismo margen de error que el promedio nacional, 24,33%, por lo que las diferencias no son muy significativa. Atacama presenta 23 personas por cada 100 individuos adultos de la región que están involucrados en actividades emprendedoras en etapas iniciales. Lo que ocurre con nuestras regiones vecinas no presenta mayor diferencia, Antofagasta está por sobre nuestra región presentando un TEA de 25%, y Coquimbo se encuentra bajo nuestra tasa, reflejando un TEA de 21%.

Gráfica 2: TEA en las regiones participantes en el GEM Chile 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 - 2014. Encuesta a la Población Adulta

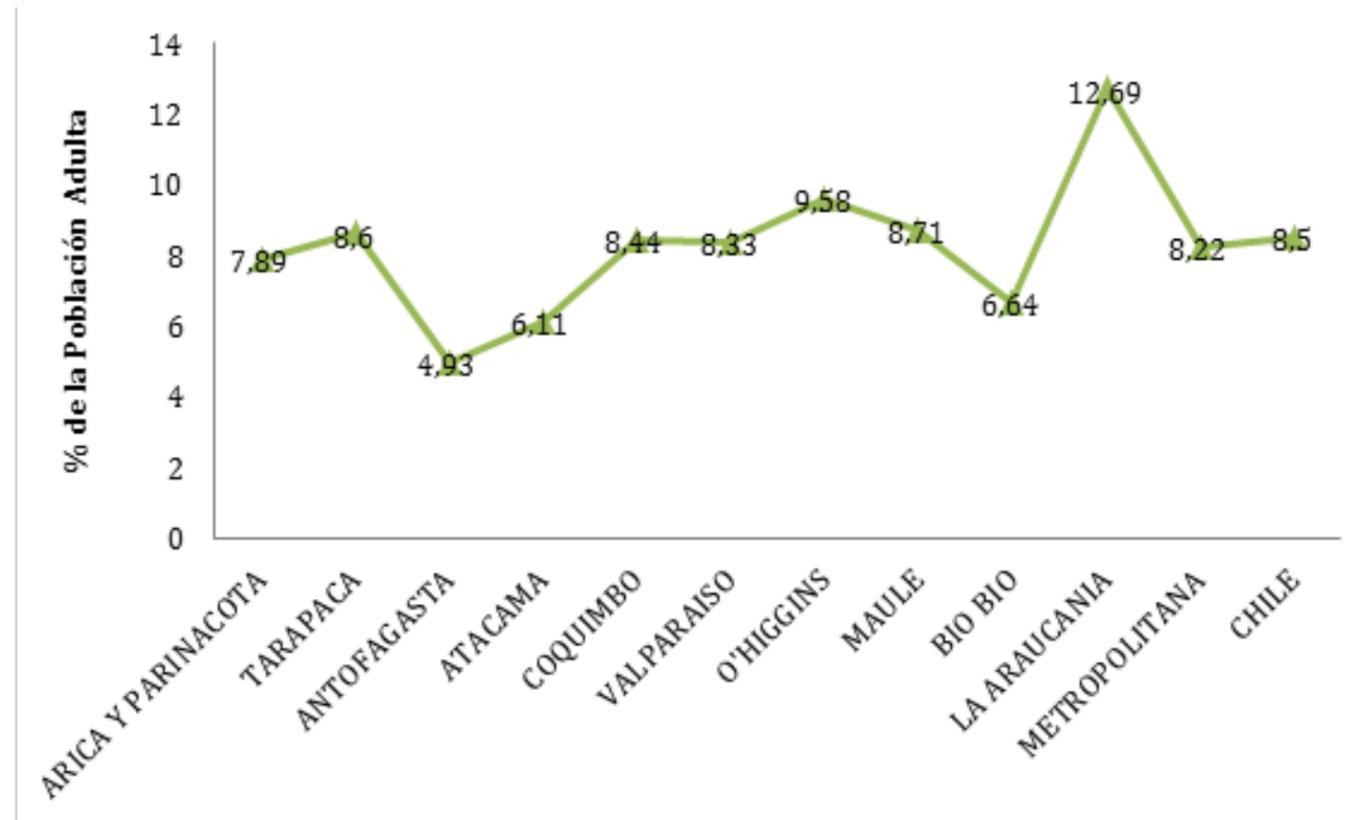


3-. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ATACAMA

El año 2012 contábamos con una Tasa de emprendedores establecidos de un 8,58%, una cifra superior al promedio nacional, que presento un 7,58%. Ubicándonos en la segunda región con mayores número de emprendedores establecidos, seguida de la región Metropolitana que presento una tasa de 8,92%.

En la Gráfica 3 se presenta la Tasa de emprendedores establecidos para cada región participante en el Proyecto GEM Chile 2013. Donde podemos vislumbrar el notable decrecimiento, cercano a los 3 puntos porcentuales, en comparación con el año anterior, ubicándonos bajo el promedio nacional que presenta una tasa del 8,5, dejándonos en los últimos 3 lugares del ranking regional. Comparando nuestras cifras con lo ocurrido en las regiones vecinas podemos indicar que Antofagasta se sitúa en bajo nuestra promedio con una tasa cercana al 5% y Coquimbo nos supera este año presentando una tasa cercana al 8%.

Gráfica 3: Tasa emprendedores establecidos en las regiones participantes en el GEM Chile 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 - 2014. Encuesta a la Población Adulta



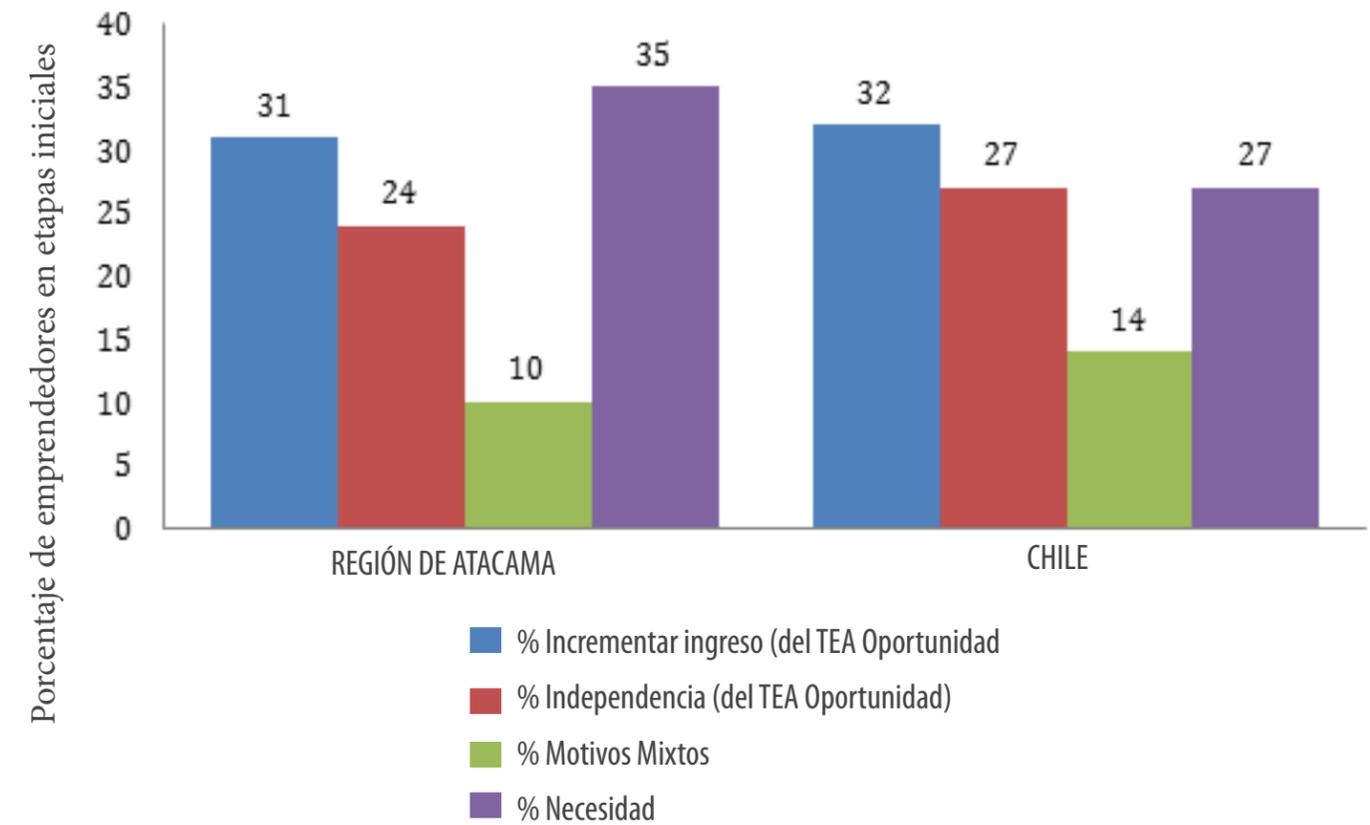
3-. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ATACAMA

3.1.1 Motivaciones que originan la creación de empresa

El GEM reconoce dos grandes categorías de estudio en lo que hace relación a la motivación original para la creación de empresa. Se entiende como “emprendedor por necesidad” aquella persona que al tomar la decisión de acometer la actividad emprendedora, no disponía de otras alternativas de generar ingresos. Por otro lado, se entiende el “emprendedor por oportunidad” como aquella persona que al tomar la decisión de acometer la actividad emprendedora ha analizado en algún grado de detalle las diversas opciones que posee, ha definido la existencia de una oportunidad emprendedora y ha seleccionado esa actividad emprendedora frente a otras alternativas.

En la Gráfica 4 se agrupan estas categorías y se comparan con Chile. Es relevante mencionar que Atacama tiene una mayor proporción de emprendedores por oportunidad, del orden del 55% del total de emprendedores, lo cual es similar a Chile con un 59%. Un 35% del total de emprendedores lo hace por una necesidad. Al igual que años anteriores prevalece el emprendimiento motivado por oportunidad, lo cual es un buen indicador del desarrollo del país y en particular de nuestra región.

Gráfica 4: Motivaciones que originan la creación de empresa, 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta

Alumnos programa Chile Va! en Observatorio Las Campanas



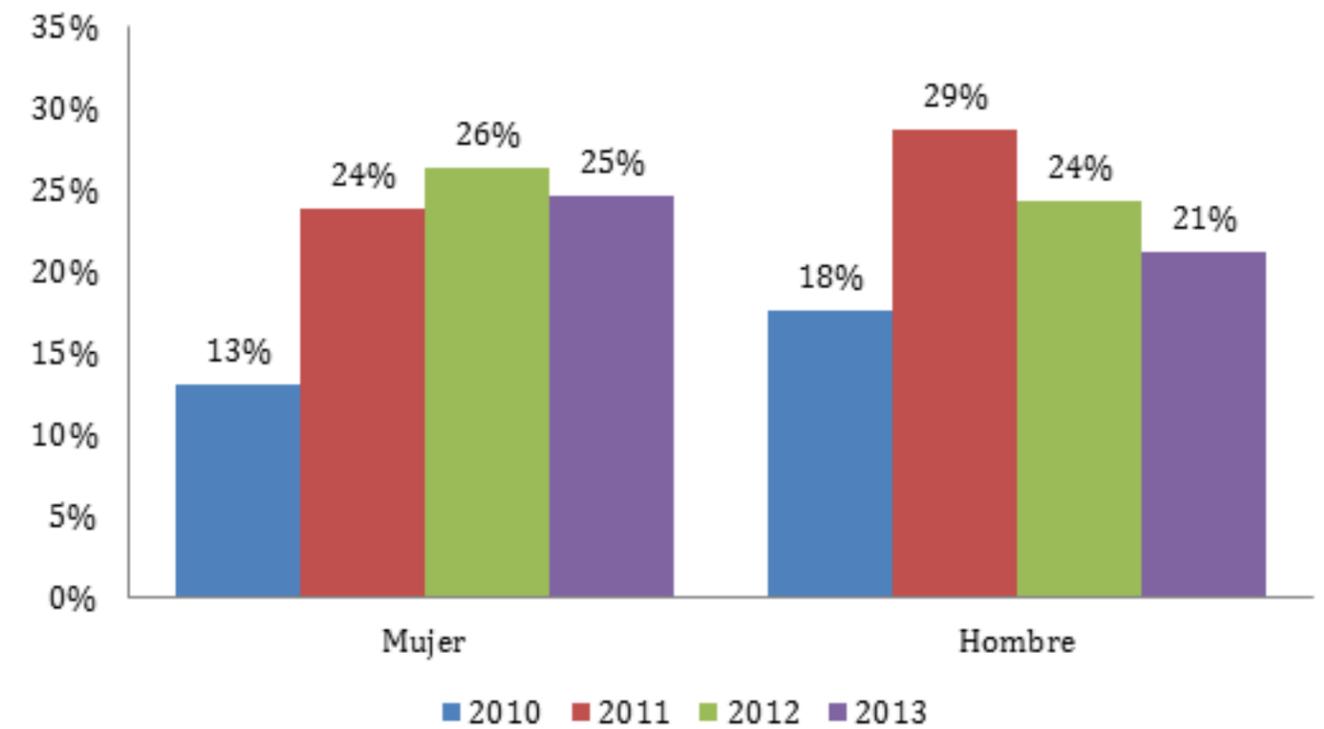
3-. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ATACAMA

3.1.2 Características de género

Características de género de las actividades emprendedoras iniciales

Desde el año 2010 se vislumbra un aumento de la actividad emprendedora en etapas iniciales comandada por mujeres de la región de Atacama, sin bien es cierto esta cifra a presentado una disminución respecto del año anterior, aun sigue existiendo un porcentaje mayor de mujeres en comparación de los hombre que inician un negocio en Atacama. La Gráfica 5 nos muestra este resultado.

Gráfica 5: Emprendimiento en etapas iniciales según género, 2010 - 2013



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta

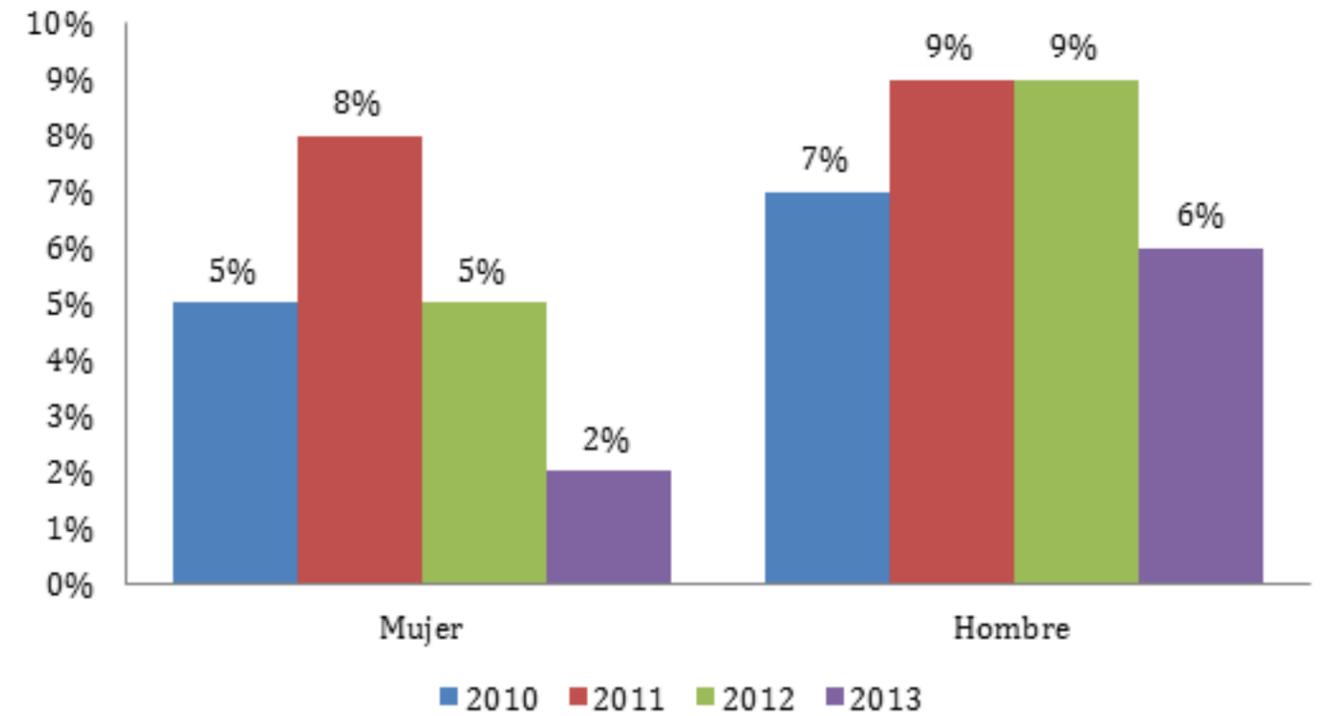


3-. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ATACAMA

Características de género de los emprendedores establecidos

La Gráfica 6 analiza el caso de los emprendedores establecidos. Se dan condiciones muy diferentes a las de los nuevos emprendedores, pues como se indica la proporción de personas entre 18 y 64 años que están vinculadas a una actividad emprendedora que tiene más de 42 meses de establecida, es superior en hombres que en mujeres en la región de Atacama y este diferencia se ha incrementado en los últimos 2 años.

Gráfica 6: Emprendimientos establecidos según género, 2010 - 2013



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



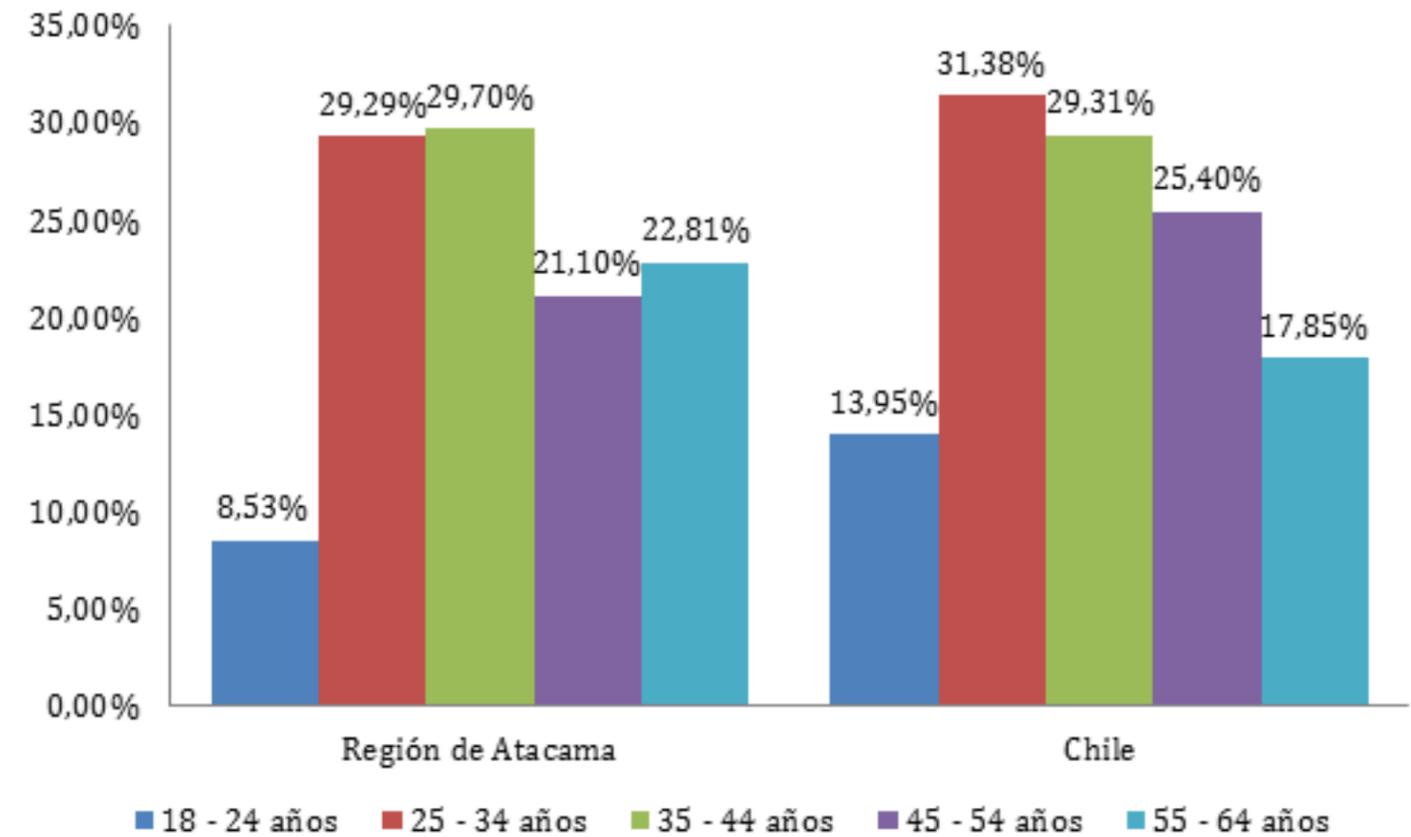
3-. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ATACAMA

3.1.3 Característica de Edad

Características de edad de las nuevas actividades emprendedoras

La Gráfica 7 presenta la proporción de las actividades emprendedoras en etapas iniciales en la región y compara nuestros resultados con lo que ocurre a nivel nacional. El rango de edad de los emprendedores regionales va desde los 25 a los 44 años de edad, indicando que en la región son más los adultos jóvenes están iniciando negocios. Comparando estas cifras con lo ocurrido a nivel nacional, no presenta gran diferencia con lo que pasa en Atacama.

Gráfica 7: Proporción de actividad emprendedora en etapa inicial según edad, 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta

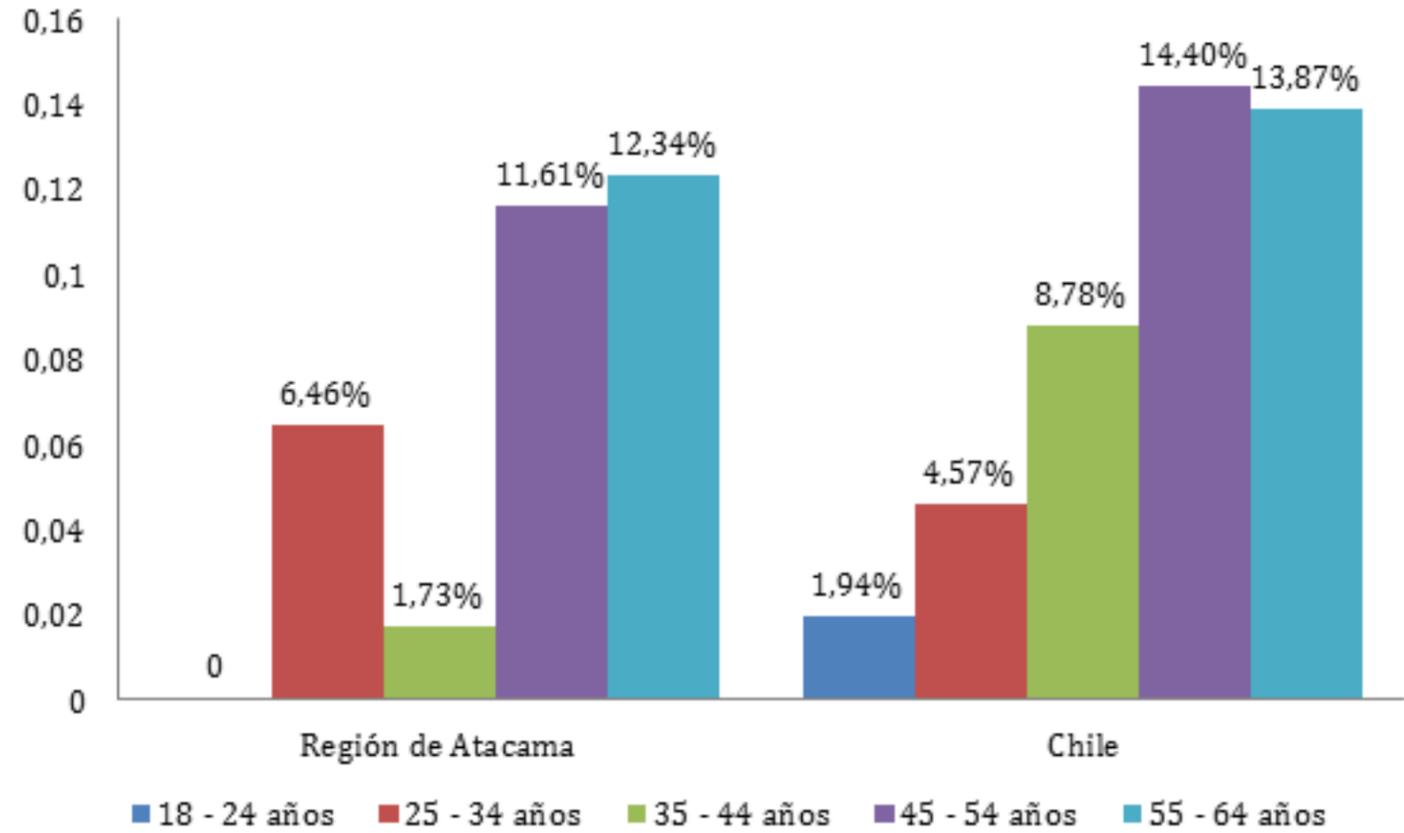


3-. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ATACAMA

Características de edad de los emprendedores establecidos

Ahora la Gráfica 8 muestra que en el ámbito de los emprendedores establecidos que las edades entre 45 a 64 años presentan la mayor proporción. Es posible esperar que a mayor edad se diese una mayor proporción de emprendedores establecidos, pues la madurez y la experiencia podrían favorecer este tipo de proceso empresarial. El mismo fenómeno ocurre a nivel nacional.

Gráfica 8: Proporción de actividad emprendedora establecida según edad, 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta

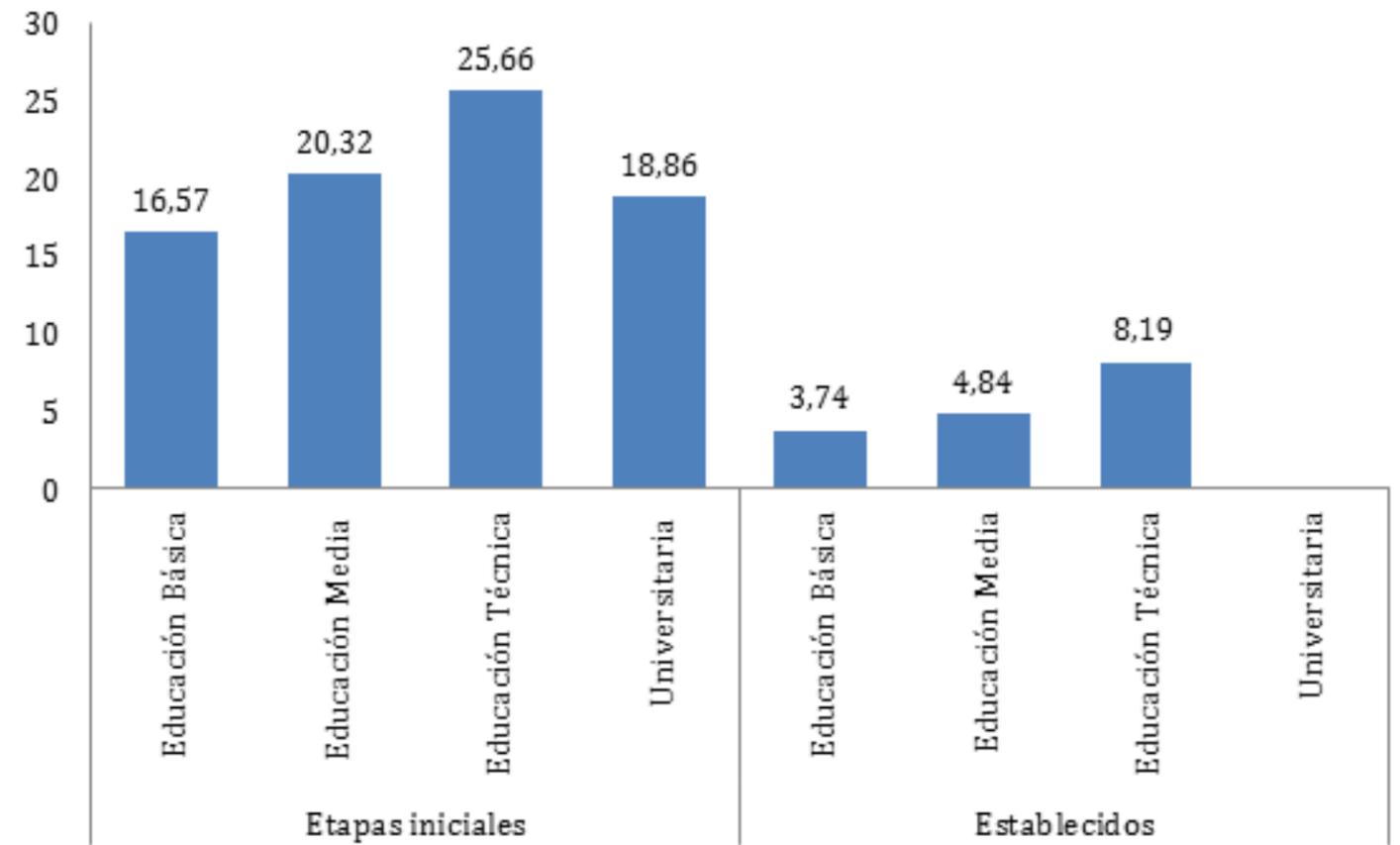


3-. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ATACAMA

3.1.4 Características Educativas

La Gráfica 9 evidencia el caso de las características educativas de los emprendedores en etapas iniciales y los compara con los emprendedores establecidos. Donde la mayor tasa hacia la creación de empresas continúa dándose entre personas con estudios secundarios, es decir con educación media y/o técnica, seguido por las personas con educación universitaria. Comparando con lo ocurrido con los emprendedores establecidos, sólo prevalecen los que tienen niveles de educación técnica, sorprende la nula proporción de universitarios con empresas establecidas, lo cual puede estar influida por los efectos del mercado laboral, que de alguna forma generan quiebre de la carrera emprendedora a ciertos niveles educativos, para atraer mayores talentos a las empresas.

Gráfica 9: Proporción de actividad emprendedora en etapas iniciales y establecida según nivel educativo, 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



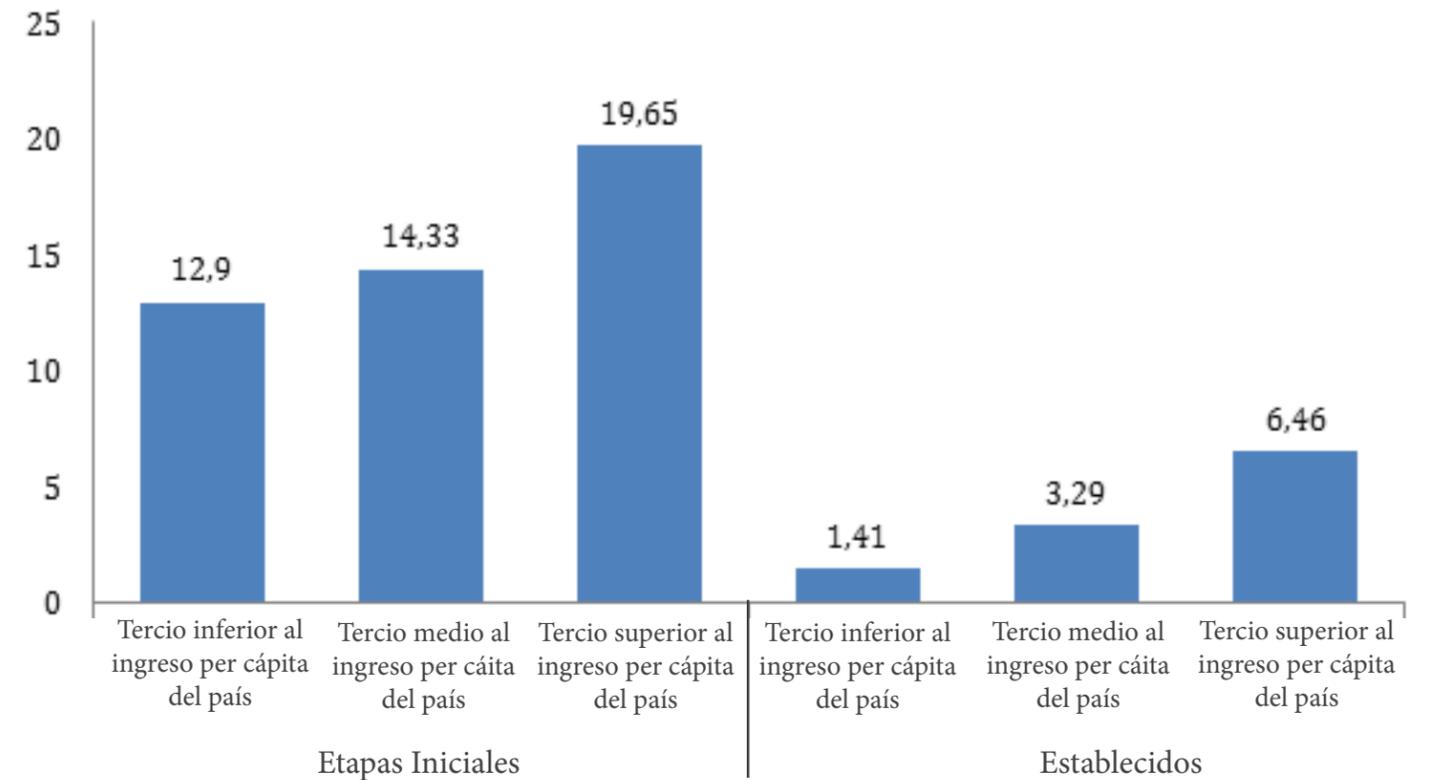
3-. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ATACAMA

3.1.5 Características del Nivel de Ingreso

Otra de las variables que es importante conocer de los emprendedores de Atacama es el nivel de su ingreso familiar, para poder tener una mejor idea de su estado económico. Por ser este ingreso, un ingreso familiar, puede o no estar totalmente relacionado con los ingresos que el emprendedor este derivando de la empresa. Por ello el análisis de esta variable no necesariamente indica las condiciones de contribución de la empresa al bienestar familiar.

Los datos entregados en la Gráfica 10 indican que la mayor proporción de las personas tanto con etapa inicial o establecida tienen niveles de ingresos relativamente altas, por ende se sustenta que los emprendimientos regionales sean influenciados por una oportunidad de negocio más que por una necesidad de obtener ingresos.

Gráfica 10: Proporción de actividad emprendedora en etapas iniciales y establecida según nivel de ingreso, 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



3-. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ATACAMA

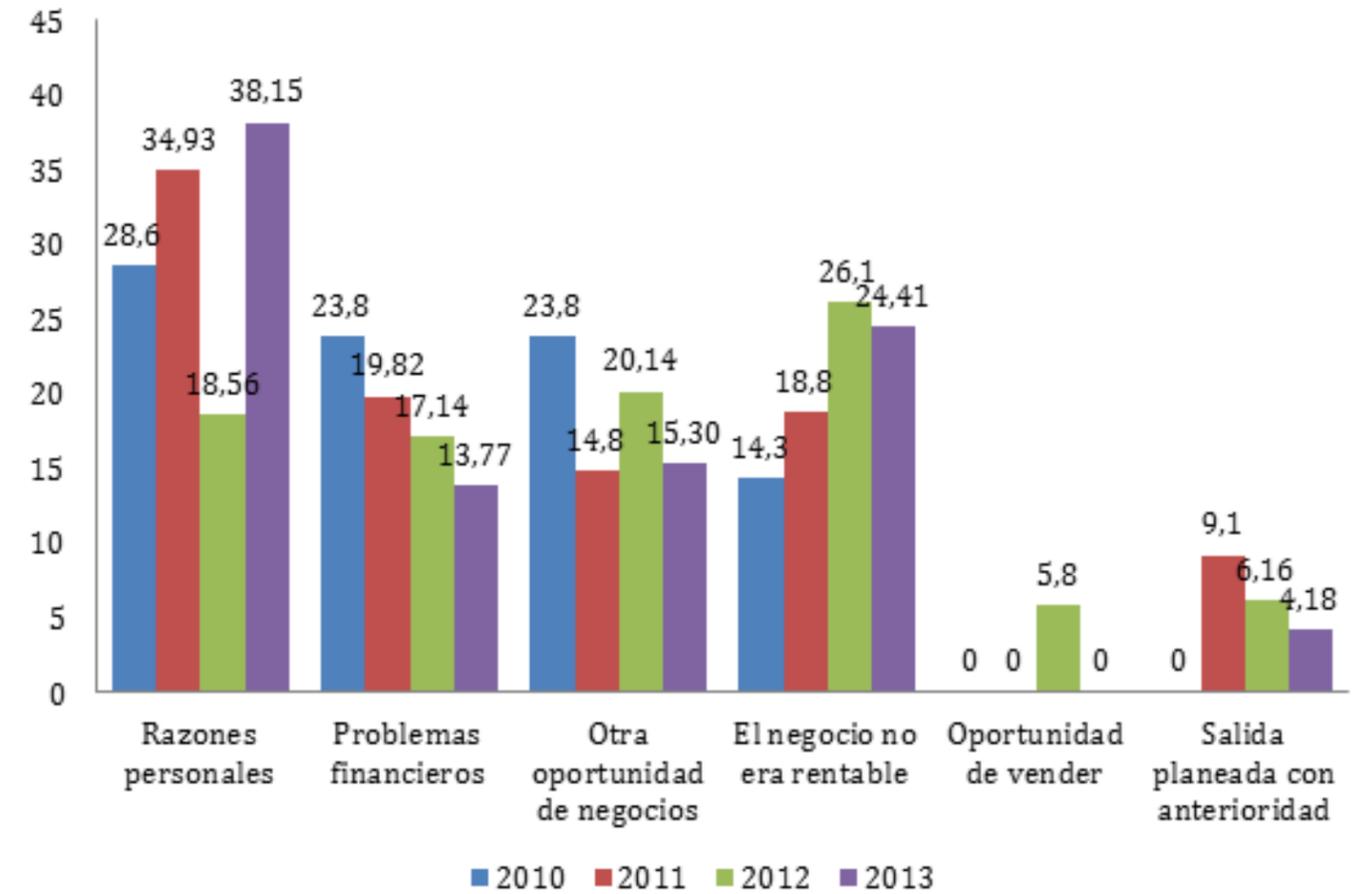
3.1.6 Descontinuación de los Negocios

En el análisis del emprendimiento, tienen tanta importancia los factores relacionados con el nacimiento de las actividades como los que afectan a su cierre. La culminación de una actividad emprendedora no debe percibirse como un fracaso, si no como parte del proceso. Es importante considerar que muchos de estos emprendedores que cerraron su negocio, pueden volver al proceso emprendedor con uno nuevo.

Según Mason y Harrison (2006), este nuevo proceso puede darse de dos maneras: (1) a través de la reincorporación con un nuevo negocio o (2) invirtiendo en negocios de terceros.

La Gráfica 11 muestra los principales motivos para discontinuar sus negocios en los últimos 4 años en la región de Atacama. Se observa que el año 2013 aumentaron las razones personales para cerrar un negocio y ha continuado la disminución del factor financiero como problema para discontinuar un emprendimiento.

Gráfica 11: Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento, 2010 - 2013



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



04

ACTITUD
EMPREDEDORA EN
ATACAMA



4- ACTITUD EMPRENDEDORA EN ATACAMA



El modelo GEM resalta la importancia de diversos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora. Algunos de estos factores se relacionan con la actitud que tienen las personas respecto al fenómeno del emprendimiento. Algunas definiciones de actitud indican que es la tendencia del individuo a reaccionar, ya sea positiva o negativamente, a cierto valor social. Bajo esta definición podemos decir que una actitud es el deseo de querer iniciar un negocio aprovechando las oportunidades que se generan en el mercado para emprender. Sin embargo, también debemos considerar de igual manera los conocimientos y habilidades individuales que definen las capacidades emprendedoras, así como también, el miedo al fracaso o “penalización” social de haber fallado al realizar un nuevo negocio. Por otra parte, las condiciones que hay en torno al contexto nacional y regional, entendiéndolo como el conjunto de aspectos políticos, económicos y sociales relacionados con el emprendimiento, pueden potenciar o frenar la actividad emprendedora.

Por lo tanto, para que la actividad emprendedora se desarrolle en un país, es necesario que tanto las oportunidades y las capacidades emprendedoras estén presentes. Es tan importante que las personas perciban estas oportunidades y como se sientan capaces de materializar

el emprendimiento. Un entorno rodeado de emprendedores exitosos puede influir positivamente a que las personas mejoren su actitud frente al emprendimiento, aumentando su propensión a emprender. Complementario a esto, diferentes medios de comunicaciones también cumplen un rol fundamental en la divulgación de casos exitosos, dándoles reconocimiento y permitiéndoles ser un ejemplo motivador para los potenciales emprendedores. Entran en juego también las diferencias socio – demográficas que pueden existir y que hacen que las actitudes sean diferentes sobre todo las relacionadas con el desarrollo socio – histórico de los países y las diferencias culturales.

Para evaluar estas percepciones individuales sobre el emprendimiento, la encuesta a la población adulta (APS) pregunta a todas las personas de la muestra (emprendedores o no) si conocen a personas emprendedoras, si perciben buenas oportunidades, si creen que tienen las habilidades y conocimientos para iniciar un negocio y si el miedo al fracaso es un impedimento para que inicien un emprendimiento. Estas preguntas permiten hacer un balance sobre las percepciones, el potencial emprendedor, así como sobre las intenciones emprendedoras de los individuos no involucrados en la actividad emprendedora.

La Tabla 1 muestra las respuestas obtenidas en la región de Atacama y en Chile. El primer resultado indica que el 40,5% esta percepción ha aumentado en más de 5 puntos con respecto al año 2011 (33,84%).

Respecto de la percepción de oportunidades para empezar un negocio en Atacama, un 79,4 % la población regional considera que existen buenas oportunidades de negocio en el lugar donde vive. Si comparamos estos resultados con los obtenidos el año 2011, ha disminuido levemente (85,35%), pero al compararlo con los resultados obtenidos a nivel nacional, estamos por sobre el promedio.

Entre la población de la región de Atacama existe una alta consideración de sus conocimientos, habilidades y experiencias para iniciar un nuevo negocio. Más de un 60% de la población encuestada declara poseer dichas aptitudes. Al compararlo tanto con el año 2011 y a nivel nacional, no se observan cambios relevantes.

Un 25,5% de la población de Atacama afirma tener miedo al fracaso, lo que impide iniciar un nuevo negocio. Si se compara con el porcentaje del año 2011, se mantiene estable el porcentaje de personas que afirman tener temor a fracasar (25,87%).

La Tabla 1 también analiza el indicador de intención de emprender en los próximos años. Un 53,4% de la población no involucrada en actividades emprendedoras señala que espera crear un nuevo negocio dentro de los próximos 3 años, aumentando respecto del año 2011 donde se obtuvo un 48,78%.

La encuesta a la población adulta también incluye preguntas sobre la consideración y el reconocimiento social de los emprendedores en la región y el país, en el entendido del estímulo que se supone para la actividad emprendedora. A este respecto el 73,1% de los habitantes de la región considera que iniciar un negocio es una buena profesión. Lo que no ha presentado variaciones importantes respecto del año 2011 (74,4%), y supera levemente a lo obtenido a nivel nacional.

Atacama presenta una disminución en la proporción de personas para quienes el éxito empresarial es reconocido y respetado, de un 70,74% en 2011 a un 68,1% en 2012. Además, un 65,1% de la muestra percibe que, en el ámbito regional, los medios de comunicación informan con frecuencia sobre experiencias de emprendimientos exitosos, este porcentaje ha disminuido respecto del año 2011 (69,44%).

4- ACTITUD EMPRENDEDORA EN ATACAMA

Actitud hacia el emprendimiento en Atacama durante el 2011 al 2013 y en Chile.

¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?		
ATACAMA	2013	40,5%
	2012	42,2 %
	2011	33,8 %
CHILE		41,5 %
¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?		
ATACAMA	2013	79,4%
	2012	83,9 %
	2011	85,5%
CHILE		68,4 %
¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?		
ATACAMA	2013	64,7%
	2012	62,7 %
	2011	60 %
CHILE		59,6%
¿El temor al fracaso le impide un nuevo negocio?		
ATACAMA	2013	25,5%
	2012	23,9 %
	2011	25,9%

Tabla 1: Actitud hacia el emprendimiento en Atacama durante el 2011 al 2013 y en Chile.

¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?		
ATACAMA	2013	40,5%
	2012	42,2 %
	2011	33,8 %
CHILE		41,5 %
¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?		
ATACAMA	2013	79,4%
	2012	83,9 %
	2011	85,5%
CHILE		68,4 %
¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?		
ATACAMA	2013	64,7%
	2012	62,7 %
	2011	60 %
CHILE		59,6%
¿El temor al fracaso le impide un nuevo negocio?		
ATACAMA	2013	25,5%
	2012	23,9 %
	2011	25,9%

Tabla 1: Actitud hacia el emprendimiento en Atacama durante el 2011 al 2013 y en Chile.



05

ASPIRACIONES DE LOS
EMPRENDEDORES

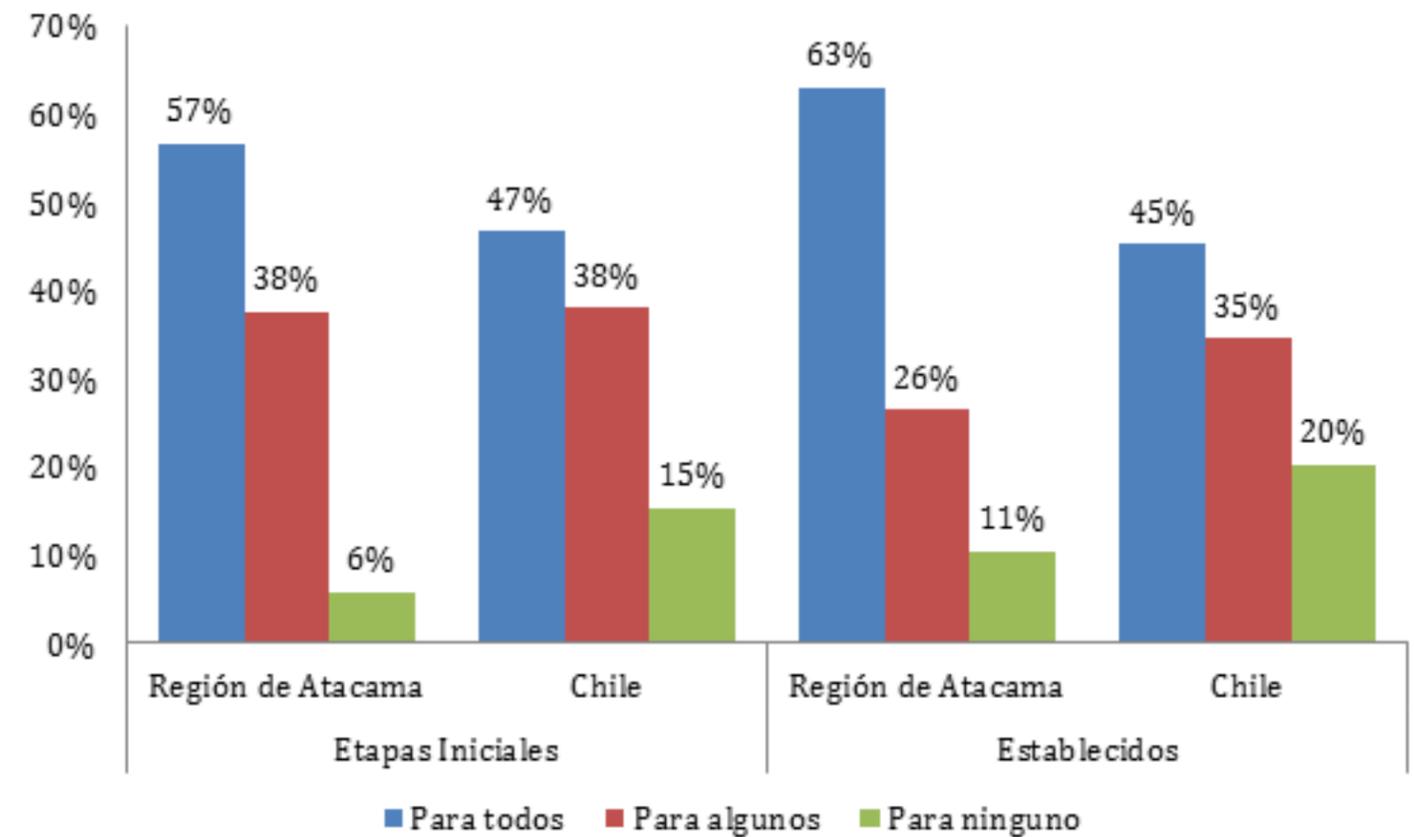


5-. ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES

5.1 Novedad de los Productos

Otra de las variables que mide el GEM es la novedad del producto o servicio. La Gráfica 12 muestra la distribución de las etapas iniciales y establecidos para el 2013 de acuerdo al número de clientes que consideran que el producto o servicio ofrecido es novedoso y compara los resultados con lo ocurrido a nivel nacional. Atacama continúa siendo una región en donde las iniciativas empresariales ofrecen un producto o servicio nuevo para todos los clientes, su tasa es mayor al promedio nacional. La situación de Atacama es aún mejor para los emprendimientos establecidos, pues toma la delantera y es mayor a lo número de personas que afirman ofrecer un producto o servicio nuevo para todos en etapas iniciales.

Gráfica 12: Proporción de actividad emprendedora en etapas iniciales y establecida por nivel de novedad del producto o servicio, 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 - 2014. Encuesta a la Población Adulta



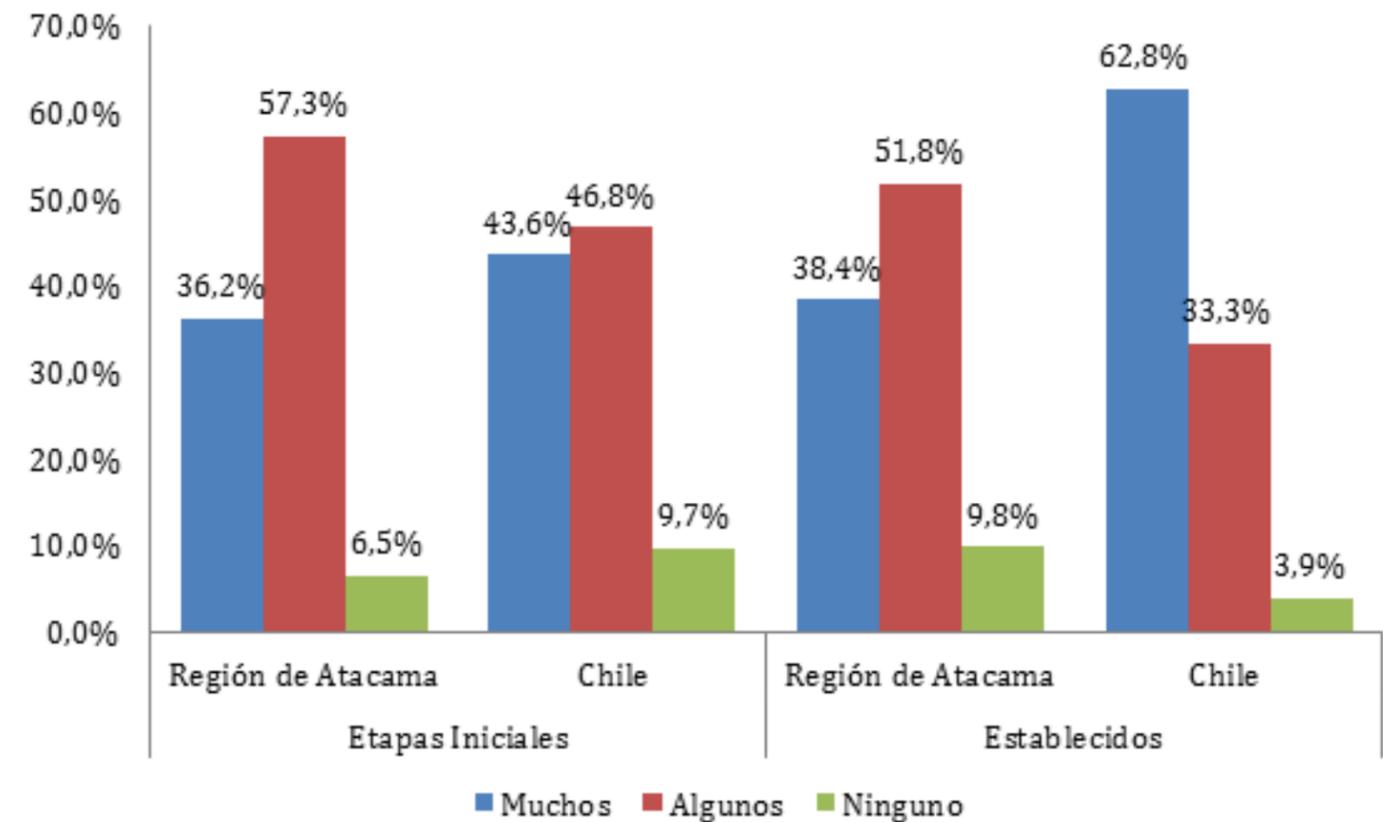
5-. ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES

5.2 Competidores

A la vez, como se observa en la Gráfica 13 la percepción del nivel de competencia no afecta tan solo al 6,5% de las etapas emprendedoras iniciales de la región de Atacama. El 36% de estas actividades afirman tener muchos competidores que ofrecen el mismo producto o servicio en el mercado, mientras que el 57% afirma que existen pocos competidores. En Atacama se registra una mayor tasa de emprendedores en etapas iniciales que poseen un nivel alto de competencia, en comparación con lo ocurrido a nivel nacional.

La percepción de la competencia por parte de los emprendedores en etapas iniciales es similar que la percibida por las empresas establecidas. Por lo tanto, el 38% de los negocios establecidos en Atacama afirmaron tener muchos competidores y por otro lado tan solo el 9,8% de los negocios manifestaron no tener ningún competidor que ofrezca el mismo producto o servicio. (Ver Gráfica 12).

Gráfica 13: Proporción de actividad emprendedora en etapas iniciales y establecida por nivel de competencia percibida, 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 - 2014. Encuesta a la Población Adulta



5-. ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES

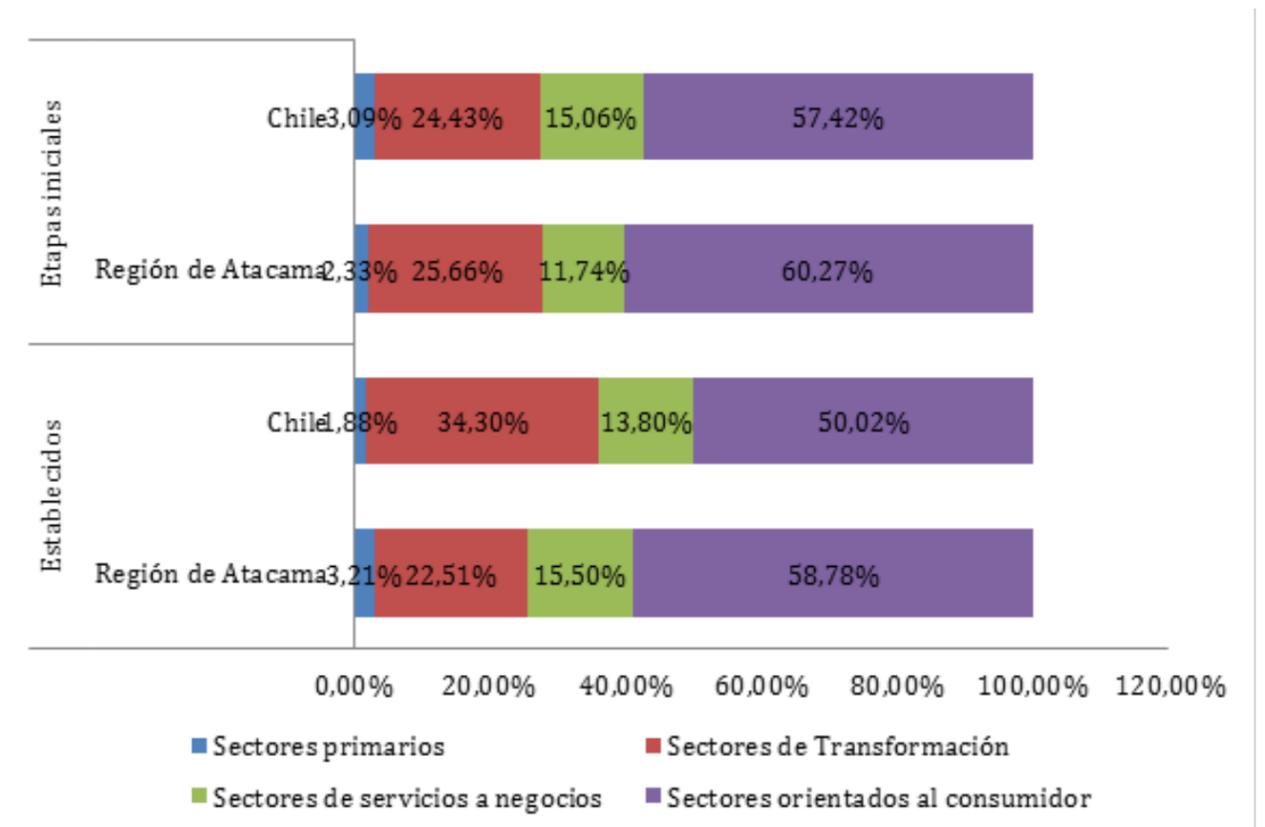
5.3 Distribución por sectores

Adicional, el estudio GEM Atacama arroja que el 60,3% de los emprendimientos en etapas iniciales se están llevando a cabo en los servicios de consumo siendo este porcentaje similar a la tasa presentada por el promedio nacional.

Con respecto al sector de transformación, asociado a las empresas de construcción entre otros, Atacama presenta tan sólo un 26%.

Analizando la diferencia que existen en los participantes de los sectores productivos de servicio de consumo y de transformación en Atacama, se evidencia que las empresas establecidas cuentan con tasas de participación similares a las etapas iniciales. Y lo mismo ocurre con el promedio nacional. (Gráfica 14)

Gráfica 14: Distribución de sectores productivos en etapas iniciales y establecidas, 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta

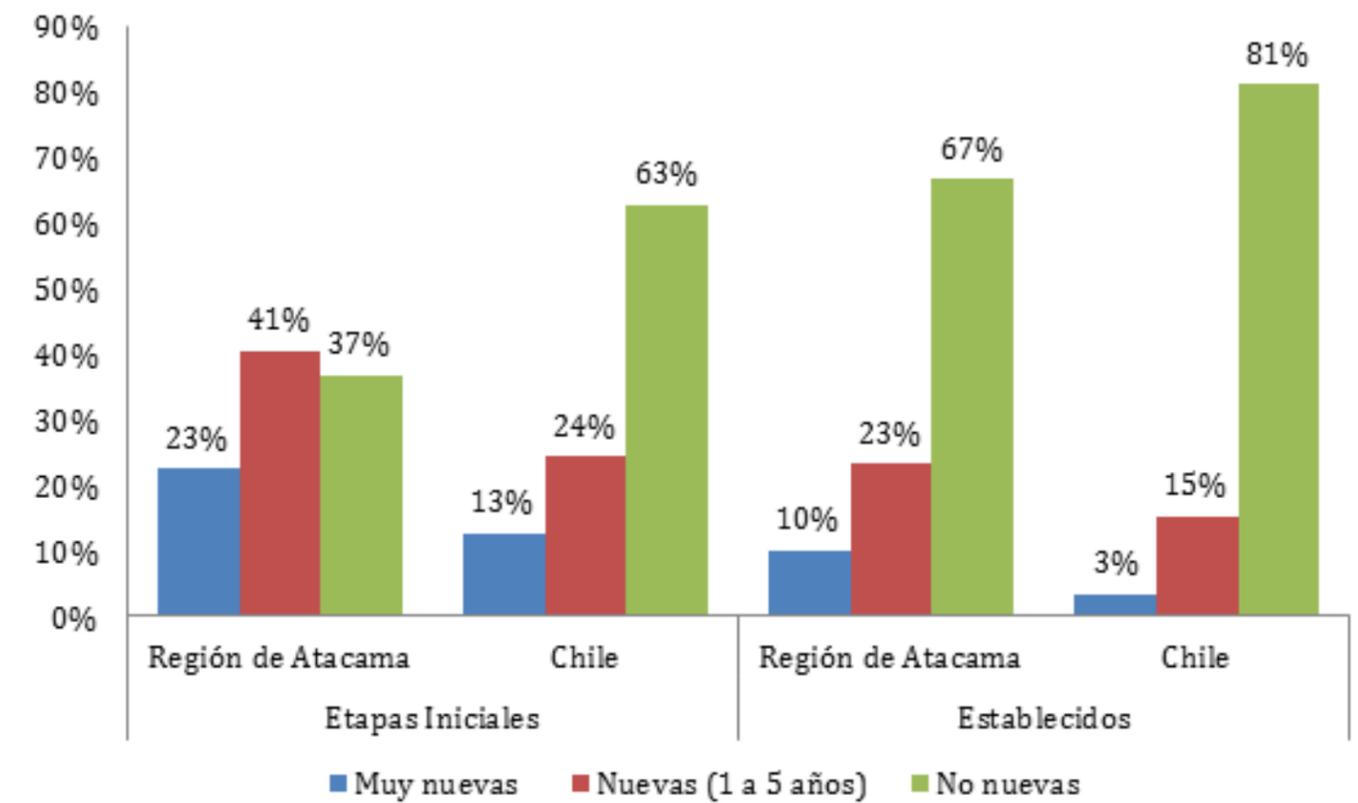


5-. ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES

5.4 Tecnologías

De otro lado, la Gráfica 15 muestra los niveles de incorporación de tecnologías y nuevos procesos a los emprendimientos. Este factor es incorporado por el GEM en el ámbito de aspiraciones, dado que está relacionado con la capacidad de aprovechar nuevas tecnologías, tanto en etapas iniciales como en las establecidas. Ante esto, es de preocupación el alto promedio de empresas en etapas iniciales que hacen uso de tecnología no actualizada o tecnología de más de cinco años a nivel nacional y regional.

Gráfica 15: Uso de nuevas tecnologías en etapas iniciales y establecidas, 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 - 2014. Encuesta a la Población Adulta



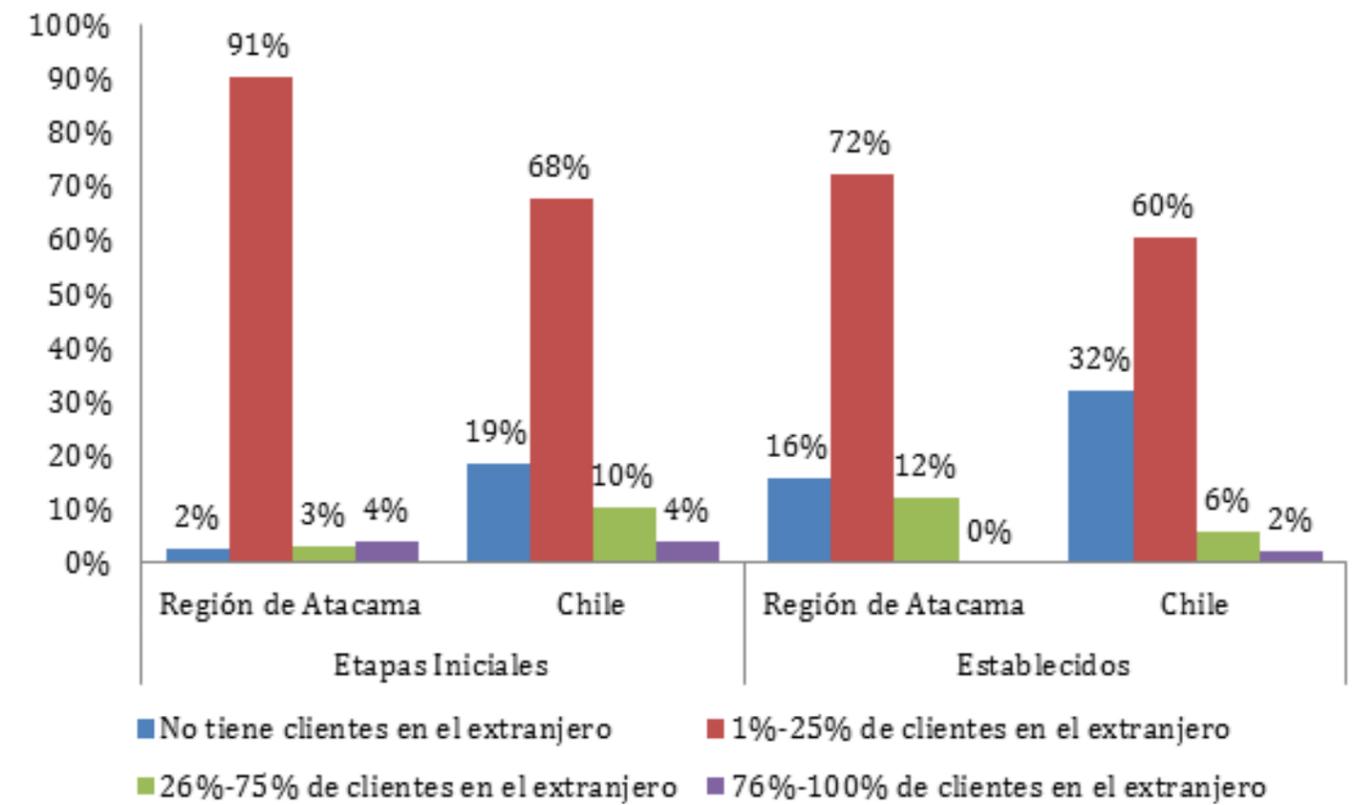
5-. ASPIRACIONES DE LOS EMPRENDEDORES

5.4 Intensidad exportación

Otra forma de medir las aspiraciones empresariales se relaciona con la orientación de los emprendedores en etapas iniciales o mercados internacionales, haciendo referencia a las exportaciones, así como a los clientes internacionales que compran productos en línea, turistas o personas que ingresan a la región por motivos de trabajo.

En el año 2013 los datos sobre la proporción de emprendedores en etapas iniciales y establecidas respecto a la intensidad exportadora no son tan diferentes. Para el año 2013 el 91% de los emprendedores iniciales posee menos del 25% de los clientes potenciales en el exterior y tan sólo un 4% tiene más del 75% de los clientes fuera del país. Si bien los porcentajes son similares en las etapas establecidas, este año el porcentaje de empresarios de Atacama que tiene más de 75% de los clientes fuera del país es cero. (Gráfica 16)

Gráfica 16: Proporción de emprendedores en etapas iniciales y establecidas, según intensidad de exportación, 2013 - 2014



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



06

CONTEXTO
EMPRENDEDOR



6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

Como se mencionó en el Capítulo 1, el modelo del GEM considera que el impulso emprendedor depende de las actitudes, actividades y aspiraciones de los emprendedores, pero que éste es también potenciado o limitado por el contexto específico en que se desarrolla la actividad emprendedora.

Desde una perspectiva amplia, el emprendimiento y la innovación dependen de condiciones generales en los ámbitos político, cultural y económico. Estos tipos de condiciones se miden a través de la encuesta a expertos, NES, por sus siglas en inglés (National Expert Survey), aplicada a expertos de la región. En Atacama, el grupo de expertos estuvo formado por 36 empresarios y profesionales de diversos ámbitos relacionados con el emprendimiento.

Para el año 2013, esta encuesta consto de una primera parte que está diseñada para que sea respondida con una escala de Likert de cinco puntos, donde los extremos significan que está completamente de acuerdo con las afirmaciones (5) y está completamente en desacuerdo (1). Con estas preguntas la NES identifican las condiciones específicas a los tema de emprendimiento e innovación, lo cual ha definido un conjunto de nueve condiciones generales que afectan directamente el desempeño del emprendedor, en cuento a su capacidad para identificar, evaluar y tomas las oportunidades disponibles.

Estas condiciones generales, que no están listadas en orden de importancia son:

1. Acceso al Financiamiento: Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda para empresas nuevas, pequeñas y en crecimiento, incluyendo subvenciones y subsidios. Esto incluye toda la cadena de financiamiento, desde las llamadas 3F, por sus siglas en inglés (familia, amigos, fundadores) hasta mercados de capitales sofisticados (financiamiento de grandes empresas).

2. Políticas de Gobierno: Se refiere al grado en que las políticas del Gobierno (reflejadas en regulaciones, impuestos) y la aplicación que éstas tienen como objetivo: (a) apoyar a las empresas nuevas y en crecimiento y (b) ser neutras entre el efecto que ocasionan a las nuevas empresas y a las ya establecidas.

3. Programas de Gobierno: Se refiere a la existencia de programas directos de ámbito nacional, regional o municipal orientados a ayudar a las empresas nuevas y en crecimiento.

4. Educación y Capacitación: Se refiere a la medida en que el conocimiento, destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos o en crecimiento son incorporadas a todo nivel, dentro de los sistemas educacionales y de capacitación.

5. Tansferencia de Investigación y Desarrollo (I+D): Se refiere a la medida en que la I+D nacional conduce a generar nuevas oportunidades comerciales, y si éstas se encuentran al alcance de las empresas nuevas, las pequeñas y aquellas en crecimiento.

6. Infraestructura Comercial y Legal: Se refiere tanto a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, como a la existencia de instituciones que promueven el surgimiento de negocios nuevos, pequeños o en crecimiento.

7. Apertura del Mercado Interno: Se refiere a la medida en que las prácticas comerciales habituales y el marco regulatorio son suficientemente flexibles en su aplicación, de modo de facilitar (o no impedir) que las empresas nuevas y en crecimiento puedan competir y eventualmente reemplazar a los proveedores actuales.

8. Acceso a Infraestructura Física: Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, transporte) a un precio y oportunidad tal, que no representen una discriminación para las empresas nuevas, pequeñas o en crecimiento.

9. Normas Sociales y Culturales: Se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan o desalientan acciones individuales que puedan llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

Para describir el comportamiento de cada uno de estas condiciones, se convierte la escala de Likert de cinco puntos a un índice que fluctúa entre $-2,0$ (en completo desacuerdo) y $+2,0$ (en completo acuerdo). Esta forma de presentar el índice permite distinguir más fácilmente qué variables afectan positivamente y cuáles negativamente al desarrollo del emprendimiento y la innovación en la región.

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

El comportamiento de cada una de las condiciones más específicas dentro de cada dimensión, se analiza manteniendo la escala de Likert original, y se analiza el rango de las respuestas. Con el objeto de entender el resultado de la encuesta, se busca identificar hacia dónde se desplaza la mayoría de las respuestas; para ello, se grafican los porcentajes de personas que indican desacuerdo (completo + parcial) contra el porcentaje que indican acuerdo (completo + parcial). Asimismo, se descartan las respuestas que no muestran preferencia (es decir, "ni acuerdo ni desacuerdo"), recalculándose los porcentajes sobre aquellos que sí marcaron preferencia. Esta metodología tiene el mérito de destacar la varianza de las respuestas.



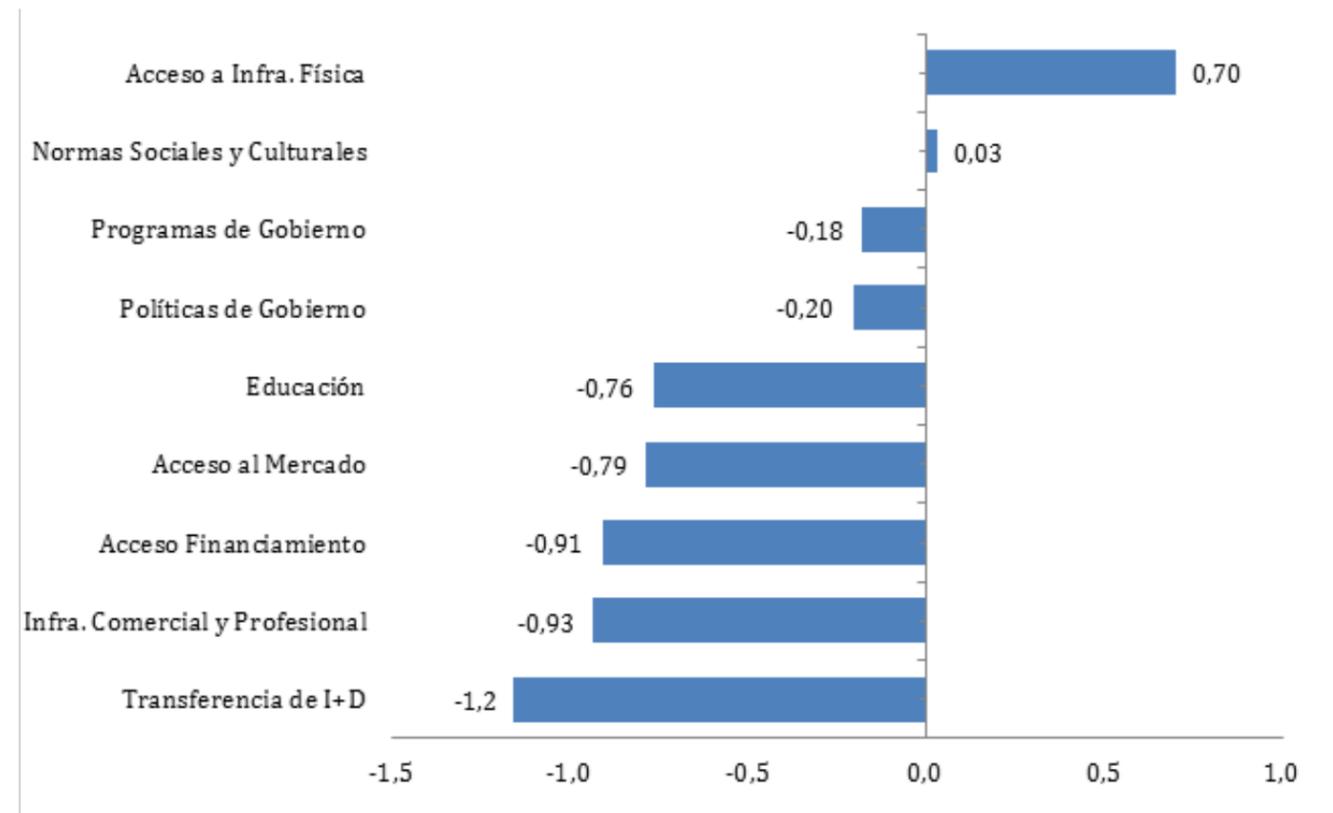
6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

6.1 Evaluación del Contexto Emprendedor

La valoración regional de los expertos sobre la situación de las condiciones específicas del entorno que pueden influir en la actividad emprendedora de Atacama, nos ofrece una visión general del contexto en el que se crean las empresas. Así, el siguiente gráfico nos muestra esta visión general. En él vemos que las condiciones específicas del entorno son positivas, que podemos considerar como neutras o de aprobadas, son: Acceso a Infraestructura Física y Normas Sociales y Culturales.

En cambio, aquellos factores del entorno que fueron negativos son: Normas Sociales, Programas de Gobierno, Políticas de Gobierno, Educación, Acceso al Mercado, Acceso al Financiamiento, Infraestructura Comercial y Profesional, Transferencia de I+D.

Gráfica 17: Valoración por los expertos de las condiciones del entorno en Atacama.



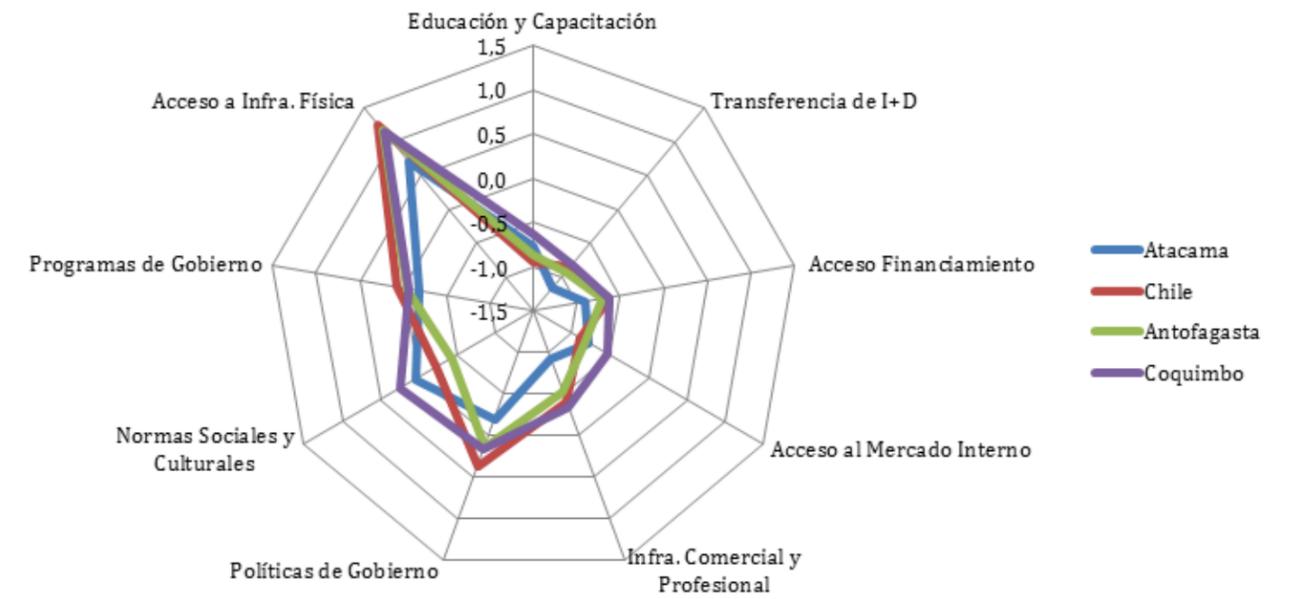
Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

En el gráfico 18 podemos ver la situación de las principales condiciones del entorno de Atacama para emprendedor en comparación con las de Chile y las dos regiones vecinas, Antofagasta y Coquimbo. En él vemos que en la gran mayoría estamos bajo el promedio nacional y de las regiones vecinas. Salvo en Educación, Normas Sociales y Acceso al Mercado Interno, donde nuestra valoración es menos negativa o similar que lo ocurrido a nivel nacional y en Antofagasta. Sin embargo la Región de Coquimbo nos supera en gran medida en las valoraciones del entorno emprendedor.

Gráfica 18: Valoración por los expertos de las condiciones del entorno en Atacama, Antofagasta, Coquimbo y Chile.



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

La Tabla 2 nos ofrece los valores de las condiciones específicas del entorno en los últimos dos años y las variaciones producidas en el último. Durante 2013, cuatro condiciones han mejorado sus valores y cuatro han empeorado y una se ha mantenido estable.

En cuanto a las condiciones del entorno mejor valoradas por parte de los expertos consultados, son destacables año tras años, el acceso a la infraestructura física. Por el contrario, las condiciones del entorno peor valoradas a lo largo de los últimos años, hacen referencia a la educación, transferencia de I+D y el Acceso al Mercado

A continuación se analiza con más detalle cada una de las condiciones generales que componen las dimensiones del contexto emprendedor.

Tabla 2: Evolución condiciones del entorno emprendedor desde el año 2010 al 2013 en Atacama.

ATACAMA					
	2010	2011	2012	2013	Variación 2012/2013
Transferencia de I+D	-1,3	-1,0	-0,9	-1,2	Empeora
Infra. Comercial y Profesional	-1,0	-0,9	-0,5	-0,9	Empeora
Acceso Financiamiento	-0,8	-0,8	-0,6	-0,9	Empeora
Acceso al Mercado	-1,0	-0,7	-0,4	-0,8	Empeora
Educación	-1,0	-1,1	-1,0	-0,8	Mejora
Políticas de Gobierno	-0,4	-0,5	-0,5	-0,2	Mejora
Programas de Gobierno	-0,7	-0,5	-0,3	-0,2	Estable
Normas Sociales y Culturales	-0,9	-0,5	-0,2	-0,03	Mejora
Acceso a Infra. Física	0,8	0,5	0,5	0,7	Mejora

Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta

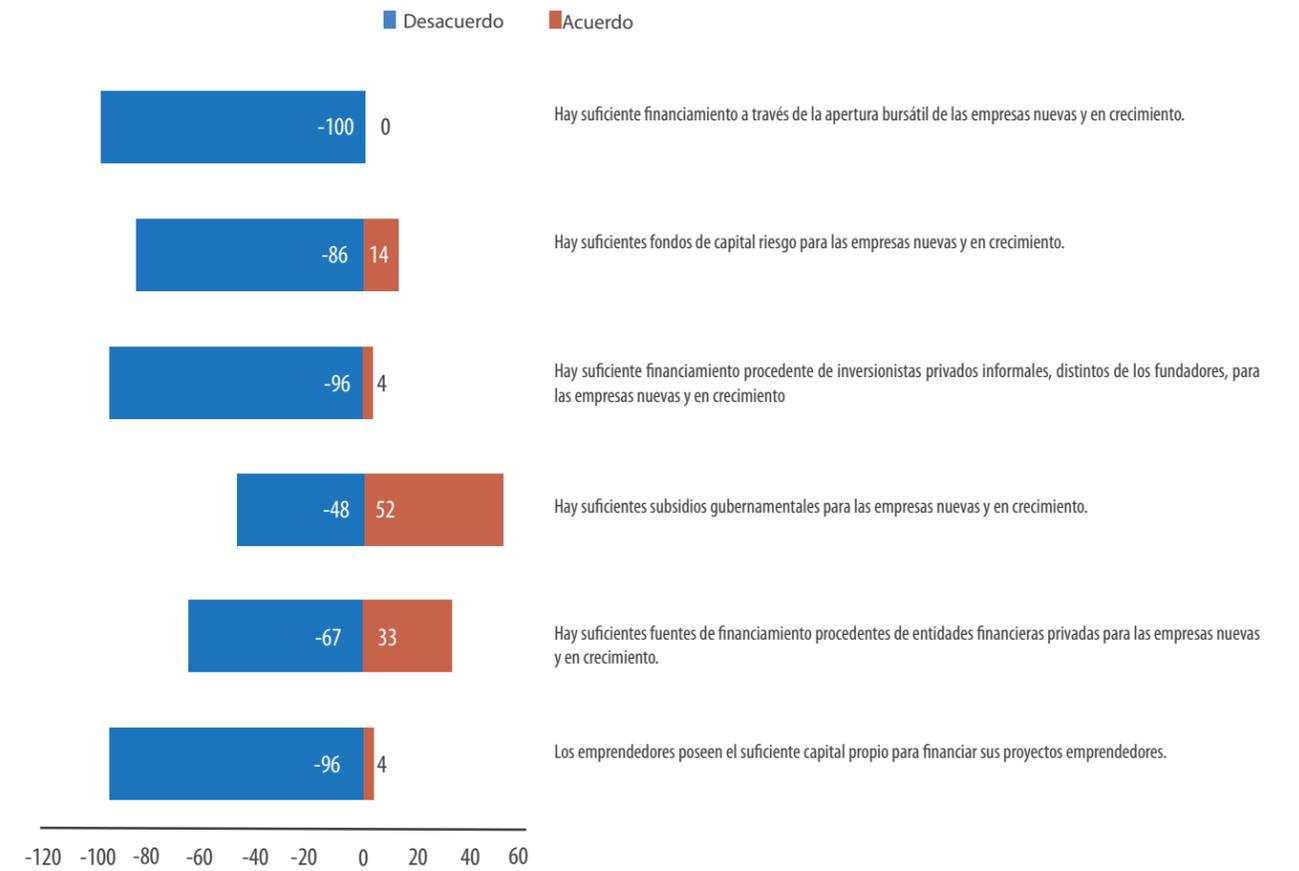


6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

6.2 Acceso al Financiamiento

Los expertos indican que no existe suficiente financiamiento a través de la apertura bursátil de las empresas nuevas y en crecimiento y que no existe suficiente financiamiento procedente de inversionistas privados informales y capital de riesgo.

Gráfica 19: Evaluación al Acceso al Financiamiento.



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta

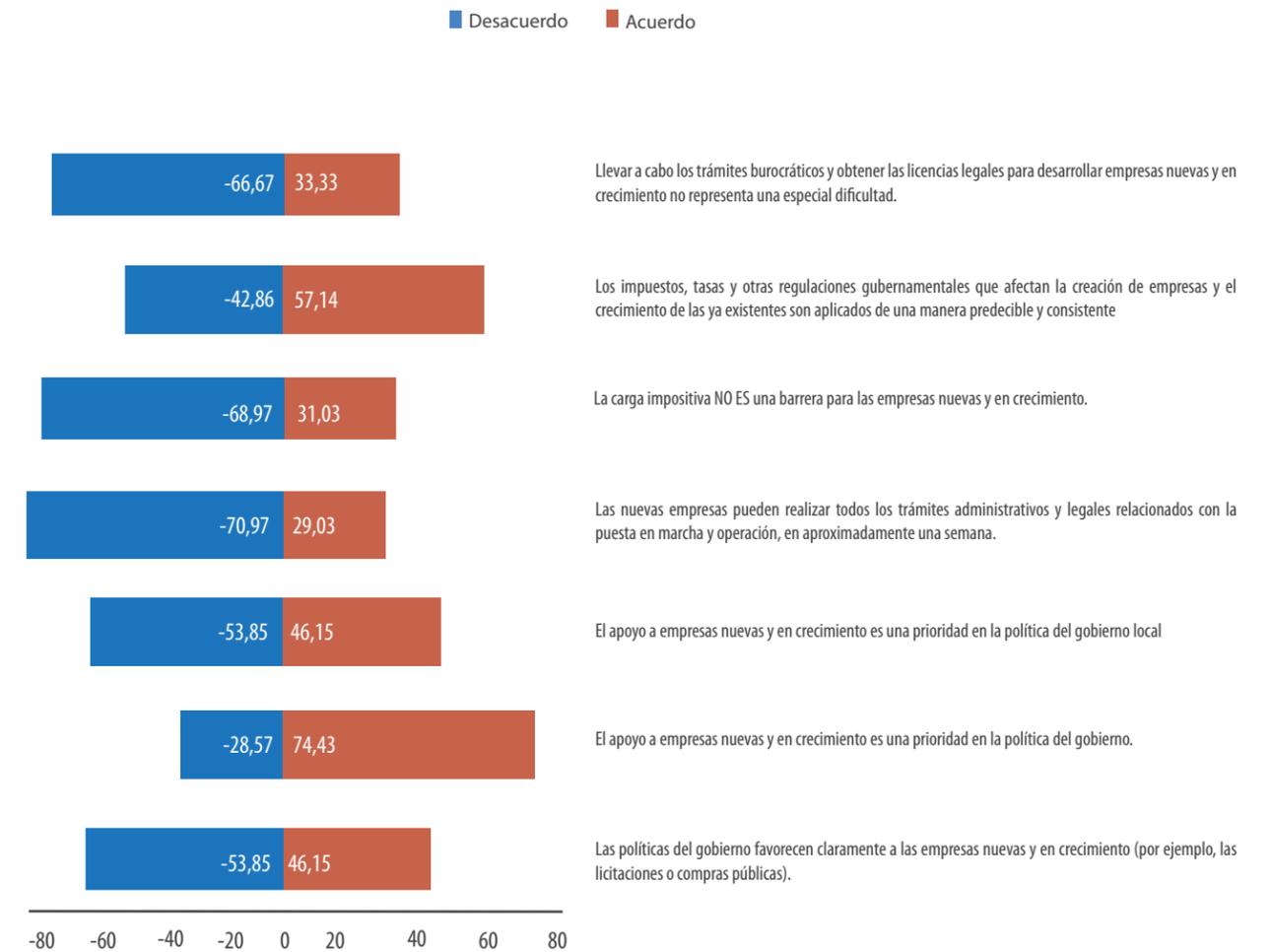


6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

6.3 Políticas de Gobierno

Dentro de las políticas gubernamentales en impuestos o regulaciones legales que los gobiernos ponen en marcha para las nuevas empresas, encontramos que en 2013 en Atacama las valoraciones son en gran medida negativas. Un 70% de los expertos considera que la carga impositiva actual también es un obstáculo para las empresas nuevas y en crecimiento, aunque el 57% considera que los impuestos y regulaciones que afectan estas empresas se aplican de manera previsible y consistente. Un 53% de los expertos considera que las políticas de apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento no son prioritarias para el Gobierno Local.

Gráfica 20: Evaluación de las políticas de gobierno para el emprendimiento.



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

6.4 Programas de Gobierno

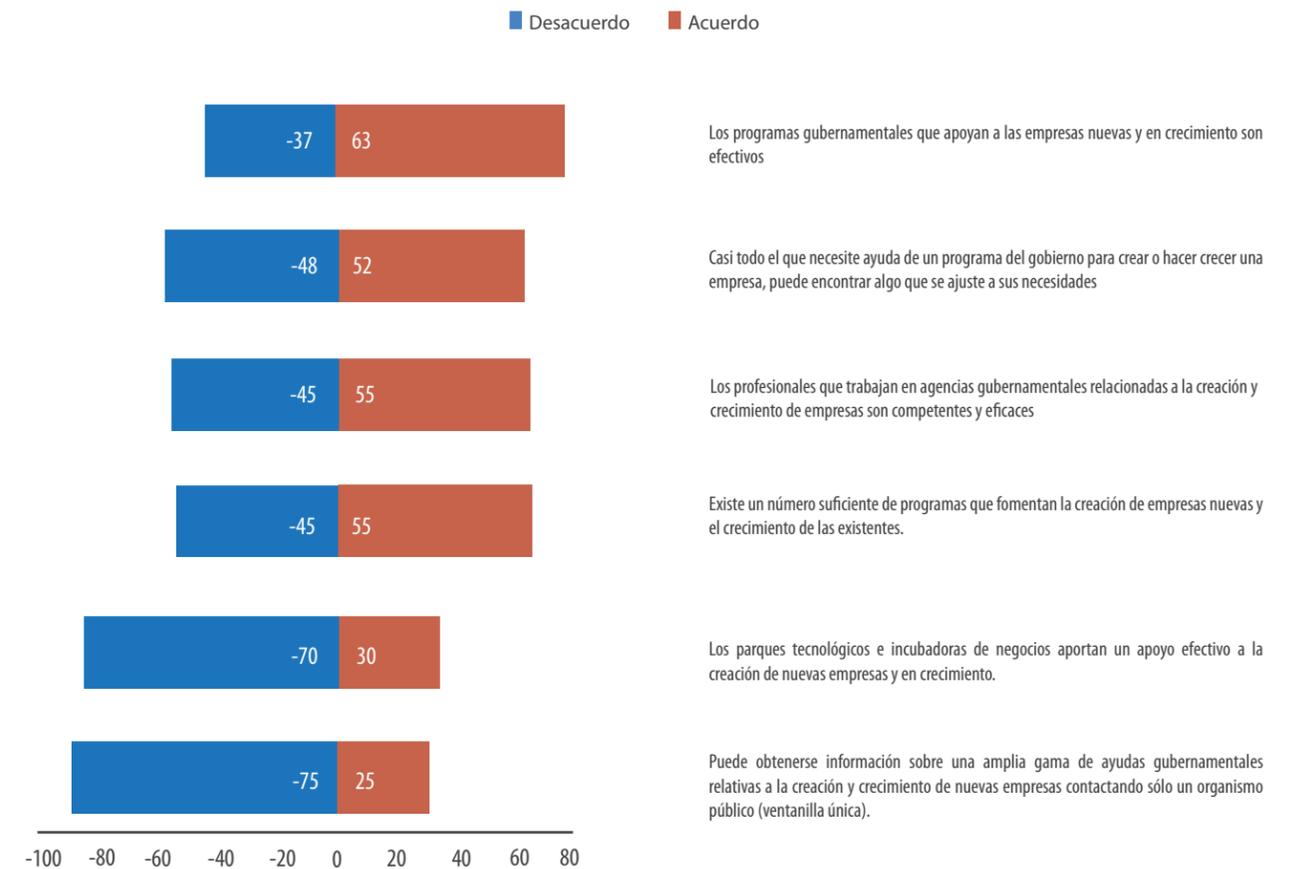
Los programas de gobierno son fundamentales para apoyar el emprendimiento, más aun cuando el desempeño de las políticas públicas resultan ser ineficientes, por lo tanto el desempeño a nivel micro que realizan los programas de gobierno cumplen un rol preponderante en la actividad emprendedora.

Sin embargo, los esfuerzos realizados para diseñar y poner en marcha programas que fomenten el emprendimiento en el país y sus regiones, parecen no responder a las necesidades de su público objetivo en Atacama, debido a que fue evaluado negativamente por los expertos.

La encuesta GEM, en esta dimensión, aborda temas como la centralización, el apoyo a incubadoras, efectividad y competencia de los programas y funcionarios públicos, etc. Los resultados son presentados en la Gráfica 21. Más del 50% de los expertos regionales considera que los profesionales que trabajan para los organismos del Gobierno son competentes y además creen que son efectivos estos programas. Sin embargo, más de un 70% considera que no se puede obtener información sobre las ayudas gubernamentales.

Por otro lado, un 70% de los expertos considera que los parques tecnológicos e incubadoras de negocios aportan con la creación de nuevas empresas.

Gráfica 21: Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento.



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



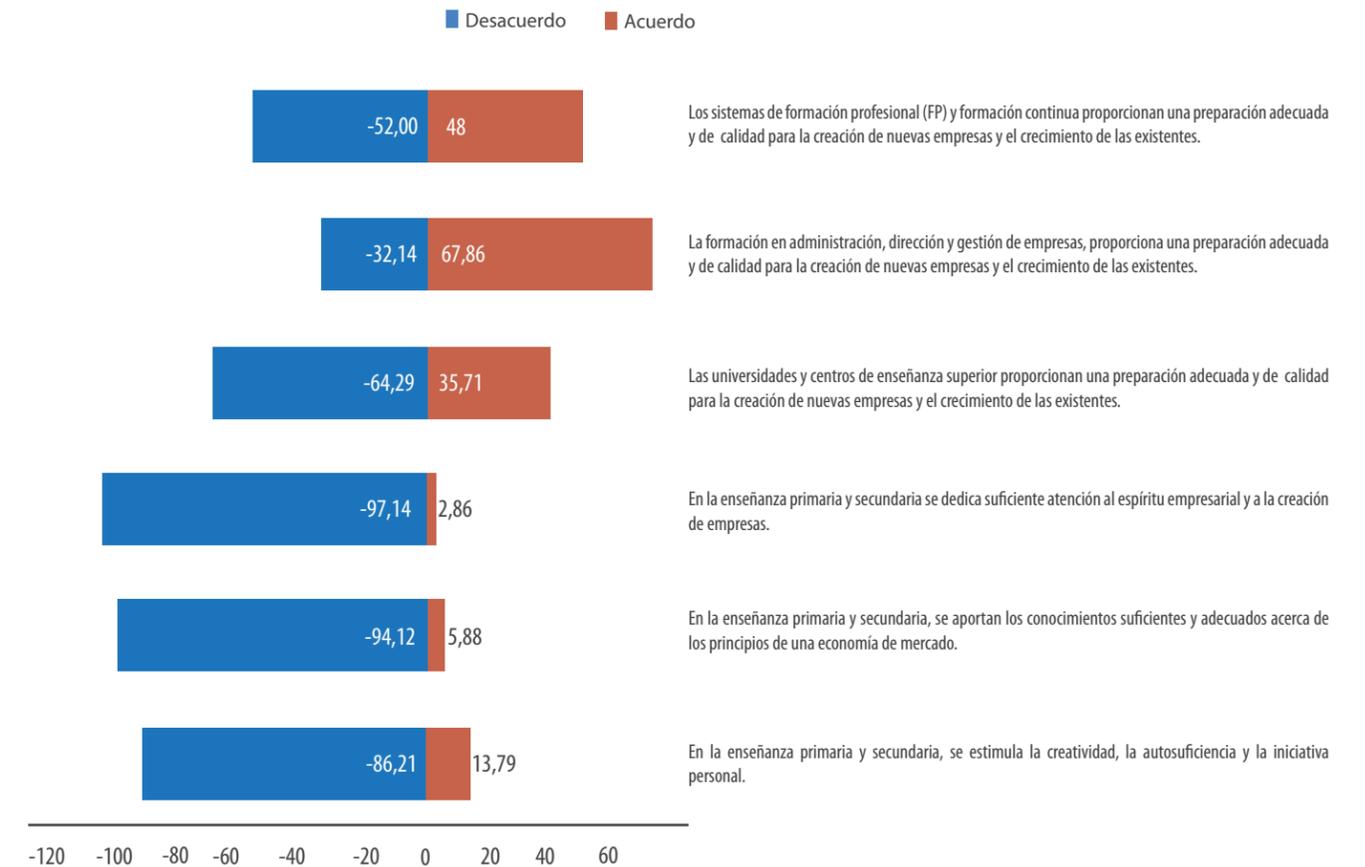
6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

6.5 Educación y Capacitación

La mayoría de los expertos de la región de Atacama han sido duros en la valoración de la educación básica. En opinión de los expertos, en estas instituciones no se valora el emprendimiento y no se están incorporando los conocimientos técnicos y habilidades necesarios para la creación de un líder emprendedor.

En el mismo sentido se evalúan las Universidades, en general, no preparan adecuadamente ni incentiva a los estudiantes a la creación de empresas. Es importante hacer hincapié en esta dimensión y entregar herramientas a los alumnos de educación de todos los niveles, dado que una de las ventajas de entregar una buena educación para el emprendimiento en etapas tempranas es que mientras antes se conectan las personas con el entorno emprendedor, más posibilidades tiene de convertirse en un líder emprendedor.

Gráfica 22: Evaluación de la educación y capacitación.



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

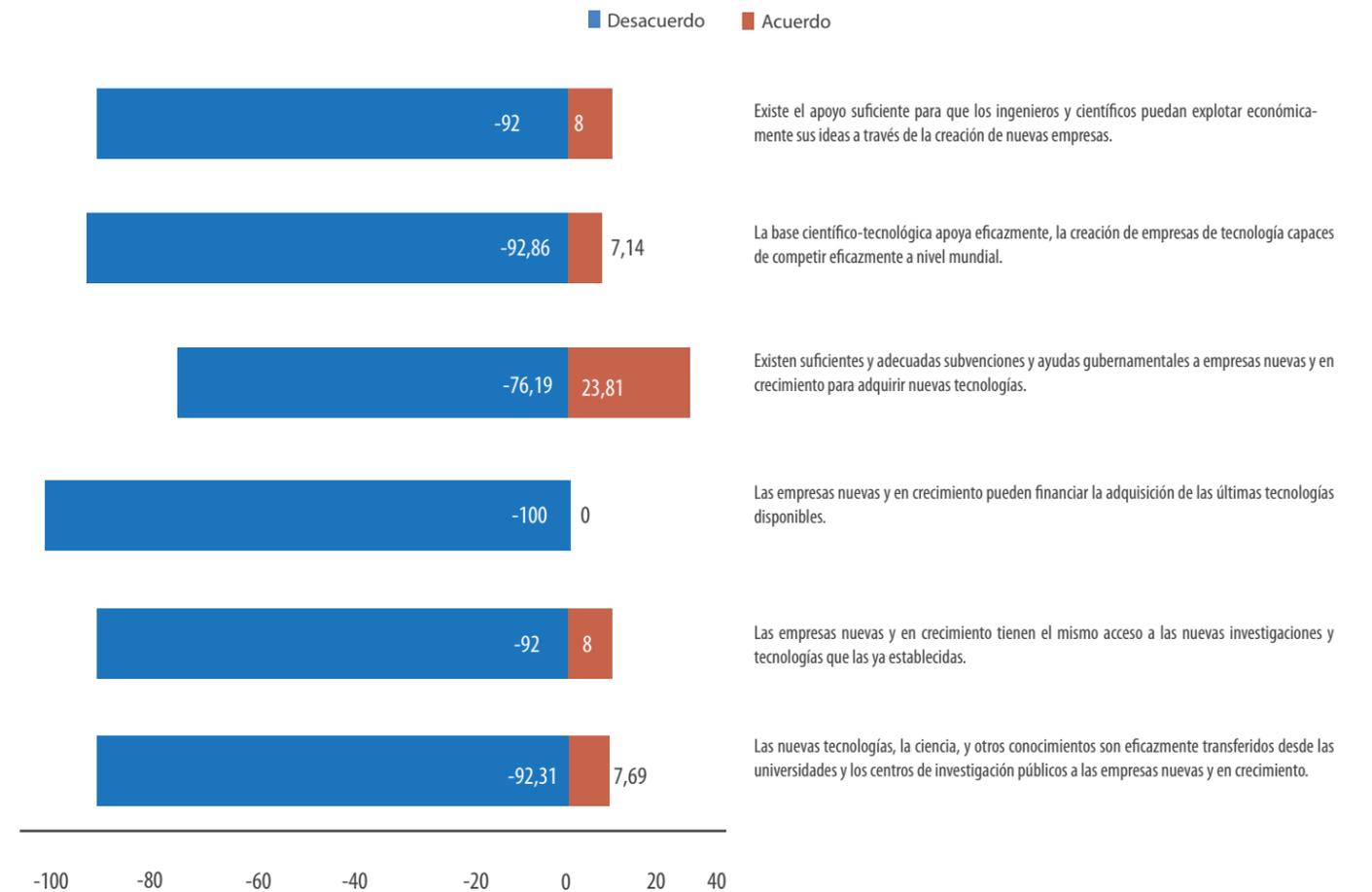
6.6 Transferencia de Investigación y Desarrollo (I+D)

Es una de las áreas pero evaluadas, todas las consultas incluidas en este ítem han sido evaluadas de forma negativa por parte de los expertos regionales, lo cual significa que no existe gran apoyo para que nuevas invenciones sean comercializadas en las empresas e incapacidad por parte de las mismas para financiera tecnología de punta. Adicionalmente, los expertos no aprecian una base científica adecuada para la creación de tecnología requerida para competir a nivel internacional. Igualmente hay trabas para una eficaz transferencia tecnológica desde las universidades hacia las empresas.

Un 92% considera que no existe suficiente apoyo para los ingenieros y científicos puedan llegar a comercializar sus ideas a través de las empresas.

Más del 90% de los expertos considera que la base científica y tecnológica no apoya eficazmente la creación de nuevas empresas en la región. Un 76% estima que no existen suficientes subsidios para la adquisición de nuevas tecnologías.

Gráfica 23: Evaluación de la transferencia de Investigación y Desarrollo.



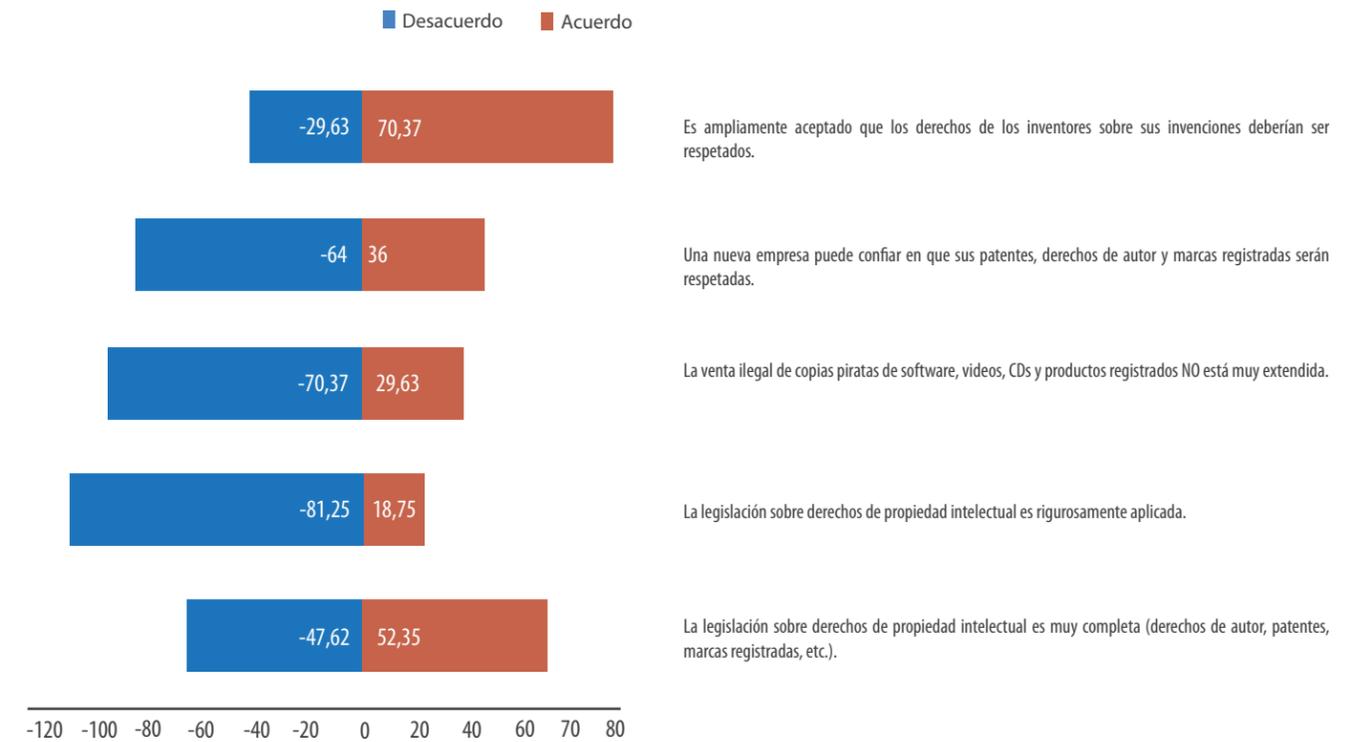
Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

Es importante mencionar que la transferencia de conocimiento está directamente relacionada con la protección de la propiedad intelectual, ya que facilita la difusión de las innovaciones. Un 70% de los expertos considera que este argumento es ampliamente aceptado en la región. Además, un 64% de éstos piensa que las empresas nuevas y en crecimiento tienen escasas garantías de protección de las patentes, derechos de autor y marcas registradas así como que las regulaciones existentes no cubren todos los aspectos necesarios. A ello debe añadirse que más del 80% cree que la legislación sobre derechos de propiedad no se aplica de manera rigurosa (Gráfica 24).

Gráfica 24: Evaluación de la protección a la propiedad intelectual



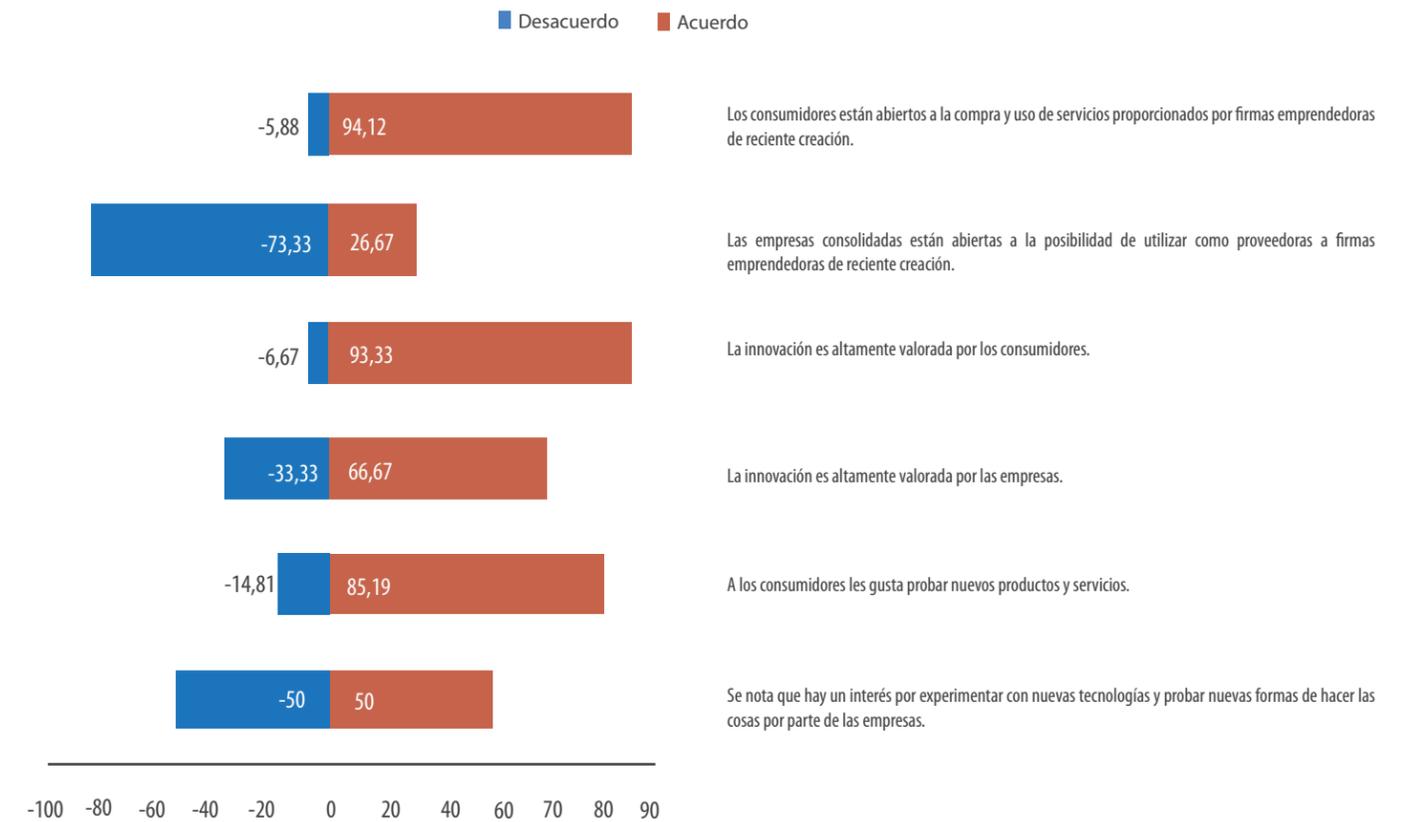
Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

Con respecto a la innovación, los juicios de los expertos señalan la existencia de una actitud favorable tanto de las empresas como de los consumidores ante las innovaciones. Si bien la mayoría considera que éstas son valoradas positivamente, observan que la propensión de los consumidores a probar nuevos productos o servicios es mayor que la de las empresas a incorporar nuevas tecnologías y métodos de trabajo. A ello debe unirse la desconfianza de las empresas regionales establecidas que, para el 73 % de los expertos, no están dispuestas a tener a nuevas empresas como proveedoras, y convertirse así en potenciales canales de transferencia de innovación (Gráfica 25).

Gráfica 25: Evaluación de la innovación



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta

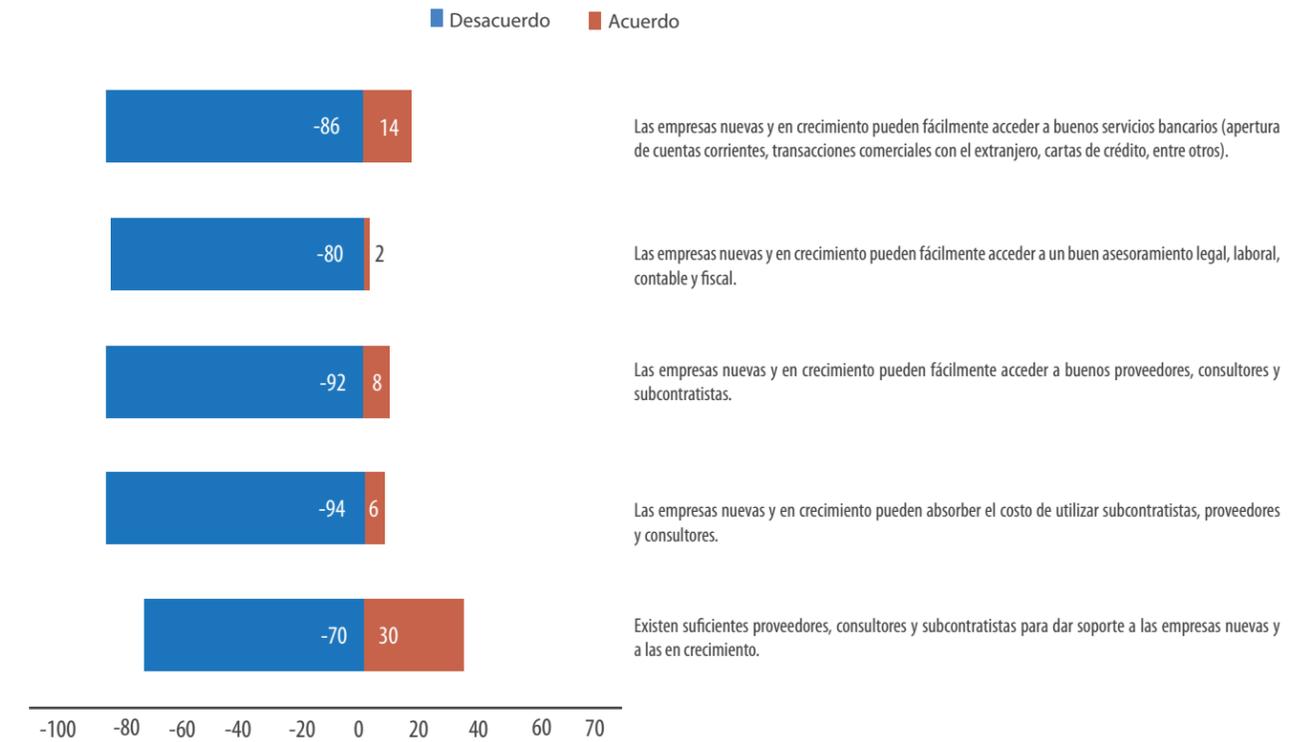


6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

6.7 Infraestructura Comercial y Legal

El resultado más crítico se relaciona con el costo de utilizar a los subcontratistas, proveedores y consultores. Para el 94% de los expertos regionales, las empresas nuevas y en crecimiento no son capaces de afrontar estos costos. Un 80% de los expertos creen que las empresas nuevas no pueden acceder fácilmente a buenos servicios profesionales, buenos proveedores y buenos servicios bancarios.

Gráfica 24: Evaluación de la Infraestructura Comercial y Legal.



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



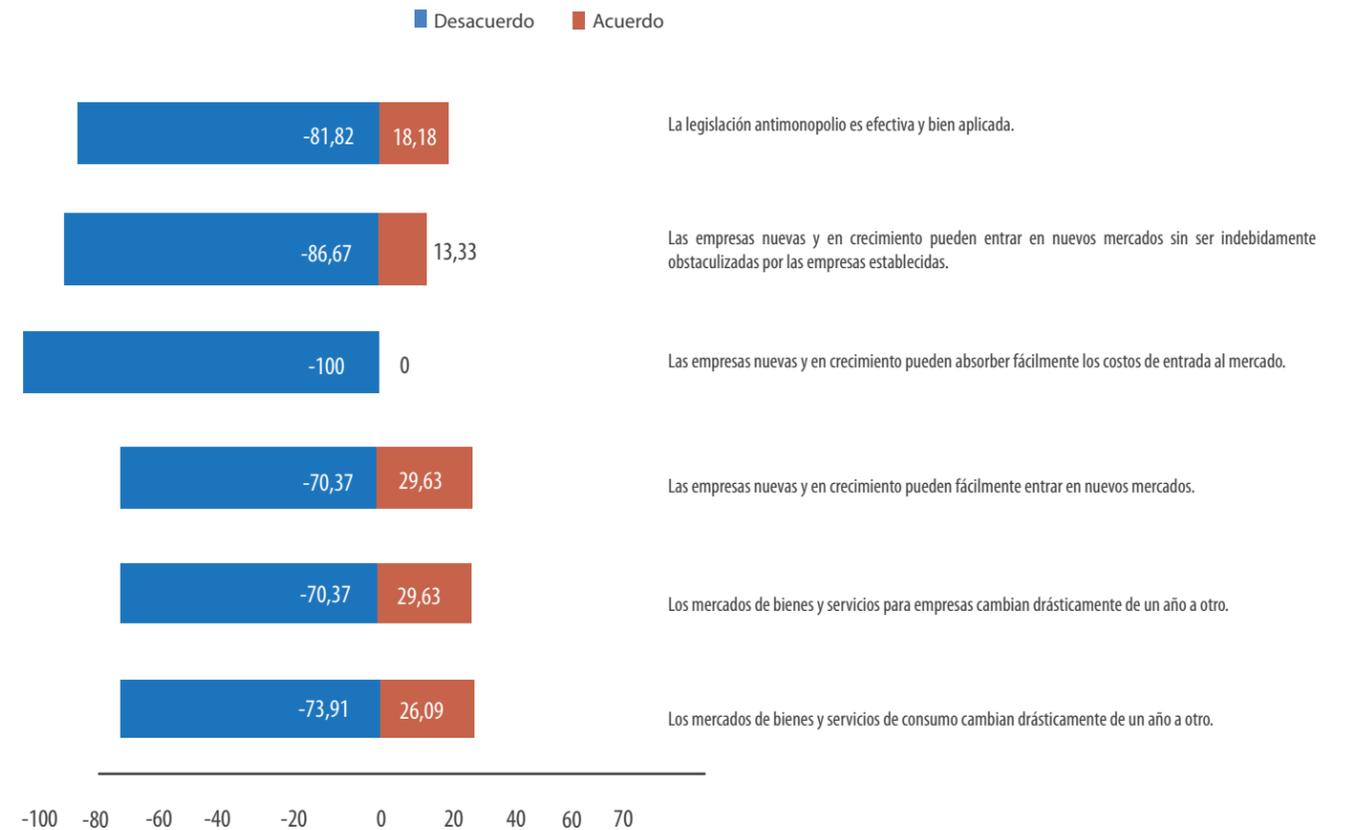
6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

6.8 Apertura del Mercado Interno

La apertura del mercado interno, se relaciona principalmente con las barreras que tiene las empresas nuevas y en crecimiento para acceder al mercado doméstico, ya sea por razones de financiamiento o bien por la conducta estratégica de las empresas existentes. Todas las variables consultadas a expertos regionales fueron evaluadas negativamente, como se aprecia en la Gráfica 25, lo que significa que los expertos regionales consideran que las prácticas comerciales y el marco regulatorio no son suficientemente flexibles en su aplicación, lo cual dificulta que las empresas nuevas y en crecimiento puedan competir y eventualmente reemplazar a los proveedores actuales.

Principalmente en lo que respecta a los costos que deben absorber las empresas nuevas y en crecimiento para entrar al mercado, más del 80% de los expertos considera que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden entrar fácilmente a nuevos mercados. Un 81% de los expertos manifiestan su desacuerdo en lo que respecta a la legislación antimonopolios que, a juicio de ellos, no está bien aplicada.

Gráfica 25: Evaluación de la Apertura del Mercado Interno.



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

6.9 Acceso a Infraestructura Física

Esta categoría es la única evaluada de forma positiva por los expertos y eso se ha mantenido durante todos los años que se ha realizado el GEM en Chile y lo mismo ocurre desde el año 2010 en Atacama.

En la región, el 100% de los expertos considera que las empresas nuevas y en crecimiento pueden absorber los costos de servicios básicos y más del 80% no es excesivamente costoso acceder a sistemas de comunicación. Asimismo, más del 70% considera que una empresa nueva o en crecimiento puede acceder a servicios básicos en sólo un mes y un 81% considera que la infraestructura física proporciona un buen apoyo a este tipo de empresas. La evaluación indica que esta categoría es un facilitador para el desarrollo de la actividad emprendedora.

Gráfica 26: Evaluación de la Infraestructura Física.



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



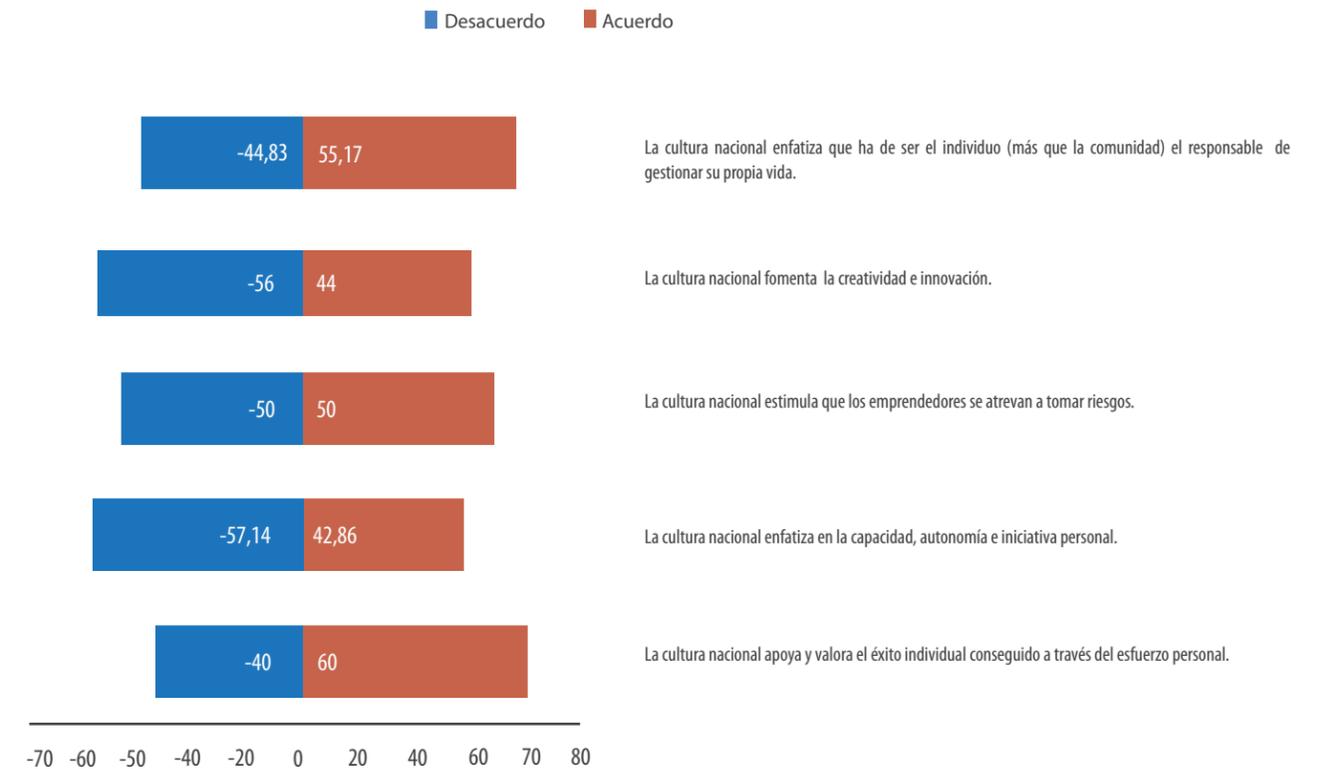
6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

6.10 Normas Sociales y Culturales

Las preguntas relativas a esta dimensión se enfocan al efecto de la cultura de la región sobre el emprendimiento. La opinión es negativa al respecto, un 50% de los expertos regionales, consideran que no estimula a los emprendedores a ser más arriesgados. Asimismo, más del 50% de los expertos estima que la cultura nacional fomenta la creatividad e innovación. Sin embargo, el 55% de los expertos regionales considera que la cultura regional sí valora que el individuo sea responsable de gestionar su propia vida.

Existe una fuerte relación entre la cultura y el emprendimiento, especialmente en los nuevos emprendedores. La sociedad incentiva a todos los nuevos emprendimientos y disciplinas, entendiendo que sin la libertad de desafiar lo existente no hay emprendedores.

Gráfica 27: Evaluación de la Normas Sociales y Culturales.



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



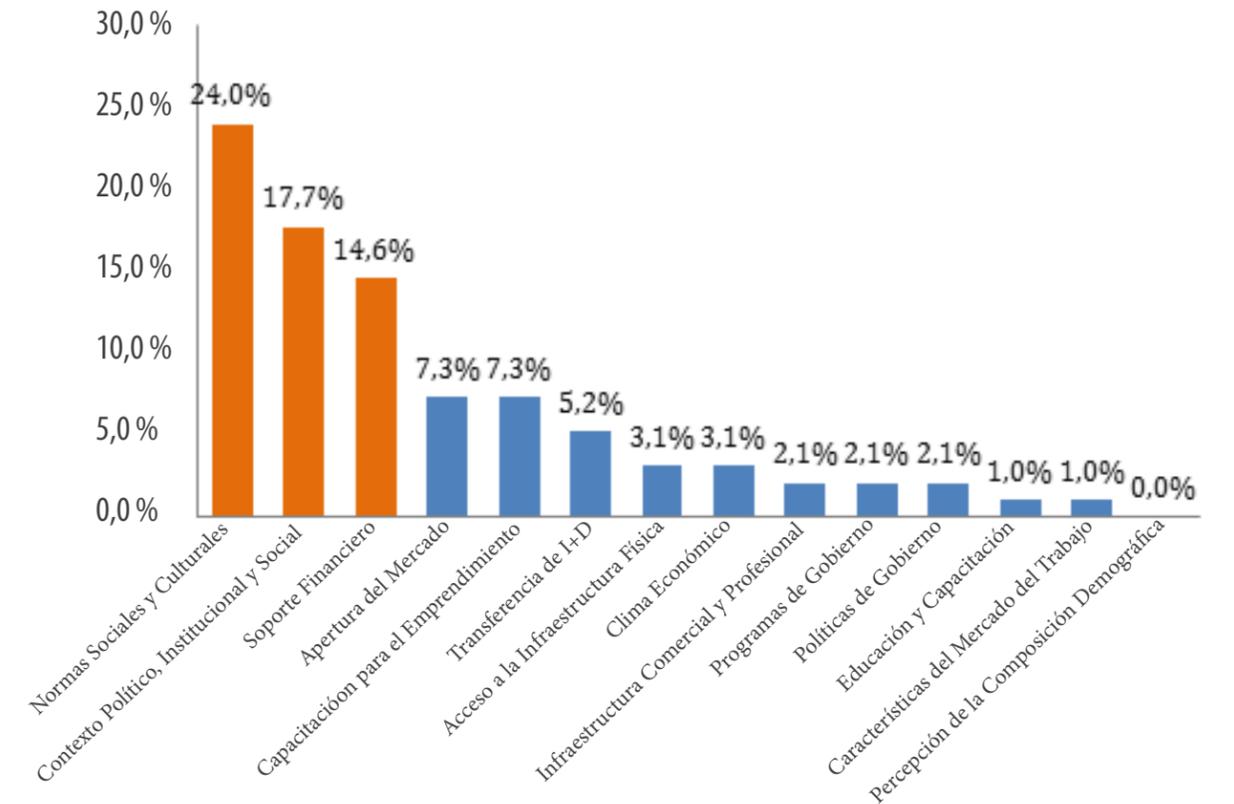
6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

6.11 Factores que potencian y limitan el desarrollo de la actividad emprendedora

Los expertos también han manifestado su opinión sobre los factores que a su juicio están favoreciendo u obstaculizando la actividad emprendedora en la comunidad, tanto en el ámbito de la creación de empresas como en la generación de nuevos proyectos innovadores en las empresas existentes.

Entre los factores que favorecen esta actividad emprendedora 2013,, los expertos han destacado, a las normas sociales como factor principal. Además han destacado al contexto político en segundo lugar y el soporte financiero en un tercer lugar. Como cuarto y quinto factor favorecedor se sitúan la apertura del mercado y la capacitación para el emprendimiento.

Gráfica 28: Clasificación de los factores que favorecen la actividad emprendedora.



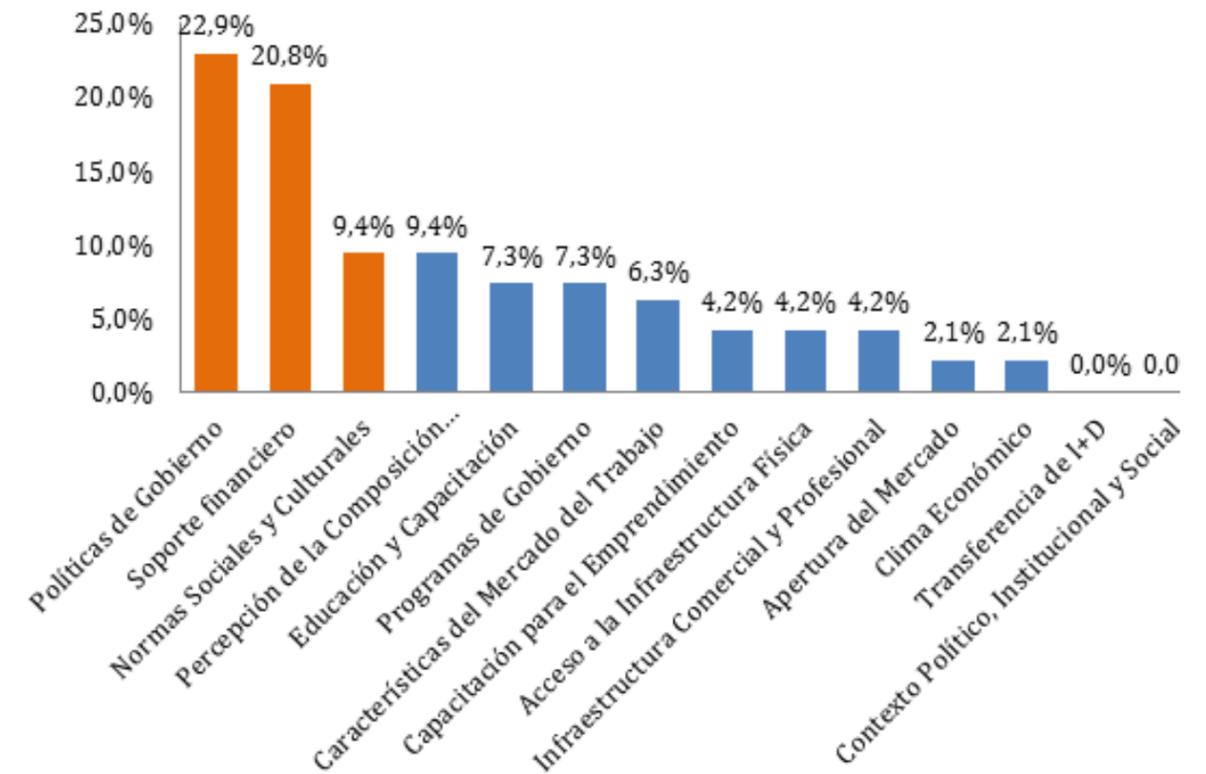
Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

Por el contrario, los factores menor favorecedores, son los que hacen referencias a las políticas de gobierno, acceso a financiamiento y las normas sociales son los más citados entre los tres primeros. Los factores que menos parecen obstaculizar la creación empresarial son la transferencia de I+D y el contexto político.

Gráfica 29: Clasificación de los factores que obstaculizan la actividad emprendedora.



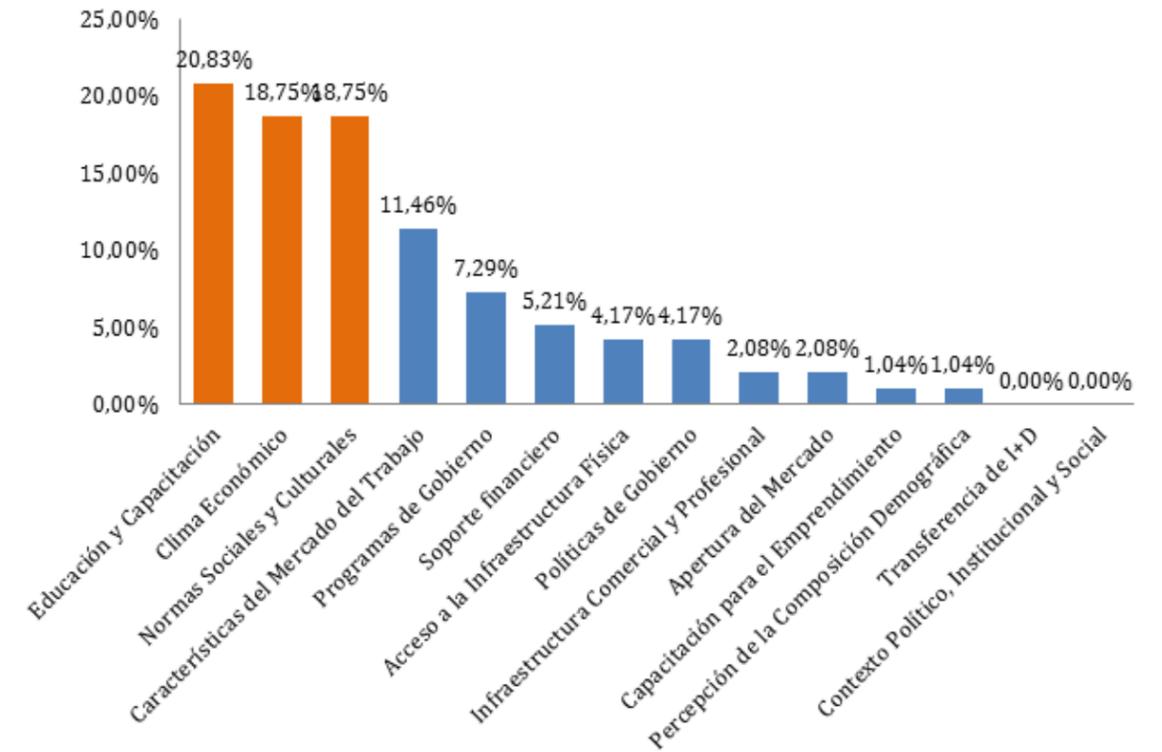
Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



6-. CONTEXTO EMPRENDEDOR

En cuanto a las recomendaciones para incrementar la actividad emprendedora que sugieren los expertos son: La educación, el clima económico y las normas sociales. En menor medida se menciona los factores relacionados con las características del mercado, los programas de gobierno y el soporte financiero. Así mismo, parece relevante seguir mejorando el acceso a la infraestructura física y las políticas de gobierno.

Gráfica 30: Recomendaciones para mejorar la creación de empresas en Atacama.



Fuente: Preparado por el autor. GEM Atacama 2013 – 2014. Encuesta a la Población Adulta



07

CONCLUSIONES



7-. CONCLUSIONES

Las tasas de actividad emprendedora han disminuido desde el año 2011, pero han aumentado desde el año 2010, lo que nos induce a pensar que el escenario económico ha influido en la normalización de las tasas de emprendimiento regionales.

El emprendimiento femenino se ha mantenido más alto que el emprendimiento masculino en nuestra región, lo que se debe al incremento de los programas orientados a fortalecer al género femenino tanto a nivel laboral como de capacidades emprendedoras.

La variación de la actividad emprendedora también se refleja en las expectativas sobre las oportunidades para crear empresas que percibe la población regional, que manifiesta un 79% en cuanto a la percepción de buenas oportunidades de negocio. Lo que coincide con la tasa de emprendimientos motivados por una oportunidad de negocio en Atacama, presentando un 55% del total de emprendedores que inician actividades porque visualizan una buena idea de negocio.

Por otro lado, la situación de transferencia de I +D es baja según la opinión de los expertos. Esto no favorece a que las empresas usen nuevas tecnologías en sus procesos y que la innovación sea relativamente baja. Aunque más del 50% de los emprendedores manifiesta entregar un producto novedoso para todos, esto es rápidamente replicado por la competencia dado que un 52% de los emprendedores establecidos manifiesta tener algunos competidores.

Además, es importante destacar también otro aspecto crítico del entorno emprendedor relacionado a los empresarios en etapas iniciales, con su necesidad de apoyo en el acceso a financiamiento lo que les permita establecer sus negocios, implementando microcréditos eficientes, instalaciones de incubación y el acceso a capacitación.

Por último, debemos recalcar el alto porcentaje de emprendimiento, lo que nos indica que la intención emprendedora está presente en más del 70 % de la población de Atacama. Es importante, no dejar pasar la oportunidad y se ofrezcan a los futuros empresarios la confianza para poder llevar a cabo sus intenciones, aportándoles, financiación, apoyos de programas de gobierno, tramites sin tanta burocracia, políticas regionales orientadas a potenciar los emprendimientos, apoyo social, y educación y formación emprendedora. Todo ello dentro de un contexto político, social e institucional que favorezca el emprendimiento.



08

ANEXOS



8-. ANEXOS

Medida	Descripción
Actitudes y percepciones emprendedoras	
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos 3 años.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que percibe la existencia de oportunidades pero señala que el miedo al fracaso es un disuasivo para formar una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que comenzar un negocio es una elección de carrera deseable.
Alto estatus y reconocimiento de los emprendedores	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, la mayoría de la población considera que los emprendedores gozan de un alto estatus social.
Atención dada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población (18 a 64 años) de acuerdo con la afirmación que, en su país, los medios de comunicación exhiben con frecuencia historia de nuevos negocios exitosos.

Medida	Descripción
Actividad emprendedora	
Tasa de emprendimiento nacientes	Porcentaje de la población (18 a 64 años) activamente involucrado en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aun no han pagado sueldos, o cualquier otra retribución por más de 3 meses.
Tasa Nuevos emprendedores	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos por un periodo de entre 3 a los 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales. (TEA, por su sigla en ingles)	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es un emprendedor naciente o dueño y gestor de un nuevo negocio.
Tasa de emprendedores establecidos.	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que actualmente es dueño y gestor de un negocio establecido, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios u otra retribución por más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que es involucrado en una actividad emprendedora inicial o es dueño y gestor de un negocio establecidos
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora.	Porcentaje de la población (18 a 64 años) que ha discontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea por venta, o término de la relación entre dueños y gestores con el negocio.
Motivación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población (18 a 64 años) involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales que manifiesta como motivación por iniciar un negocio por oportunidad (ser independientes o incrementar sus ingresos) o por necesidad (no tiene otra opción real de empleo).



8-. ANEXOS

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

8-. ACERCA DEL AUTOR

CAROLINA BLANCO ZEPEDA

UNIDAD INTELIGENCIA COMPETITIVA
cblanco@ccira.cl
Fono: (052) 2233084
Juan Martínez 301
Copiapó

Es Ingeniera Comercial de la Universidad Católica del Norte. Desde el año 2011 es Ejecutiva de Competitividad e Innovación de la Región de Atacama y se desempeña como Encargada de la Unidad de Inteligencia Competitiva de la misma. Durante sus últimos años como alumna de la UCN, trabajó en el proyecto GEM Antofagasta, donde obtuvo los conocimientos para aportar desde el año 2010 en el proyecto GEM Atacama.

COORDINACIÓN GEM CHILE Y ATACAMA

El proyecto GEM Chile es desarrollado por el Global Entrepreneurship Research Center de la Universidad del Desarrollo.

<http://negocios.udd.cl/gemchile/>

Contacto: Antonio Acha Romo
Coordinador GERC
aacha@udd.cl
Tel: (562) 2 32 79 158

El proyecto GEM Atacama es desarrollado por la Unidad de Inteligencia Competitiva de la Corporación para la competitividad e Innovación de la Región de Atacama.

www.ccira.cl

8-. ANEXOS

EXPERTOS CONSULTADOS

Claudia Avalos Paredes
Carlos Guerrero Mayorga
Daniel Díaz
Renán Calderón Barraza
Camila Alejandra Tapia Morales
John Silva Mandiola
Oliver Marcelo Varela Madariaga
Elsa Cousiño Uribe
María Fernanda Prohens Poblete
Alfredo Schwarze
Patricia Cortés Agüero
Bernardo Alejandro Campos Díaz
Marcia Rojas Ponce
Carlos Reygada Beltrami
Jadranka Milovic
Johan Luis Cortés Bustos
Reynaldo Quezada Mundaca
Ramón Gastón Jiménez Acevedo

Julia Salas Peña
María Carolina Baeza Navarrete
Alonso Yerko Guerra Rivera
René Godoy Alday
María Carolina Troncoso
Nibaldo Guaita Godoy
Paulina Rosel Medina
Edith Parraguez
Francisco E. Bravo Serrano
Carlos Rodríguez Villalobos
Marisa González Sáez
Víctor Manuel Ramos Castillo
Dante Carrizo
Alfredo Riveros Tello
Paola Bordoli Tiska
Lorena Moreira Araya
Hugo Salinas Pérez
Oscar Muñoz Carvajal



8-. ANEXOS

FICHA METODOLÓGICA

Encuesta a Población Adulta	
Tipo de estudio	Encuesta administradas 80% telefónicamente y 20% cara a cara.
Universo	Población Chilena, adulta mayor a 18 años
Tamaño muestral	Muestra aleatoria estratificada por regiones en base a los datos del CENSO 2002 - INE
Total muestra (a nivel nacional)	6703 casos validos
Total muestra (a nivel regional)	473 casos
Fecha de trabajo de campo	Mayo – Julio 2013
Encuestador	Questio

Encuesta a Expertos Regionales	
Tipo de estudio	Encuesta auto-administrada
Muestra (a nivel nacional)	354 expertos de 7 regiones del país más la Región Metropolitana de Santiago y la Comuna de Peñalolén
Muestra (a nivel regional)	36 expertos
Fecha de trabajo de campo	Mayo – Julio 2012
Encuestador	Equipo CCIRA



8-. ANEXOS

COORDINACIÓN GEM CHILE EN REGIONES

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



8-. ANEXOS

AUSPICIADORES

Gobierno Regional de Atacama, Es el Órgano Público donde radica la administración superior de la Región de Atacama, tiene personalidad jurídica de Derecho Público, patrimonio y está investido de atribuciones que observan como principio básico, el desarrollo armónico y equitativo de sus territorios, tanto en lo relativo al desarrollo económico, social y cultural.

En el ejercicio de sus funciones se inspira en los principios de equidad, eficiencia y eficacia en la asignación y utilización de recursos públicos y en la prestación de servicios; en la efectiva participación de la comunidad regional y en la preservación del medio ambiente.



La Universidad del Desarrollo tiene por misión contribuir a la formación de profesionales de excelencia y a la generación de investigación y extensión, fomentando el emprendimiento, el amor al trabajo bien hecho, el actuar ético y la responsabilidad pública

