



Global Entrepreneurship Monitor



Informe de la
REGIÓN DE ANTOFAGASTA, Chile 2014

Gianni Romaní / Miguel Atienza





Global Entrepreneurship Monitor

**INFORME DE LA REGIÓN DE
ANTOFAGASTA, CHILE
2014**

Gianni Romaní Chocce.
Miguel Atienza Úbeda.





Global Entrepreneurship Monitor

Informe de la Región de Antofagasta, Chile 2014

Gianni Romaní Chocce.

Miguel Atienza Úbeda.

Centro de Emprendimiento y de la Pyme.

Facultad de Economía y Administración.

Universidad Católica del Norte.

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

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

**Global Entrepreneurship Monitor
Informe de la Región de Antofagasta, Chile 2014.
Noviembre 2015.**

Editor: Ediciones Universitarias, Universidad Católica del Norte.

Registro de Propiedad Intelectual
Inscripción N° 258745
Santiago Chile.

ISBN: 978-956-287-372-7

Los datos utilizados en este estudio provienen del consorcio Global Entrepreneurship Monitor (GEM), constituido en 2014 por 70 equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Angola, Argentina, Australia, Austria, Barbados, Bélgica, Belice, Bolivia, Bosnia Herzegovina, Botsuana, Burkina Faso, Brasil, Camerún, Canadá, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Croacia, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, Eslovenia, Eslovaquia, Estonia, España, Estados Unidos, Filipinas, Finlandia, Francia, Georgia, Grecia, Guatemala, Hungría, India, Indonesia, Italia, Irán, Irlanda, Jamaica, Japón, Kazajstán, Kosovo, Lituania, Luxemburgo, Malasia, México, Noruega, Países Bajos, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Puerto Rico, Qatar, Reino Unido, Rumania, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Surinam, Tailandia, Taiwán, Trinidad y Tobago, Uganda, Uruguay, Vietnam. 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 2014, que puede descargarse en línea en www.gemconsortium.org. Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

Diseño, Diagramación y Portada: Cristian Peña · www.dimco.cl

impresión: Emelnor Impresores S.A. Av. Antonio Rendic 7002, Antofagasta Chile.

Presentación de la Coordinación GEM Región de Antofagasta.

El Proyecto GEM Región de Antofagasta 2014 ha sido desarrollado por académicos adscritos al Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte (UCN).



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

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

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

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

Prefacio.

Desde 2007, el proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM, en Chile, ha realizado estudios regionales para proveer de información relevante que permita comprender mejor los ecosistemas regionales de innovación y emprendimiento. La Región de Antofagasta fue una de la pioneras dentro de esta iniciativa regional, por lo que este octavo informe, correspondiente a los datos obtenidos en 2014, da cuenta del trabajo sistemático que el GEM ha llevado a cabo para a los responsables del diseño de las políticas públicas pro-emprendimiento a focalizar aquellos aspectos que requieren mayor atención en las regiones.

El GEM mide la dinámica emprendedora de más de 100 economías, y es el proyecto más extenso de investigación sobre emprendimiento en el mundo. En Chile, con más de una década de mediciones, el GEM es un referente dado su alcance nacional y regional, siendo uno de los estudios en ciencias sociales más grandes del país. El proyecto GEM Chile cubre 12 regiones del país gracias al esfuerzo de académicos y profesionales del ámbito del emprendimiento y la creación de negocios. Esto, sin duda, ha permitido que los datos del GEM sean un importante aporte al mundo académico, empresarial y de la administración pública. Lo anterior reafirma la vocación de seguir ofreciendo datos de calidad para entender el complejo fenómeno del emprendimiento en Chile que abarca, desde el ámbito local, hasta el relevante posicionamiento que ha tenido el país como polo de atracción de emprendedores internacionales.

En especial quiero agradecer al equipo académico del Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte quienes con su continuo esfuerzo han mantenido vigente el proyecto GEM en la Región de Antofagasta. Obviamente quiero agradecer también al resto de las universidades regionales e instituciones asociadas que participaron en 2014: Universidad de Tarapacá, Corporación Privada para el Desarrollo de la Universidad Arturo Prat, Corporación para la Competitividad e Innovación Región de Atacama, Universidad Católica del Norte (sede Coquimbo), Universidad Técnica Federico Santa María (Casa Central en la Región de Valparaíso y sede Concepción), Universidad Católica de la Santísima Concepción, Universidad del Desarrollo (sede Concepción) y Universidad de la Frontera, así como a sus coordinadores e investigadores y a sus diferentes auspiciadores. Agradecemos la valiosa ayuda y tiempo dedicado a los 39 informantes claves que respondieron la encuesta sobre las condiciones regionales para el emprendimiento. Por supuesto, también nuestro más sincero agradecimiento a los 513 encuestados en la región que, de forma anónima, proveen la información que constituye el pilar fundamental de esta investigación. Finalmente, a cada una de las emprendedoras y emprendedores de la Región de Antofagasta que, con su trabajo, contribuyen al desarrollo económico y social de Chile.

Que disfruten la lectura de este informe.

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

Contenido.

PREFACIO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
EXECUTIVE SUMMARY	xvi
¿QUIÉN ES EL EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA?	xix
INTRODUCCIÓN	1
1. EL PROYECTO GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM, SU MODELO CONCEPTUAL, DEFINICIONES OPERATIVAS Y METODOLOGÍA	3
1.1. EL PROYECTO GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR-NIT	3
1.2. EL MODELO CONCEPTUAL REVISADO DEL GEM	3
1.3. DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM	7
1.4. METODOLOGÍA DEL PROYECTO GEM	10
2. PRINCIPALES RESULTADOS INTERNACIONALES DEL GEM 2014	11
2.1. VALORES SOCIALES, ATRIBUTOS INDIVIDUALES Y ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES EN EL CICLO GEM 2014	11
3. PRINCIPALES RESULTADOS DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA.	17
3.1. VALORACIÓN SOCIAL Y ATRIBUTOS INDIVIDUALES EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA	17
3.2. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA	21
3.2.1. Tasas de Emprendimiento	21
3.2.2. Motivos de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales	24
3.2.3. Características Demográficas de los Emprendedores	27
3.3. LAS ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN	37
3.4. EL FINANCIAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN	42
4. FACTORES DEL ECOSISTEMA PARA EMPRENDER	46
4.1. DESCRIPCIÓN DE LA ENCUESTA A EXPERTOS	46
4.2. EVALUACIÓN GENERAL DE LAS CONDICIONES MARCO DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR	47
4.3. EVALUACIÓN DE LAS CONDICIONES MARCO DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN	50
4.3.1. Acceso al Financiamiento (Evaluación:-0,96)	50
4.3.2. Apertura del Mercado Interno (Evaluación:-0,87)	52
4.3.3. Transferencia de I+D (Evaluación: -0,77)	53
4.3.4. Educación y Capacitación para el emprendimiento (Evaluación: -0,76)	54
4.3.5. Infraestructura Comercial y legal (Evaluación: -0,68)	57
4.3.6. Políticas de Gobierno (Evaluación: -0,29)	58
4.3.7. Normas Sociales y Culturales (Evaluación: 0,10)	61
4.3.8. Programas de Gobierno (Evaluación: 0,12)	64

4.3.9. Acceso a Infraestructura Física (Evaluación: 0,91)	66
4.3.10. Factores que limitan e impulsan el Emprendimiento Regional	66
5. REFLEXIONES EN TORNO AL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN	71
REFERENCIAS	75
SOBRE LOS AUTORES	80
COORDINACIÓN DEL GEM CHILE	81
EQUIPOS REGIONALES QUE PARTICIPARON EN EL PROYECTO GEM CHILE 2014	82
PRESENTACIÓN DE LOS AUSPICIADORES	83

Índice de Tablas.

TABLA 1. ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO EN LOS PAÍSES PARTICIPANTES GEM 2014, POR REGIÓN GEOGRÁFICA	13
TABLA 2. ATRIBUTOS INDIVIDUALES DE ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO	19
TABLA 3. VALORACIÓN SOCIAL HACIA EL EMPRENDIMIENTO	20
TABLA 4. APROXIMACIÓN DEL NÚMERO DE HABITANTES DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA INVOLUCRADOS EN ALGUNA ETAPA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	24
TABLA 5: NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO DE LOS EMPRENDEDORES	42
TABLA 6: MONTO DE INVERSIÓN DE LOS INVERSIONISTAS INFORMALES	43
TABLA 7: BRECHA EN EL FINANCIAMIENTO DE LOS EMPRENDEDORES	44

Índice de Cuadros.

CUADRO 1. GLOSARIO DE LAS PRINCIPALES MEDIDAS Y TERMINOLOGÍA	xii
CUADRO 2. EL CONTEXTO SOCIAL, CULTURAL, POLÍTICO Y ECONÓMICO Y LAS FASES DE DESARROLLO ECONÓMICO	6
CUADRO 3. DIFERENCIAS ENTRE EL GEM Y LOS REGISTROS DE ACTIVIDADES DE EMPRESAS	8
CUADRO 4. LABORATORIO CREATIVO INNOVA2	56
CUADRO 5. NUEVA POLÍTICA DE EMPRENDIMIENTO 2014-2018	60
CUADRO 6. CONCURSO DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL “ANTOFA EMPRENDE” ...	62
CUADRO 7. NODO DE INDUSTRIAS CREATIVAS DE ANTOFAGASTA - APOSTANDO POR LOS SERVICIOS CREATIVOS	63
CUADRO 8. CORPORACIÓN INCUBA2- HITOS EN 2014 Y PROYECCIONES PARA EL 2015	65

Índice de Figuras.

FIGURA 1. LAS 10 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	xix
FIGURA 2. EL MODELO CONCEPTUAL DEL GEM HASTA 2014	3
FIGURA 3. EL MARCO CONCEPTUAL REVISADO DEL GEM 2014-2015	4
FIGURA 4. EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERATIVAS DEL GEM	9
FIGURA 5. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES PARA LOS 70 PAÍSES PARTICIPANTES EN EL GEM 2014, SEGÚN FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO	16
FIGURA 6. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES	21
FIGURA 7. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR COMPOSICIÓN	22
FIGURA 8. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR ETAPAS 2013-2014	22
FIGURA 9. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR ETAPAS Y REGIONES	23
FIGURA 10. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR OPORTUNIDAD	24
FIGURA 11. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR NECESIDAD	25
FIGURA 12. EMPRENDEDORES NACIENTES POR OPORTUNIDAD Y NECESIDAD	26
FIGURA 13. MOTIVOS DEL EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES POR OPORTUNIDAD	26
FIGURA 14. TIPOS DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR RANGOS DE EDAD	27
FIGURA 15. PROPORCIÓN DE RANGOS DE EDAD POR TIPO DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	28
FIGURA 16. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR TIPO Y GÉNERO	28
FIGURA 17. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR NIVEL EDUCATIVO	29
FIGURA 18. NIVEL DE EDUCACIÓN Y TIPO DE EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES	30
FIGURA 19. NIVEL DE INGRESOS Y TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	31
FIGURA 20. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN INGRESO FAMILIAR	32
FIGURA 21. SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES	32
FIGURA 22. SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRESARIOS ESTABLECIDOS	33
FIGURA 23. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR SECTOR ECONÓMICO	34
FIGURA 24. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA ESTABLECIDA POR SECTOR ECONÓMICO	34
FIGURA 25. PROPORCIÓN DE LA POBLACIÓN QUE HA DISCONTINUADO O CERRADO SU NEGOCIO EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES	35
FIGURA 26. NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LOS EMPRENDEDORES	37
FIGURA 27. CANTIDAD PERCIBIDA DE COMPETIDORES CON PRODUCTOS O SERVICIOS SIMILARES	38
FIGURA 28. USO DE TECNOLOGÍA RECIENTE EN LOS PROCESOS O SERVICIOS	39
FIGURA 29. ASPIRACIONES EN LA EXPANSIÓN DE MERCADO	40
FIGURA 30. CLIENTES EN EL EXTRANJERO DE LOS EMPRENDEDORES POR ETAPAS	41
FIGURA 31. VÍNCULO DE LOS INVERSIONISTAS INFORMALES CON LOS EMPRENDEDORES	43
FIGURA 32. RETORNO ESPERADO DE LOS INVERSIONISTAS INFORMALES EN ANTOFAGASTA	44
FIGURA 33. EVALUACIÓN DE LAS CONDICIONES MARCO DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA 2014	48
FIGURA 34. EVALUACIÓN DE LAS CONDICIONES MARCO DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN 2007-2014	49
FIGURA 35. EVALUACIÓN DE LAS CONDICIONES MARCO DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN Y EN CHILE EN 2014	50
FIGURA 36. EVALUACIÓN DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EL EMPRENDIMIENTO	51
FIGURA 37. EVALUACIÓN DE LA FACILIDAD PARA ACCEDER A NUEVOS MERCADOS Y CLIENTES ...	52

FIGURA 38. EVALUACIÓN DE LA TRANSFERENCIA DE I+D	53
FIGURA 39. EVALUACIÓN DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO	55
FIGURA 40. EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y LEGAL	58
FIGURA 41. EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO EXISTENTES	59
FIGURA 42. EVALUACIÓN DE LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	61
FIGURA 43. EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO	64
FIGURA 44. EVALUACIÓN DEL ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA	67
FIGURA 45. FACTORES QUE LIMITAN O PERJUDICAN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	67
FIGURA 46. FACTORES QUE IMPULSAN EL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN	68
FIGURA 47. FACTORES DONDE SE PUEDE MEJORAR EL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN	69

Cuadro 1. Glosario de las principales medidas y terminología.

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

Resumen Ejecutivo.

Actividad emprendedora

- Por cuarto año consecutivo, la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales supera el 20%. En 2014, un 21,4% de la población adulta de la Región de Antofagasta está involucrada en actividades emprendedoras de duración menor o igual a tres años y medio. Esto supone una disminución respecto a 2013 (25,4%). Explica este resultado la caída de la tasa de emprendedores nacientes, que pasó de un 18,2% en 2013 a un 13,8% en 2014 mientras que la tasa de emprendedores nuevos no ha variado (8%).
- La tasa de los emprendedores con más de tres años y medio de actividad ha subido, de un 4,9% a un 5,7% en 2014. En consecuencia, la brecha entre emprendedores en etapas iniciales y establecidos ha pasado de cinco a cuatro veces la tasa de emprendedores establecidos, lo que sigue mostrando la vulnerabilidad de los negocios en el tiempo.
- La tasa de emprendimiento en etapas iniciales por oportunidad ha disminuido de un 20,8% en 2013 a un 18,1% en 2014. Igualmente, la tasa por necesidad también ha bajado de un 4,6% a un 3% en el mismo período. Siendo la Región la que tiene la tasa más baja de emprendimiento por necesidad en el país.

Valores sociales y atributos individuales hacia el emprendimiento

- La percepción de la población hacia el emprendimiento no ha variado significativamente. Un 57,9% o más de la población adulta declara que la creación de empresas es considerada una buena carrera o profesión y que hay un reconocimiento social al empresario exitoso. Un 65,7% considera que cada vez es más frecuente ver historias de emprendedores en los diferentes medios de comunicación.
- Destaca, de nuevo, la percepción positiva de las oportunidades de emprender en la región. Por octavo año consecutivo, supera al conjunto del país, con independencia de si la persona está o no involucrada en alguna etapa del proceso emprendedor. Antofagasta sigue siendo percibida como una región de oportunidades.
- La percepción de las habilidades y capacidades de los emprendedores es también positiva. Sin embargo, hay diferencias significativas entre las personas que están involucradas en alguna etapa del proceso emprendedor y las que no. En las primeras, es mayor el porcentaje de respuestas afirmativas que en las segundas. Lo mismo ocurre con el temor al fracaso, mayor en las personas no vinculadas al proceso emprendedor. No se encuentran diferencias significativas entre la región y el país.

Aspiraciones emprendedoras

- Las aspiraciones de los emprendedores en etapas iniciales no han variado, lo que afecta la calidad de sus emprendimientos. Por octavo año consecutivo, predominan los negocios de servicios a las personas. Tampoco se da un aumento de la diversificación sectorial del emprendimiento local.
- Hay indicios de mejora en la percepción de su competitividad, en la novedad de los productos o servicios que ofrecen y en el uso de tecnología con más de cinco años. Pese a ello, más del 51,1% de los emprendedores no tiene clientes en el extranjero y algo más de un tercio declara tener menos del 25% de sus clientes en el extranjero.
- Un resultado alentador es que los emprendedores están más conscientes del grado de novedad de los productos o servicios que ofrecen. Un 40,7% o más reconoce que tienen muchos competidores y que sus productos o servicios son novedosos solo para algunos. Todavía un 51,7% considera que estos son novedosos para todos.
- Las aspiraciones de los emprendedores respecto a la generación de empleo en los próximos cinco años continúan disminuyendo. En 2014, el porcentaje de emprendedores con la intención de crear más de 19 puestos de trabajo cae ligeramente de un 2,4% a un 2,3%.

Condiciones Marco del contexto emprendedor en la región

- La evaluación de las condiciones marco del contexto emprendedor regional sigue siendo fundamentalmente negativa pero mejora desde 2007. Las dimensiones que han evolucionado favorablemente son: Políticas de gobierno, Programas de gobierno, Normas sociales y culturales, Acceso a infraestructura física, Educación y capacitación y Transferencia en I+D. En contraste, el Acceso a Financiamiento casi no ha variado, mientras que la Infraestructura comercial y legal ha mantenido su valoración y el Acceso al mercado interno ha sido ligeramente peor evaluada en 2014.
- Los juicios de los expertos nacionales respecto al contexto emprendedor son menos severos pero próximos a los regionales.
- Según los expertos, los factores que obstaculizan la actividad emprendedora en la región son: el acceso al financiamiento, el actual clima económico y la educación y capacitación, mientras que los factores que fundamentalmente promueven el emprendimiento son: los programas de gobierno y los avances en la educación y capacitación. Entre las recomendaciones para promover la actividad, destacan: mejorar la educación y capacitación, sobre todo en las primeras etapas del proceso educativo, el acceso al financiamiento a partir de la creación de fuentes alternativas diferentes a la banca y las políticas públicas con mayor foco en las regiones y con incentivos fiscales en las primeras etapas del emprendimiento.

Los resultados de este octavo informe muestran que la actividad emprendedora en la Región de Antofagasta ha dado un salto cuantitativo importante en estos cuatro últimos años, pese a la disminución en el año 2014. Hay indicios de mejora en la sustentabilidad de los emprendimientos respecto al año anterior. Es posible que en estos resultados haya influido el mayor nivel de educación de los emprendedores. Sin embargo sus aspiraciones y expectativas no acompañan a ese crecimiento explosivo. El gran desafío para la región, en esta nueva etapa, es hacer que esas expectativas y aspiraciones de los emprendedores den un salto cualitativo e influyan en la calidad de los emprendimientos y que éstos sean más innovadores y agreguen valor a la economía regional.

Executive Summary.

Entrepreneurial activity

- For the fourth consecutive year, the rate of total entrepreneurial activity in the early stage surpassed 20%. In 2014, 21.4% of the adult population of the Region of Antofagasta has been involved in entrepreneurial activities for three and a half years or less. This is a reduction compared to 2013 (25.4%). This result is affected by the drop in the level of nascent entrepreneurs, which went from 18.2% in 2013 to 13.8% in 2014, while the level of new entrepreneurs has not changed (8%).
- The rate of entrepreneurs with more than three and a half years of activity has risen, from 4.9% to 5.7% in 2014. As a result, the gap between early stage and established entrepreneurs has gone from five to four times the level of established entrepreneurs, which continues to show the vulnerability of businesses over time.
- The rate of opportunity early stage entrepreneurship has decreased from 20.8% in 2013 to 18.1% in 2014. Likewise, the necessity rate has also dropped from 4.6% to 3% in the same period. The Region has the lowest level of necessity entrepreneurship in the country.

Social values and individual attributes regarding entrepreneurship

- The population's perception regarding entrepreneurship has not varied significantly. 57.9% or more of the adult population state that the creation of businesses is considered a good career or profession, and there is social recognition of a successful entrepreneur. 65.7% consider that it is increasingly more frequent to see stories of entrepreneurs in the different media.
- The positive perception of opportunities for entrepreneurship in the region is again highlighted. For the eighth consecutive year it surpasses the country as a whole, regardless of whether or not the person is involved in some stage of the entrepreneurial process. Antofagasta continues to be perceived as a region of opportunities.
- The perception of entrepreneurs' abilities and capacities is also positive. However, there are significant differences between people who are involved in some stage of the entrepreneurial process and those who are not. The percentage of affirmative responses is greater for the former than for the latter. The same occurs with the fear of failure, which is greater in people not linked to the entrepreneurial process. There are no significant differences between the region and the country.

Entrepreneurial Aspirations

- The aspirations of early stage entrepreneurs have not varied significantly, which affects the quality of their endeavors. For the eighth straight year, personal services businesses predominate. No increase is observed in the sectorial diversification of local entrepreneurship.
- There are signs of improvement in the perception of their competitiveness, the novelty of the products or services they offer, and the use of technology over five years old. Despite that, more than 51.1% of the entrepreneurs do not have customers outside the country and a over a third state that between 1% and 25% of their customers are outside the country.
- An encouraging result is that entrepreneurs are more conscious about the products and services they offer. 40.7% or more acknowledge that their products or services have many competitors and that they are new only for some people. 51.7% still overestimate that the products or services they offer are new for everyone.
- The aspirations of entrepreneurs regarding the creation of jobs in the next five years continue to decline. In 2014, the percentage of entrepreneurs who intend to create more than 19 jobs dropped slightly from 2.4% to 2.3%.

Framework Conditions of the entrepreneurial context in the region

- The evaluation of the framework conditions for the regional entrepreneurial context continues to be basically negative but improving since 2007. The dimensions that have been favorably evaluated are: government policies, government programs, social and cultural norms, access to physical infrastructure, education and training and transference in research and development. In contrast, access to financing has hardly changed, while commercial and legal infrastructure has maintained its assessment and access to the internal market has been slightly worse evaluated in 2014.
- The judgements of national experts regarding the entrepreneurial context are less severe but close to the regional evaluations.
- According to the experts, the factors that hinder entrepreneurial activity in the region are: access to financing, the current economic climate, and education and training, while the factors that promote entrepreneurship are: government programs and advances in education and training, basically. Highlighted among the recommendations for promoting the activity are: improvement of education and training, fundamentally in the early stages of the educational process, access to financing based on the creation of alternative sources other than banks, public policies with a greater focus on the regions, and fiscal incentives for the early stages of entrepreneurship.

The results of this eighth report show that entrepreneurial activity in the Region of Antofagasta has made a significant quantitative leap in these last four years, despite the reduction in 2014. There are signs of improvement in the sustainability of business compared to the prior year. It is possible that the entrepreneurs' level of education has affected these results. However, their aspirations and expectations do not go along with that explosive growth. The big challenge for the region in this new stage is to get those expectations and aspirations of entrepreneurs to make a qualitative leap and influence the quality of the business so they are more innovative and add value to the regional economy.

¿Quién es el emprendedor de la Región de Antofagasta?

Figura 1. Las 10 características del emprendedor.



Introducción.

El proyecto GEM empezó en 1999 y, desde entonces, ha tenido un proceso de expansión y revisión continua. La expansión se refiere al número de países que participan, 70 en 2014, y la revisión continua, a la ambición explicativa del modelo conceptual que plantea el GEM. Desde 2008, este modelo se amplió para analizar qué características y qué papel representa el emprendimiento según la etapa del desarrollo de los países a partir del Informe de Competitividad Global, elaborado por el Foro Económico Mundial. En 2014, el modelo pretende mostrar las características de las relaciones entre los valores sociales, los atributos personales y diversas formas de actividad empresarial. A partir de ese nuevo modelo, el proyecto GEM se focaliza en los siguientes objetivos:

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

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

El Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) fue pionero en el estudio sobre la actividad emprendedora en la Región de Antofagasta incorporándose al proyecto GEM Chile en 2007. Desde entonces, la región ha experimentado importantes cambios económicos, políticos y sociales. Se crearon y reestructuraron programas de fomento y apoyo a los nuevos negocios. Como resultado, la innovación y el emprendimiento se han instalado como temas de interés en la academia, la política y la sociedad en general. Este octavo informe da cuenta de los valores sociales y atributos personales relacionados con el emprendimiento, la actividad, las aspiraciones emprendedoras, el financiamiento y la valoración de las condiciones marco del emprendimiento (contexto emprendedor).

El informe utiliza información de dos fuentes principales. La primera es una encuesta telefónica aplicada a una muestra representativa de adultos sobre la valoración social del emprendimiento y los atributos, aspiraciones y actividad de los adultos involucrados en alguna etapa del proceso emprendedor. La segunda fuente de datos es una encuesta aplicada a las personas que están directa

o indirectamente involucradas en el proceso emprendedor, denominadas “expertos”. Esta encuesta mide sus percepciones sobre el entorno emprendedor de la región. En 2014, se entrevistaron a 532 adultos y 39 expertos respondieron el cuestionario.

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

1. El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor – GEM, su modelo conceptual, definiciones operativas y metodología.

1.1. El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor – GEM.

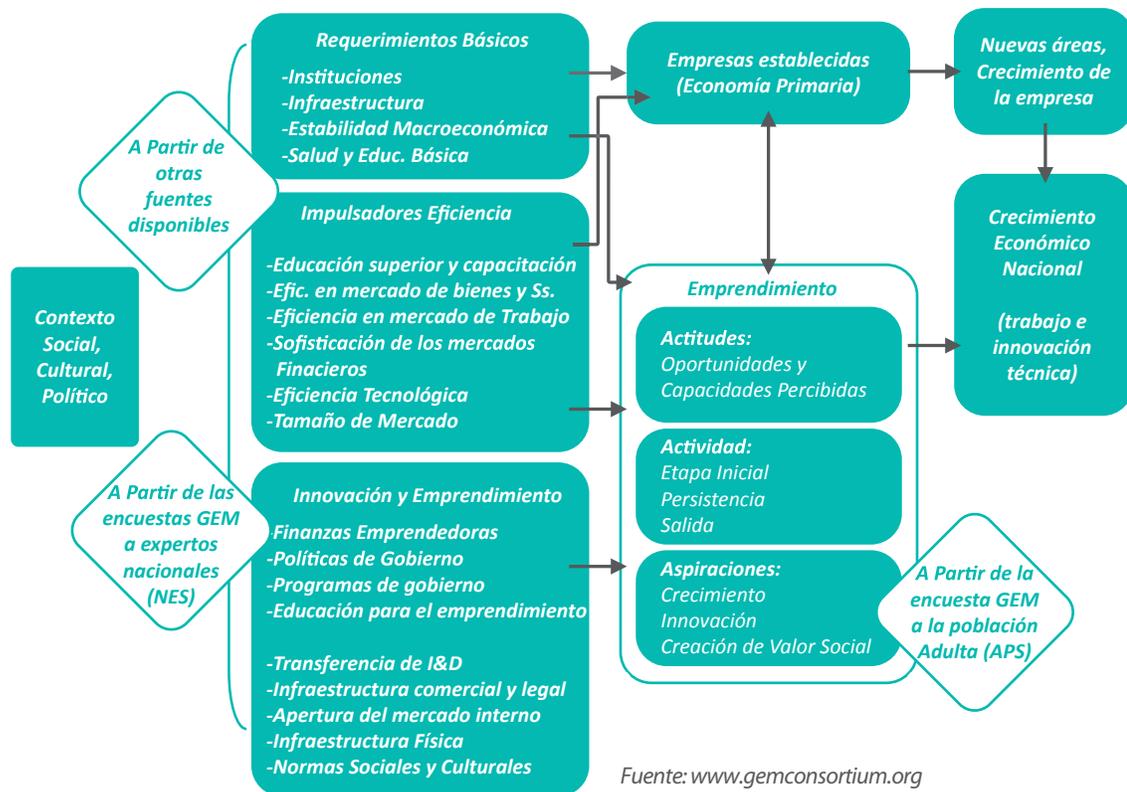
El proyecto GEM empezó con la participación de 10 países en 1999 y, desde entonces, ha tenido un proceso de expansión y revisión continua. La expansión se refiere al número de países que participan, más de 100 desde su inicio, y la revisión continua, a la ambición explicativa del modelo conceptual que plantea el GEM.

1.2. El Modelo Conceptual Revisado del GEM¹.

Desde la creación del proyecto GEM, el modelo conceptual y las definiciones básicas han estado en constante revisión, para ello se crea en 2004 una organización sin fines de lucro denominada, Global Entrepreneurship Research Association (GERA) para servir como órgano supervisor del GEM.

En 2008, el proyecto GEM desarrolló un marco conceptual que sirvió de base para el análisis de la información (Bosma et al., 2008), que ha estado vigente hasta 2014, basado la tipología del Foro Económico Mundial relacionada con los niveles de desarrollo económico: economías basadas en los recursos, las economías basadas en eficiencia y las economías basadas en innovación (Porter et al., 2002). Este modelo se encuentra representado en la figura 2².

Figura 2. El modelo conceptual del GEM hasta 2014.

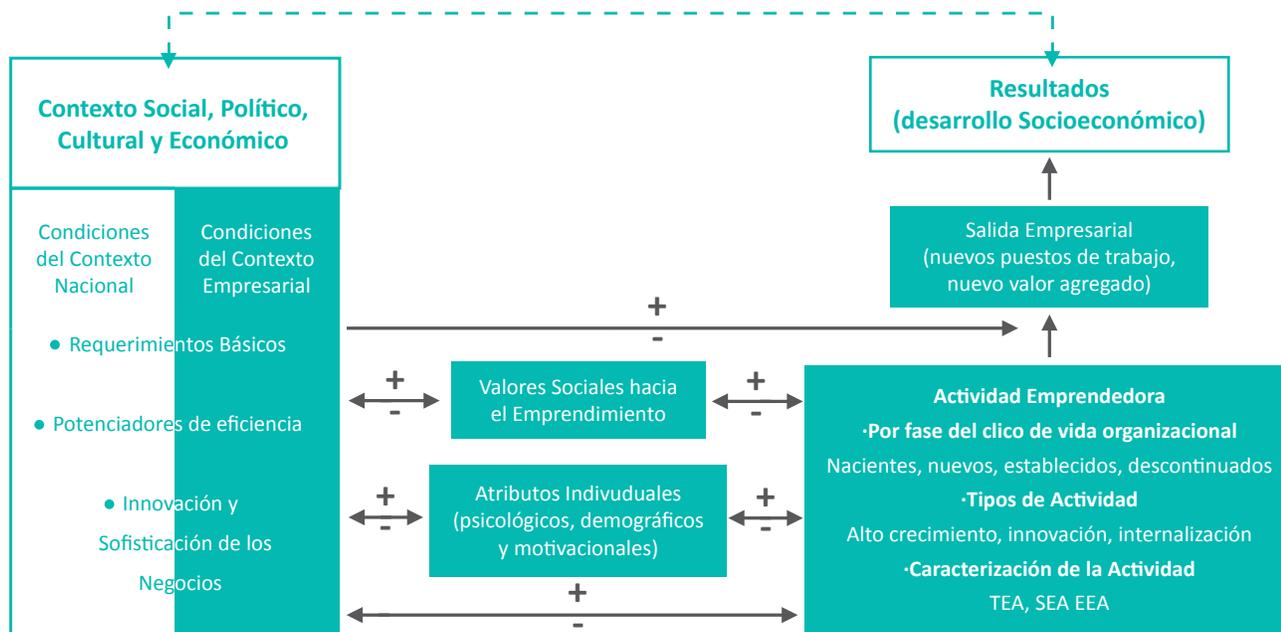


¹ Este apartado está basado en el GEM Reporte Nacional de Chile 2014 de Amorós y Abarca (2015) disponible en www.gemconsortium.org.

² Los fundamentos de este modelo conceptual los puede encontrar en GEM Región de Antofagasta, Chile 2013 de Romani y Atienza (2014).

La revisión a fondo del marco conceptual del GEM trata de abrir la “caja negra” del emprendimiento tal como se presenta en la figura 3. Desde el comienzo del proyecto GEM, se asume implícitamente la existencia de relaciones entre las actitudes, aspiraciones y actividades que estaban consideradas en el modelo conceptual, pero sin explicar la naturaleza de estas. Ahora se pretende probar las características de las relaciones supuestas entre los valores sociales, los atributos personales y diversas formas de actividad empresarial. En este nuevo marco conceptual, algunos de los supuestos básicos que se han modificado son, principalmente: que la actividad emprendedora no es un acto heroico de un individuo, independientemente del entorno en el que se realiza la actividad sino es una consecuencia de la interacción entre la percepción de oportunidades que detecta un individuo, la capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre esto y las condiciones del entorno en el que se encuentra el individuo.

Figura 3. El marco conceptual revisado del GEM 2014-2015.



Fuente: www.gemconsortium.org

El proyecto GEM ha venido confirmando que el nivel de actividad emprendedora varía entre países, lo que, también, reafirma que se necesita tiempo y coherencia en las intervenciones de política con el fin de construir los factores que contribuyen a la actividad emprendedora. Las encuestas del GEM han probado que la actividad emprendedora, en diferentes formas (naciente, nueva, establecida, intra-emprendimiento) se correlaciona positivamente con el crecimiento económico y que, además, esta relación es diferente a lo largo de las fases de desarrollo económico (Acs y Amorós, 2008; Van Stel et al., 2005; Wennekers et al, 2010). Asimismo, las condiciones macroempresariales (del contexto socio-político y económico), la capacidad individual para identificar y aprovechar las oportunidades y la capacidad de la sociedad para desarrollar una cultura emprendedora son muy relevantes, no sólo

para crear más nuevas empresas sino, también, para tener individuos emprendedores con mayor ambición de hacer crecer su negocio y más innovación empresarial (WEF-GEM, 2015). Con esto, el GEM también puede ayudar a comprender cómo iniciativas públicas y privadas pueden mejorar los ecosistemas pro-emprendimiento (Drexler y Amorós, 2015).

Por lo tanto, el GEM sigue centrándose en la contribución al desarrollo de la economía mundial a través de la investigación del emprendimiento. Tiene como base la misión del GERA, esto es, contribuir al desarrollo económico global a través de la iniciativa emprendedora. Para lograr esto, el consorcio del GERA busca incrementar el conocimiento sobre el emprendimiento, en todo el mundo, mediante la realización y difusión de investigación de calidad que trata de:

- Descubrir y medir los factores que afectan el nivel de la actividad emprendedora entre las economías.
- Ayudar a identificar las políticas que incentivan niveles adecuados de actividad emprendedora.
- Aumentar la influencia de la educación en el apoyo a la iniciativa emprendedora.

Específicamente, el proyecto GEM, bajo este nuevo marco conceptual, se focaliza en los siguientes objetivos fundamentales:

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

1.2.1 Los componentes revisados del marco conceptual del GEM

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

El Foro Económico Mundial utiliza doce dimensiones para determinar las fases del desarrollo económico en el contexto de la competitividad de los países (instituciones, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria, mayor educación y formación, eficiencia del mercado de

bienes, eficiencia del mercado laboral, sofisticación del mercado financiero, preparación tecnológica, tamaño de mercado, sofisticación de los negocios, innovación). Estas dimensiones miden el contexto social, cultural, político y económico. El GEM aporta a esta perspectiva nueve componentes denominados Condiciones Marco para el Emprendimiento (*Entrepreneurial Framework Conditions, EFC*), tal como se presenta en el cuadro 2.

Es importante destacar que las dimensiones antes mencionadas están presentes, en diferentes combinaciones, entre los distintos tipos de economías y que los niveles de desarrollo económico están determinados por la presencia dominante de un grupo específico de dimensiones. Por lo tanto, el marco conceptual del GEM supone, también, que las economías más desarrolladas presentan mejores condiciones para el emprendimiento.

Cuadro 2. El Contexto Social, Cultural, Político y Económico y las Fases de Desarrollo Económico.

	<i>De otras fuentes disponibles</i>	<i>De la Encuesta Nacional de Expertos (NES)</i>
Fases de desarrollo económico	Condiciones del contexto nacional, basado en las dimensiones del Foro Económico Mundial para determinar las fases de desarrollo económico	Condiciones marco del Emprendimiento
Requerimientos básicos Economías basadas en recursos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Instituciones ○ Infraestructura ○ Estabilidad macroeconómica ○ Salud y educación primaria 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Financiamiento al emprendimiento ○ Política gubernamental ○ Programas gubernamentales para el emprendimiento
Potenciadores de eficiencia Clave para las economías basadas en eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mayor educación y formación ○ Eficiencia del mercado de bienes ○ Eficiencia del mercado laboral ○ Sofisticación del mercado financiero ○ Preparación tecnológica ○ Tamaño de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Educación para el emprendimiento. ○ Transferencia de I+D ○ Apertura del mercado interno ○ Infraestructura física para el emprendimiento ○ Estructura legal y comercial para el emprendimiento
Factores de innovación y sofisticación Clave para las economías basadas en innovación	<ul style="list-style-type: none"> ○ Sofisticación de los negocios ○ Innovación 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Cultura y normas sociales

También, es importante agregar que todos los componentes del entorno en el que las mujeres y los hombres emprenden (con cierto nivel de proactividad e innovación) son interdependientes. Esta dependencia no sólo exige un enfoque holístico en la investigación sino también, en el diseño de políticas adecuadas para la construcción de un ambiente de apoyo en el que el comportamiento emprendedor se puede realizar. Por consiguiente, tal como se muestra en la figura 3 los componentes adicionales a las condiciones marco del emprendimiento son:

- **Los valores sociales hacia la iniciativa emprendedora**, que incluyen aspectos como: valorar al emprendimiento como una buena elección de carrera, si los emprendedores tienen un alto estatus social y cómo la atención mediática a los emprendedores y sus negocios contribuye (o no) al desarrollo de una cultura pro-emprendimiento en el país.
- **Los atributos individuales**, que incluyen diferentes factores demográficos (como el género, la edad, la ubicación geográfica), psicológicos (capacidades y oportunidades percibidas, miedo al fracaso) y aspectos motivacionales (necesidad versus oportunidad y deseo de independencia, entre otros).
- **La actividad emprendedora**, se define en función de las fases del ciclo de vida del emprendimiento (naciente, nuevos empresarios, empresarios establecidos, la interrupción del negocio), los tipos de la actividad (alto crecimiento, innovación, internacionalización) y la caracterización de la actividad (emprendimientos en etapas iniciales- TEA, emprendedores sociales- SEA, actividad emprendedora de los empleados- EEA). A continuación se presentan las definiciones detalladas de estos conceptos.

1.3. Definiciones operativas del GEM.

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, considera que el emprendimiento no es un acto heroico de un individuo independientemente del entorno en el que se realiza la actividad, sino que es la consecuencia de la interacción entre la percepción de oportunidades que detecta un individuo, la capacidad (motivación y habilidades) para actuar y las condiciones del entorno en las que se encuentra el individuo. A diferencia de la mayoría de información sobre emprendimiento que toma a las nuevas y pequeñas empresas como unidad de análisis, el GEM estudia la actividad emprendedora de los individuos que inician y administran un negocio. Esto distingue al GEM de otras bases de datos, que suelen recoger información de los catastros de nuevas empresas (cuadro 3).

Cuadro 3. Diferencias entre el GEM y los registros de actividades de empresas.

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

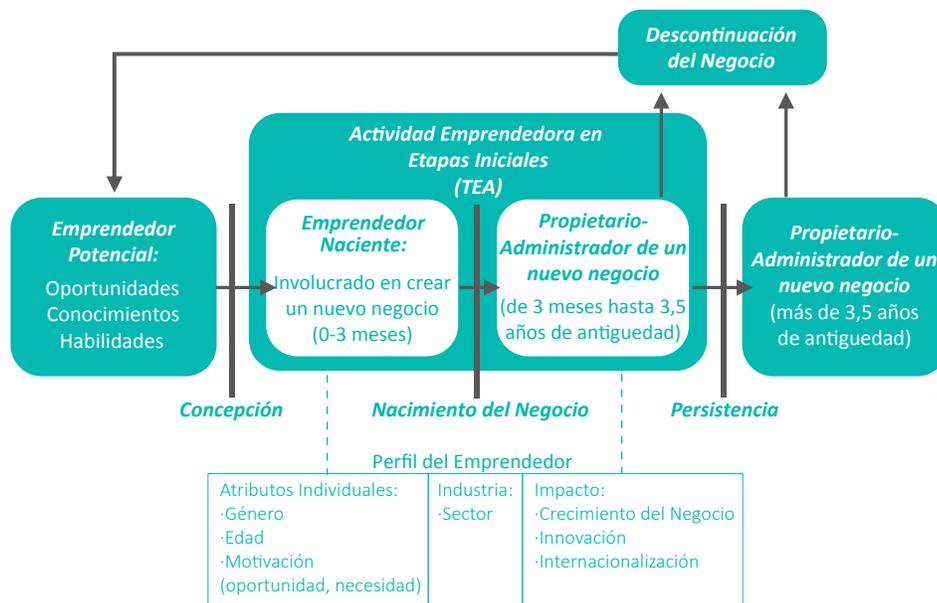
- Los datos del GEM se obtienen usando un diseño de investigación armonizado para todos los países que participan de este proyecto. A pesar de iniciativas recientes de la EUROSTAT, la OECD y el Banco Mundial, no se ha logrado la armonización y homogenización de los registros nacionales de empresas. Los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

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

Otro aspecto a destacar, es que, desde sus inicios, el proyecto GEM entendió el emprendimiento/ actividad emprendedora 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 interrupción del negocio. El individuo emprendedor que tiene éxito en su negocio pasa por todas las etapas del proceso, por lo que estudiar sus acciones resulta útil para entender el comportamiento emprendedor. Se considera, desde esta perspectiva, que el proceso emprendedor parte antes de que la empresa esté operativa.

La recolección de datos del GEM cubre el ciclo de vida completo del proceso emprendedor. Considera a los individuos desde que estos comprometen recursos para empezar un negocio del que esperan ser los dueños, e incluso han pagado alguna retribución, ya sea a terceras personas o a ellos mismos hasta por tres meses. Ese pago marca el “momento del nacimiento” de un negocio. En esta fase, se les denomina **Emprendedores Nacientes**. A los que han pagado salarios por más de tres meses hasta los 42 meses se les denomina **Nuevos Empresarios**. Así que la distinción entre emprendedores nacientes y nuevos empresarios depende de la antigüedad de la nueva empresa. El punto de corte de los 42 meses se ha definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La tasa de emprendedores nacientes y de los nuevos empresarios es considerada por el GEM como **Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales** o TEA por sus siglas en inglés (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) y representa la dinámica de las nuevas empresas en un país. Este indicador se puede enriquecer adicionalmente mediante información relacionada con atributos individuales (sexo, edad), el impacto (el crecimiento del negocio, la innovación, la internacionalización) y la actividad (sectores) (figura 4).

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



El GEM mide esa dinámica empresarial a través del índice TEA y también, considera a los emprendedores que son dueños y administran una empresa ya establecida que ha estado operativa más de 42 meses, denominándolos **Emprendedores Establecidos** (figura 4). Estos emprendedores han sobrevivido el denominado “Valle de la Muerte” y han pasado las etapas iniciales. Una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la supervivencia de las empresas. Sin embargo, el que un país tenga una tasa alta de emprendedores establecidos y baja de actividad emprendedora, supone la existencia de escaso dinamismo de la actividad emprendedora (Reynolds et al., 2005).

1.4. Metodología del proyecto GEM.

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

- La aplicación de una encuesta general a una muestra representativa de la población adulta entre 18 y 64 años, denominada *Adult Population Survey* (APS). La encuesta, estandarizada y traducida al idioma correspondiente de cada país y región, se aplica a través de una entrevista telefónica, cara a cara o una combinación de ambas, entre los meses de Mayo y Julio. Incluye preguntas precisas acerca de la participación en y la actitud hacia el emprendimiento. Con este instrumento, se recopilan los datos y se analizan en profundidad los elementos del modelo del GEM relacionados con las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de las personas, situando a los diferentes países/regiones dentro del marco internacional y nacional. La muestra de la APS en cada país es de al menos 2.000 adultos, y en Chile fue de 6.212 en total. Si se incorporan sus regiones, se calcula una muestra representativa para cada una de ellas. En el caso de Antofagasta, la muestra de 2014 fue de 513 individuos.
- La realización de una entrevista personal con un cuestionario estructurado, estandarizado y traducido al idioma correspondiente de cada país o región, a una muestra mínima de 36 personas seleccionadas ya sea porque tienen un amplio conocimiento del contexto emprendedor del país/región o porque son emprendedores de gran trayectoria que han “vivido en carne propia” el proceso emprendedor, a estas personas se las denomina expertos (as), por esa razón la encuesta es conocida como *National or Regional Expert Survey* (NES / RES). Es una encuesta que busca medir las percepciones sobre el entorno emprendedor y se realiza en el mismo período que el APS, es decir entre Mayo y Julio. En el caso de Antofagasta, 39 expertos respondieron la encuesta regional.

Además, el GEM utiliza diversas fuentes secundarias para complementar los indicadores de emprendimiento y comparar con otros datos internacionales. Toda esta información es analizada en conjunto para todos los países y sus regiones, estandarizada, homogenizada y posteriormente presentada en el informe global (GEM Global Report), en el de cada país (Country Report) y en el de cada región (Regional Report).

2. Principales resultados internacionales del GEM 2014³.

En el ciclo GEM 2014 participaron 70 países que fueron agrupados por región geográfica en 7 grupos y por fase de desarrollo económico de acuerdo a la tipología del Foro Económico Mundial (Porter et al., 2002): economías basadas en recursos, economías basadas en la eficiencia y economías basadas en la innovación.

2.1. Valores sociales, atributos individuales y actividad emprendedora en los países participantes en el ciclo GEM 2014.

El GEM en su modelo conceptual revisado, resalta la importancia de diversos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora. Algunos de estos factores se relacionan con la valoración social que expresa la población de un país del emprendimiento y también con ciertos atributos individuales que tienen las personas respecto al fenómeno del emprendimiento. Una sociedad se puede beneficiar de personas que son capaces de reconocer oportunidades de negocio y perciben que tienen las capacidades y habilidades para llevarlas a cabo. Más aún, si la economía en general tiene actitudes positivas hacia el emprendimiento, se generarán apoyo cultural, recursos financieros, redes y diferentes tipos de ayuda adicionales para los emprendedores actuales y potenciales.

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

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

³ Este apartado está basado en el informe GEM Reporte Nacional de Chile 2014 de Amorós y Abarca (2015).

La tabla 1 muestra los indicadores referentes a la valoración social y a los atributos individuales, para cada uno de los 70 países participantes en el ciclo GEM 2014, así como los promedios no ponderados de cada grupo. En el lado derecho de la tabla se encuentran los tres indicadores referentes a la valoración social. El primero evalúa el porcentaje de personas que considera que el ser emprendedor es una opción de carrera deseable. Este indicador varía considerablemente entre países pero, en promedio, es más bajo en los países más desarrollados, como es el caso de Finlandia (41,2%) entre los países de la Unión Europea y Suiza (42,3%) en los países europeos que no pertenecen a la Unión Europea. Este resultado, se debe, entre otras razones, a que el desarrollo económico genera un aumento en la oferta de empleo. Mientras que países como Angola (75,1%) en África, Filipinas (81,8%) en Asia y Oceanía y Guatemala (95,3%) en América Latina y el Caribe, tienen el mayor porcentaje de personas que considera que el ser emprendedor es una opción de carrera deseable. Chile se encuentra por encima del promedio de los países de América Latina y el Caribe, con un 69,4% de la población (Tabla 1, columna 1 izquierda).

El segundo indicador permite saber si las personas sienten que en su entorno inmediato hay emprendedores exitosos. Al igual que en caso anterior, se observan diferencias al interior y entre los países por región geográfica. Siendo Croacia uno de los países de la Unión Europea, con el menor porcentaje de personas que considera que los emprendedores exitosos tienen un alto estatus (46,6%), mientras que Finlandia (84,4%), en la Unión Europea; Jamaica (84%), en América Latina y el Caribe y; Noruega (83,5%) en los países europeos que se encuentran fuera de la Unión, son los que tienen los mayores porcentajes de personas opinando lo mismo. Chile (64,4%) se encuentra ligeramente por debajo del promedio de América Latina y el Caribe (64,6%) (Tabla 1, columna 2 izquierda).

El tercer indicador, mide la percepción de las personas sobre la cobertura que tiene el emprendimiento en los medios de comunicación. En promedio, en los países de África, Asia y Oceanía y América del Norte, los porcentajes superan el 70%. Destacan Botsuana con un 74,5% de la población; Indonesia con un 84,8% y Estados Unidos con un 75,8%. En los países que pertenecen a la Unión Europea y en los que no pertenecen, el porcentaje es menor al 55%, particularmente en el caso de Hungría, con un 33,5% de la población y Bosnia y Herzegovina con un 39,8% (Tabla 1, columna 3 izquierda). Chile (65,2%) se encuentra por debajo del promedio de los países de América Latina y el Caribe (67,3%) Estos ejemplos permiten evidenciar lo complejo que es el fenómeno del emprendimiento.

Al lado derecho de la tabla están los cuatro indicadores relacionados de forma directa con las características individuales como la percepción de oportunidades, capacidad emprendedora, temor al fracaso y propensión a emprender. Las regiones que reúnen a los países en vías de desarrollo tienen en promedio una mayor percepción de oportunidades, manifiestan mayor capacidad emprendedora y menor miedo al fracaso que los países más desarrollados. Esto se acentúa en África, particularmente Uganda, y en América Latina y el Caribe, específicamente Chile y Jamaica (tabla 1 columnas 2, 3 y 4 de la derecha). En ambas regiones la propensión a emprender es alta con respecto al resto de las regiones que participan en el proyecto GEM, siendo, en promedio, el 45,1% para los países de África y 28,8% para América Latina y el Caribe. Chile destaca por su alto porcentaje de intención emprendedora, un 50,1%, mientras que los países europeos y en América del Norte los porcentajes están por debajo del 12,2% (tabla 1 columna 1 derecha).

Tabla 1. Actitud hacia el emprendimiento en los países participantes en el GEM 2014, por región geográfica.
(% de respuestas afirmativas)

País	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Alto estatus a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento	Percepciones de Oportunidades	Percepción de Capacidades	Miedo al fracaso*	Intenciones emprendedoras**
AFRICA							
Angola	75,1	81,7	71,7	69,7	61,7	44,8	39,3
Botsuana	69,9	78,1	74,5	57,2	67,1	13,7	63,4
Burkina Faso				63,6	65,9	23,7	42,3
Camerún				69,3	73,8	22,8	55,6
Sudáfrica	69,6	72,9	72,6	37,0	37,6	25,4	10,1
Uganda				76,9	84,9	12,6	60,2
Promedio (No ponderado)	71,5	77,6	72,9	62,3	65,2	23,8	45,1
ASIA Y OCEANÍA							
Australia	53,4	67,1	72,6	45,7	46,8	39,2	10,0
China	65,7	72,9	69,3	31,9	33,0	39,5	19,3
India	57,9	66,2	56,6	38,9	36,7	37,7	7,7
Indonesia	72,9	78,0	84,8	45,5	60,2	38,1	27,4
Irán	52,3	75,6	55,1	27,7	59,5	32,7	25,5
Japón	31,0	55,8	58,7	7,3	12,2	54,5	2,5
Kazajstán	78,6	74,3	83,0	26,5	52,5	23,8	15,4
Malasia	50,4	50,0	69,8	43,4	38,4	26,8	11,6
Filipinas	81,8	78,1	84,7	45,9	66,1	37,7	42,8
Qatar	75,8	87,1	76,8	63,4	60,9	25,5	50,4
Singapur	51,7	62,9	79,1	16,7	21,4	39,4	9,4
Taiwán	75,2	62,6	83,5	33,5	29,0	37,4	25,6
Tailandia	73,6	71,1	80,3	47,3	50,1	42,4	21,8
Vietnam	67,2	75,9	86,8	39,4	58,2	50,1	18,2
Promedio (No ponderado)	63,4	69,8	74,4	36,6	44,6	37,5	20,5

AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE							
Argentina	57,8	52,2	63,6	31,9	57,8	23,5	27,8
Barbados	57,6	58,5	46,3	38,2	63,5	23,4	11,5
Belice	57,8	55,5	43,3	49,6	69,0	32,6	10,1
Bolivia	70,3	77,0	76,5	57,7	73,1	38,4	46,9
Brasil				55,5	50,0	35,6	24,5
Chile	69,4	64,4	65,2	67,0	64,9	28,4	50,1
Colombia	70,5	67,1	74,4	65,7	57,4	30,7	47,0
Costa Rica	61,3	59,0	79,7	39,0	59,4	36,8	29,0
Ecuador	66,4	67,1	82,9	62,0	72,8	30,7	43,1
El Salvador	82,6	59,5	59,5	44,7	70,8	34,9	23,1
Guatemala	95,3	76,9	60,6	45,4	64,2	33,0	35,8
Jamaica	83,5	84,0	83,9	57,0	81,2	22,0	35,3
México	53,2	50,8	45,5	48,9	53,5	29,6	17,4
Panamá				43,3	54,4	14,6	19,7
Perú	82,4	81,4	83,6	62,3	69,4	29,1	50,6
Puerto Rico	18,5	51,1	72,7	25,1	48,8	24,0	12,5
Surinam	66,7	67,2	80,7	41,0	77,4	16,1	4,6
Trinidad y Tobago	79,5	69,5	65,6	58,6	75,2	16,8	33,9
Uruguay	62,1	56,7	60,8	45,6	63,1	26,7	24,8
Promedio (No ponderado)	66,8	64,6	67,3	49,4	64,5	27,7	28,8
UNIÓN EUROPEA							
Austria				44,4	48,7	34,9	8,1
Bélgica	52,4	51,7	50,8	35,9	30,4	49,4	10,6
Croacia	63,3	46,6	40,4	18,4	45,9	30,3	19,5
Dinamarca				59,7	34,9	41,0	6,9
Estonia	55,6	64,9	43,3	49,4	42,5	41,8	9,8
Finlandia	41,2	84,4	66,9	42,4	34,9	36,8	7,9
Francia	59,0	70,4	39,0	28,3	35,4	41,2	14,2
Alemania	51,7	79,1	51,4	37,6	36,4	39,9	5,9
Grecia	58,4	66,4	45,8	19,9	45,5	61,6	9,5
Hungría	47,4	72,4	33,5	23,4	40,9	42,0	13,9
Irlanda	49,4	76,9	75,7	33,4	47,2	39,3	7,2
Italia	65,1	72,1	48,3	26,6	31,3	49,1	11,4
Lituania	68,8	58,3	55,1	31,7	33,4	44,8	19,7
Luxemburgo	40,7	68,2	43,5	42,5	37,6	42,0	11,9
Países Bajos	79,1	67,8	55,7	45,6	44,3	34,8	9,3
Polonia	63,3	56,5	54,5	31,3	54,3	51,1	15,6
Portugal	62,2	62,9	69,7	22,9	46,6	38,4	15,8
Rumania	73,6	75,2	71,3	32,4	48,4	41,3	31,7
Eslovaquia	45,4	58,1	52,6	23,5	54,4	36,0	15,1

Eslovenia	53,4	72,3	57,6	17,2	48,6	29,0	11,4
España	53,9	49,0	46,3	22,6	48,1	38,0	7,1
Suecia	51,6	70,9	60,3	70,1	36,7	36,5	8,5
Reino Unido	60,3	75,0	58,4	41,0	46,4	36,8	6,9
Promedio (No ponderado)	56,9	66,6	53,3	34,8	42,3	40,7	12,1
PAÍSES EUROPEOS (NO UE)							
Bosnia y Herzegovina	78,1	69,9	39,8	19,6	47,3	26,8	20,4
Georgia	66,0	75,9	58,5	36,6	37,5	34,8	15,6
Kosovo	68,3	76,2	57,2	65,6	65,2	26,7	6,3
Noruega	58,2	83,5		63,5	30,5	37,6	5,0
Rusia	67,1	65,9	50,4	26,5	27,8	39,5	3,5
Suiza	42,3	65,8	50,4	43,7	41,6	29,0	7,1
Promedio (No ponderado)	63,3	72,9	51,3	42,6	41,7	32,4	9,7
AMÉRICA DEL NORTE							
Canadá	57,2	69,7	67,7	55,5	49,0	36,5	12,0
Estados Unidos	64,7	76,9	75,8	50,9	53,3	29,7	12,1
Promedio (No ponderado)	61,0	73,3	71,8	53,2	51,2	33,1	12,0

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

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

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

La figura 5 muestra la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales de los 70 países que participaron en el proyecto GEM 2014 según su nivel de desarrollo por cada grupo de países. Esta figura facilita la comparación entre países en similar etapa de desarrollo, e incorpora una barra que representa el valor de la tasa con un intervalo de confianza del 95%. En promedio, las economías basadas en los factores de producción y en la eficiencia, presentan tasas más elevadas de actividad emprendedora en etapas iniciales que las economías basadas en la innovación (Singer, Amorós y Moska, 2015).

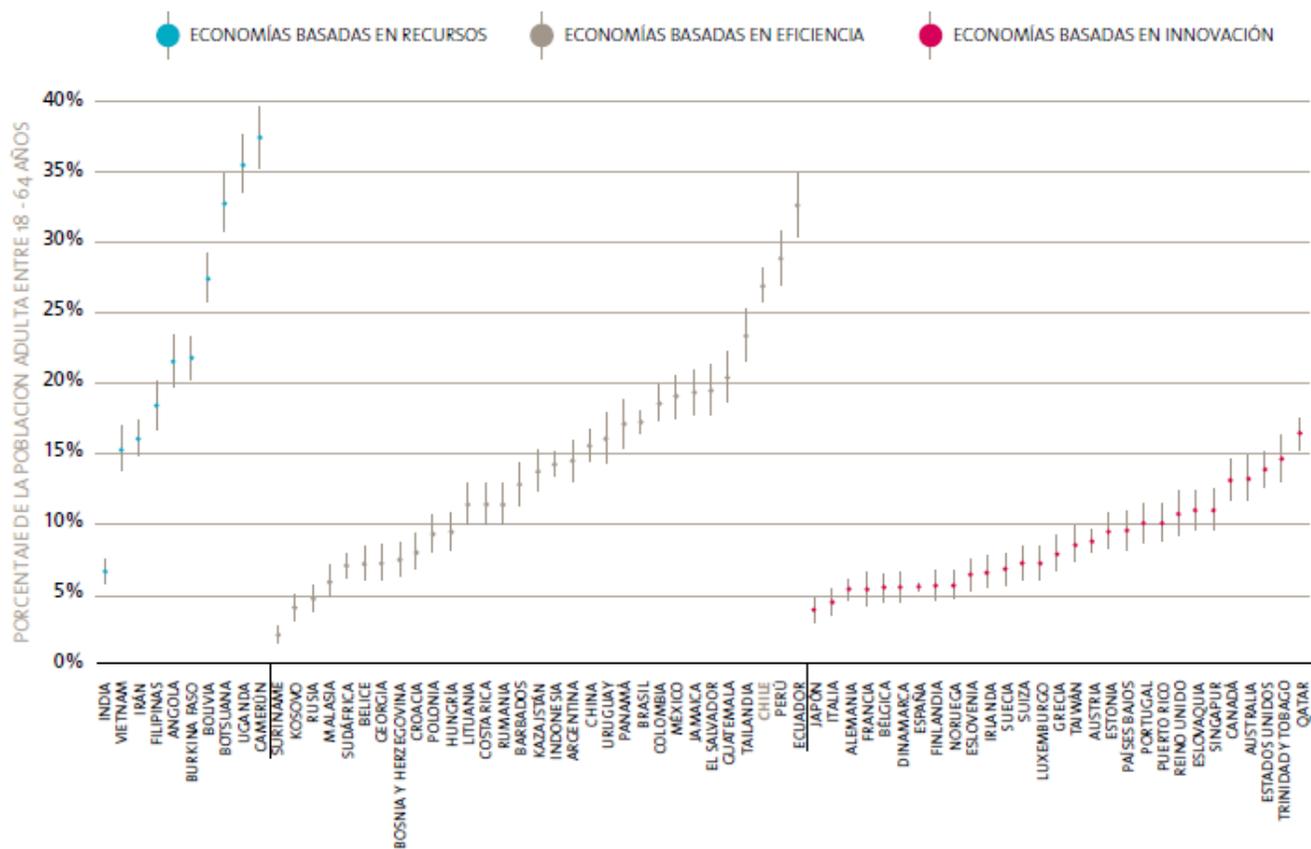
En los países del primer grupo (economías basadas en los factores), el rango en la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales varía entre un 6,6% y un 37,4%, correspondientes a India y Camerún respectivamente. Cabe destacar que en este grupo se encuentran los países africanos donde, con excepción de Sudáfrica que tiene una TEA de 7%, el resto de países de esta región presentan tasas por encima del 20% (figura 5).

En el grupo de países basados en la eficiencia, el rango varía entre un 2%, en el caso de Surinam y un 32,6% que corresponde a Ecuador. En este grupo se encuentran los países de América Latina y el Caribe, que tienen una TEA promedio de 17,6%, siendo Ecuador, Perú y Chile, los países latinoamericanos con las tasas más altas de actividad emprendedora en etapas iniciales, un 32,6%, un 28,8% y un 26,8% respectivamente, mientras que Surinam y Belice presentan tasas menores al 10%, un 2,1% y un 7,1% respectivamente.

En el grupo de países basados en la innovación, el rango varía entre un 3,8% en el caso de Japón y un 16,4% en Qatar. En este grupo, se encuentra los países Europeos y de América del Norte, cuyas tasas de actividad emprendedora en promedio son de un 6,9% y un 13,4% respectivamente (Figura 5).

Cuando se analiza este índice para los países miembros de la OCDE, Chile destaca por su elevada tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales, considerando que el promedio en este grupo de países es de 8,9%, siendo Japón el país que presenta un menor índice, un 3,8%. Llama la atención el resultado de Chile en este grupo de países donde la mayoría tiene un mayor nivel de desarrollo.

Figura 5. Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales para los 70 países participantes en el GEM 2014, según fase de desarrollo económico.
(Intervalo de confianza del 95%).



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta 2014.

Es importante destacar que la mayoría de los países en las economías basadas en la innovación emprenden por oportunidad y sus tasas de emprendedores establecidos son iguales o superiores a la tasa de emprendedores en etapas iniciales por lo que evidencian mayor sustentabilidad y no son tan vulnerables como los emprendimientos de las economías basadas en los factores productivos y en la eficiencia (ver Singer, Amorós y Moska, 2015). Dos aspectos pueden contribuir a estos resultados. Por un lado, hay más alternativas de empleo en lugares donde la industrialización y la formalización de las actividades se han llevado a cabo. Más gente puede conseguir empleo en lugar de emprender. Por otro lado, estas economías, en general, cuentan con ecosistemas más desarrollados para los negocios, las personas inician negocios porque identifican una buena oportunidad y están más preparadas para mantener ese negocio en el tiempo ya que tienen condiciones más favorables para ello, tales como acceso al financiamiento no tradicional y fuerza laboral con mayor grado de educación, entre otros aspectos.

3. Principales resultados de la región de Antofagasta.

En este apartado se presentarán los principales resultados de la región, partiendo por la valoración social y los atributos individuales sobre el emprendimiento, la actividad emprendedora, las aspiraciones de los emprendedores y el financiamiento del emprendimiento en la región.

3.1. Valoración social y atributos individuales en la Región de Antofagasta.

Como se mencionó en el apartado anterior, el GEM en su modelo conceptual revisado, destaca la importancia de diversos factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora. Algunos de estos factores se relacionan con la valoración social que expresa la población de una región del emprendimiento, es decir, la percepción de la población respecto al emprendimiento como opción de carrera, el estatus de ser emprendedor, así como la atención que los medios de comunicación prestan al emprendimiento y a los emprendedores; y también, con ciertos atributos individuales que tienen las personas respecto al fenómeno del emprendimiento. Esos atributos individuales están vinculados a la percepción de buenas oportunidades de negocio (y querer capturarlas) y de capacidades (conocimiento, habilidades) para llevarlas a cabo. Adicionalmente, también se considera la capacidad del emprendedor para relacionarse (el hecho de conocer a otros emprendedores) y la posibilidad de fracasar (el miedo al fracaso).

Para analizar con más detalle las percepciones de las personas encuestadas en la región, dada la heterogeneidad existente, resulta relevante agrupar a la población en función a las diferentes etapas del proceso emprendedor, incluyendo también a aquellos que no tienen ningún vínculo con el emprendimiento. Esta clasificación, permite analizar a quienes respondieron afirmativamente a cada una de las preguntas relacionadas con los atributos individuales descritos anteriormente. La tabla 2 muestra el porcentaje de respuestas afirmativas en la Región de Antofagasta y en Chile respecto, al hecho de conocer a otros emprendedores, a las oportunidades y capacidades percibidas, así como el temor al fracaso.

Un resultado destacable es que, en la dimensión sobre la percepción de buenas oportunidades de negocio, no hay diferencias significativas entre las personas que están involucradas en alguna etapa del proceso emprendedor y las que no lo están. Sí hay diferencias, en algunos casos significativas, entre las respuestas en la Región y en el país (tabla 2). En esta dimensión, los porcentajes regionales superan al conjunto del país tanto en el grupo de personas sin actividad emprendedora como en el grupo de emprendedores, llegando a un 80% en el caso de los emprendedores nacientes de la región frente a un 73,2% de los nacionales. Una vez más destaca Antofagasta, como una región donde se perciben buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio. Pese a ello, es importante resaltar que, en comparación con los años anteriores, la proporción ha disminuido significativamente tanto en el grupo de personas que no tienen vínculo con el emprendimiento como en el que sí está involucrado en alguna etapa del proceso emprendedor, ya sea como emprendedor naciente, nuevo o establecido. En años anteriores el promedio de respuestas afirmativas superaba el 80% llegando en algunos grupos al 100%. En 2014, la mayor proporción afirmativa es de un 80% en el caso de los emprendedores nacientes de la Región. Es probable que la situación de desaceleración económica por la que está atravesando el país, junto con la caída del precio del cobre en los últimos años influya en este resultado.

En el resto de las dimensiones, como el conocer a otro emprendedor, la percepción sobre sus habilidades y el temor al fracaso, si hay diferencias significativas tanto en la región como en el país, entre el grupo de personas que no está involucrado en alguna actividad emprendedora y los que sí lo están.

En la dimensión, conoce a otros emprendedores, los resultados muestran, por un lado, que existen diferencias significativas en las respuestas de los emprendedores, particularmente, entre los emprendedores que están en las primeras etapas y los emprendedores con más de tres años y medio de actividad. Es decir, más del 65% de los emprendedores nacientes y nuevos empresarios conocen a otros emprendedores frente a un 34,3% de los emprendedores establecidos. Por otro lado, también se han identificado diferencias significativas entre el grupo de personas que no están involucradas en alguna actividad emprendedora y los emprendedores en etapas iniciales, este resultado es esperado considerando que las personas que están partiendo conocen a más personas como ellos en comparación con las personas que no tienen ningún vínculo con el proceso emprendedor (tabla 2). Cuando se comparan estos resultados de la región con el conjunto del país, las diferencias aparecen entre los nuevos empresarios y los emprendedores establecidos, donde se observa un mayor porcentaje de respuestas afirmativas en el conjunto del país. Un 65% de los nuevos empresarios en la región frente a un 75% de los mismos en el país; y un 34,3% de empresarios regionales establecidos frente a un 55,7% de nacionales.

Con respecto a los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio, también existen diferencias significativas cuando se compara el grupo sin actividad emprendedora con el que tiene actividad, destacando este último grupo. Sin embargo, no se han encontrado diferencias significativas entre la región y el conjunto del país. Los porcentajes de respuestas afirmativas superan el 80% en el grupo que está involucrado en alguna etapa del proceso emprendedor, frente a un porcentaje superior al 40% en el grupo que no tiene actividad emprendedora (tabla 2).

Por último, en la región y en el conjunto del país, hay una mayor proporción de no emprendedores que tiene temor al fracaso. Un 37,5% en Antofagasta y un 38,5% en todo el país, afirma tener dicho miedo. Entre los emprendedores, el temor al fracaso está menos extendido pese a que hay variaciones significativas entre grupos de emprendedores según la etapa del proceso emprendedor, destacando una mayor proporción de emprendedores establecidos que de nuevos empresarios con temor al fracaso, un 20,6% y un 10,3% respectivamente. No se observan diferencias significativas entre Antofagasta y el conjunto del país (tabla 2).

Tabla 2. Atributos individuales de actitud hacia el emprendimiento.
(Porcentaje de respuestas afirmativas)

¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	29,1%	65,3%	65,0%	34,3%
Chile	30,7%	63,3%	75,0%	55,7%

¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	73,4%	80,0%	70,0%	68,8%
Chile	62,6%	73,2%	68,6%	60,9%

¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	43,0%	84,9%	92,3%	82,9%
Chile	45,7%	84,1%	88,5%	87,9%

¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	37,5%	17,6%	10,3%	20,6%
Chile	38,5%	20,6%	21,0%	21,7%

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2014.

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 y la influencia que esto supone para la actividad emprendedora. Los resultados de 2014 no han variado con respecto al año anterior, con excepción del reconocimiento y respeto de la población por los emprendedores exitosos, que ha disminuido significativamente de un 70,6% a un 57,9% en Antofagasta. En Chile, los resultados no han variado con respecto al año 2013. Si se comparan los resultados de la Región con el conjunto del país, la única diferencia significativa se encuentra en el segundo factor, donde el porcentaje de respuestas afirmativas en la región está por debajo del conjunto del país, un 57,9% en Antofagasta frente a un 64,4% en Chile (tabla 3). En los otros dos factores restantes no se han encontrado diferencias significativas entre las respuestas en Antofagasta y Chile. Un 74,1%, de la población regional piensa que iniciar un negocio/empresa es una buena opción de carrera o profesión, mientras que un porcentaje menor, un 65,7%, afirma que en la región los medios de comunicación muestran con frecuencia casos de empresarios exitosos.

Tabla 3. Valoración social hacia el emprendimiento.
(Porcentaje de respuestas afirmativas).

Preguntas:	Antofagasta	Chile
<i>En mi región / país la mayoría de las personas consideran que iniciar un negocio o empresa es una buena carrera o profesión</i>	74,1%	69,4%
<i>En mi región / país la mayoría de las personas que han sido exitosas en iniciar un negocio o empresa son bien reconocidas y respetadas.</i>	57,9%	64,4%
<i>En mi región / país se puede ver con frecuencia, en los medios de comunicación, historias de nuevos negocios o empresas exitosas.</i>	65,7%	65,2%

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2014.

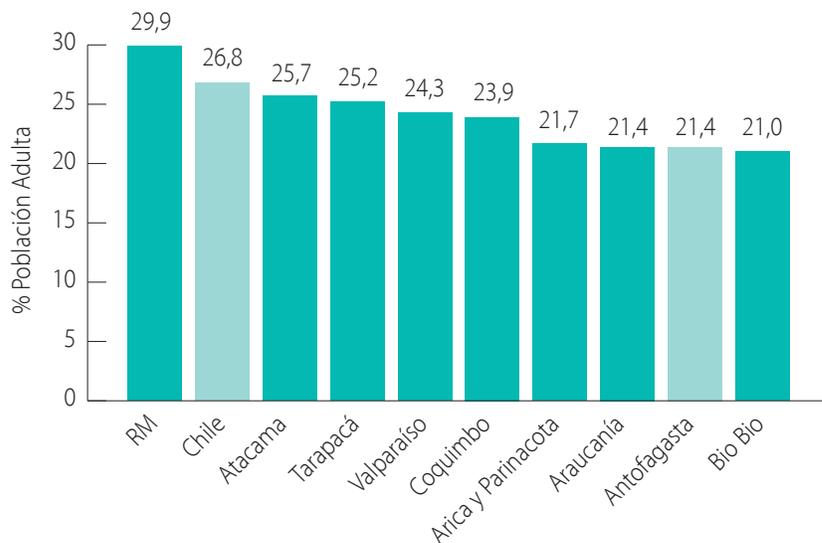
Los resultados de las tablas 2 y 3 reflejan la percepción optimista que tienen los habitantes de la región, y en particular aquellos involucrados en alguna etapa del proceso emprendedor, de las oportunidades existentes, sus capacidades y habilidades, así como las redes de contacto con otros emprendedores.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

3.2 La Actividad Emprendedora de la Región de Antofagasta.

3.2.1. Tasas de emprendimiento

El índice de la actividad emprendedora medido por el TEA (Total Entrepreneurial Activity) involucra tanto a los emprendedores nacientes como a los nuevos empresarios y se conoce también como índice de actividad emprendedora en etapas iniciales. En 2014, este índice es del 21,4%, es decir de cada 1000 personas entre 18 y 64 años en la Región de Antofagasta, 214 están involucradas en actividades emprendedoras en sus primeras etapas (figura 6). Esta cifra si bien ha disminuido con respecto al año 2013 (25,4%), sigue siendo muy superior a la obtenida en 2007 (13,3%) cuando se inició el estudio y a los años siguientes hasta el 2010, cuando las tasas variaron entre el 13,3% y el 17,4% (Romaní y Atienza, 2008, 2009, 2010, 2011). A partir del año 2011 la tasa de actividad emprendedora supera el 20%. Es importante destacar que tasas por encima del 20% no solo se han registrado en Antofagasta sino también en las demás regiones que participan en el proyecto GEM. La figura 6 muestra que, en 2014, la actividad emprendedora en etapas iniciales supera el 20% en las diez regiones que participaron en el estudio. Antofagasta es una de las regiones con menor tasa de actividad emprendedora, mientras que la Región Metropolitana lidera la actividad emprendedora, con un 29,9% y la región del Bío Bío tiene la menor tasa, un 21%. Cabe señalar que tasas por encima del 20% son propias de los países menos desarrollados por lo que la interpretación de estos resultados hay que realizarla con cautela.

Figura 6. Actividad emprendedora en etapas iniciales.

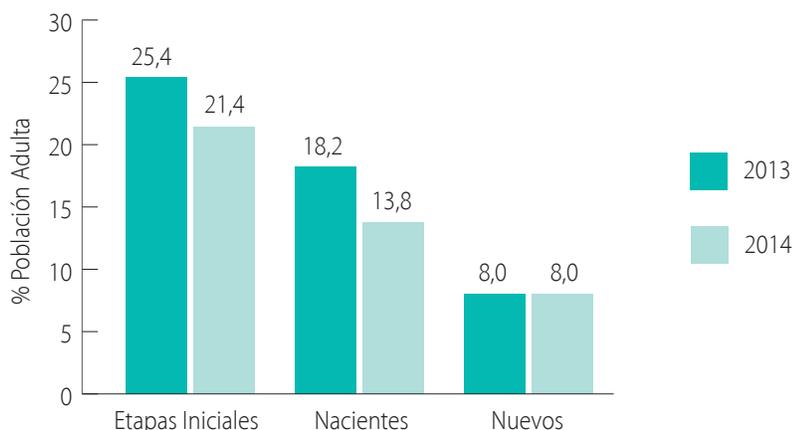


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2014.

La actividad emprendedora en etapas iniciales se compone de aquellos que están haciendo todo lo necesario para abrir su empresa y en algunos casos ya iniciaron actividades, inclusive han pagado salarios hasta tres meses, a quienes se les denomina emprendedores nacientes, y de los que son dueños de empresas y están pagando salarios hasta tres años y medio, a quienes se les identifica como nuevos empresarios. Al analizar esta conformación, se observa que la disminución de cuatro puntos porcentuales de un año a otro, se debe fundamentalmente a la caída de la tasa de emprendedores nacientes, de un 18,2% en 2013 a un 13,8% en 2014, mientras que la tasa de

emprendedores nacientes, de un 18,2% en 2013 a un 13,8% en 2014, mientras que la tasa de nuevos emprendedores se ha mantenido en ese mismo período (figura 7). La disminución de casi cinco puntos de la tasa de emprendedores nacientes podría estar relacionada con el un efecto inicial del periodo de desaceleración que atraviesa el país, sin embargo a largo plazo, podría esperarse un incremento en esta tasa fruto del aumento del desempleo. Un resultado alentador es que la tasa de nuevos emprendedores se ha mantenido. Si esta tendencia persiste, podría ser un síntoma de una mayor supervivencia de los emprendimientos, siendo importante averiguar el tipo y la calidad de estos emprendimientos.

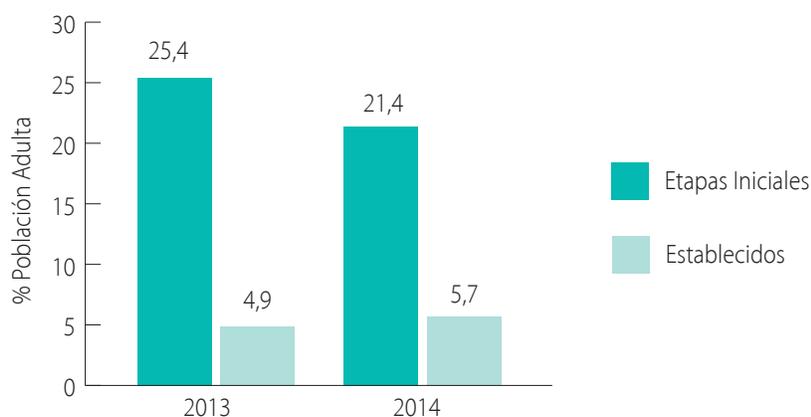
Figura 7. Actividad Emprendedora en etapas iniciales por composición.



Fuente: GEM Encuesta a la población Adulta Antofagasta 2014.

En el proceso emprendedor, también debe tenerse en cuenta la proporción de empresarios establecidos, es decir aquellos dueños o gerentes de empresas con más de tres años y medio de antigüedad. En la Región, pese a que esta tasa ha aumentado muy ligeramente, pasando de un 4,9% a un 5,7% en 2014, sigue estando por debajo del obtenido en 2012, un 7,3%. Sin embargo, se espera que esta tasa siga aumentando en los próximos años, porque daría indicios de una mayor sustentabilidad de los emprendimientos. Actualmente, la brecha entre los emprendedores en etapas iniciales y los establecidos todavía sigue siendo más de tres veces, y un claro indicador de la vulnerabilidad de los negocios en el tiempo (Figura 8).

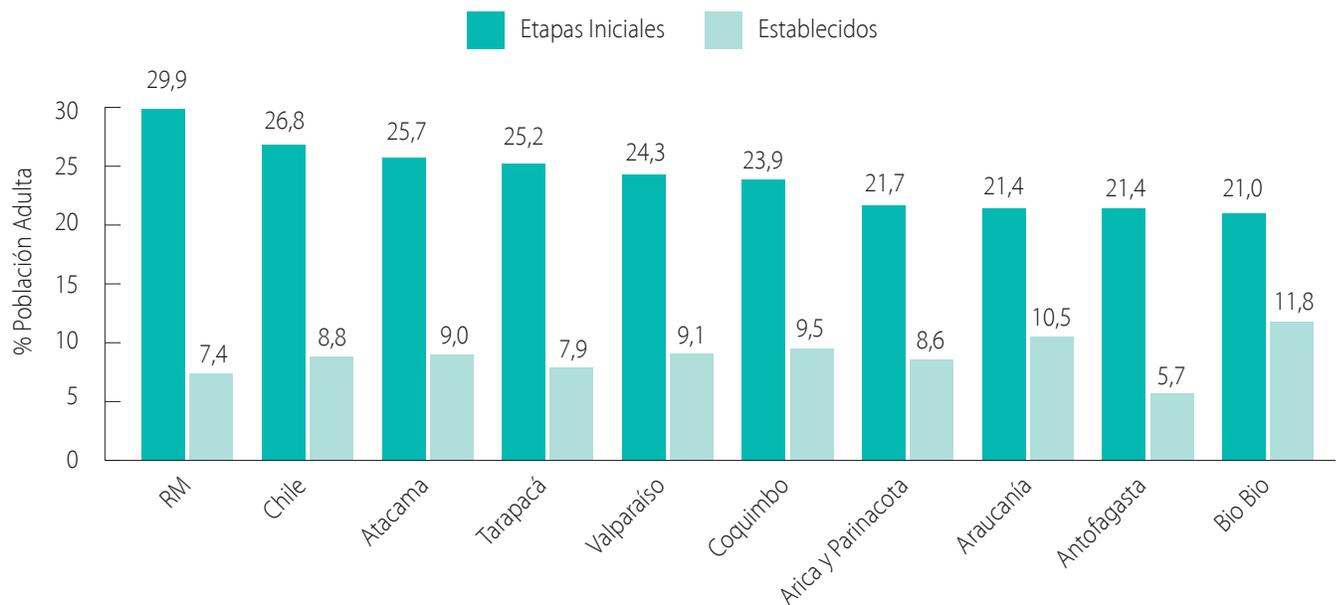
Figura 8. Actividad Emprendedora por etapas 2013-2014.



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta Antofagasta 2014.

La comparación con resto de las regiones que han participado en el proyecto GEM Chile muestra que la tasa de emprendedores establecidos es menor en Antofagasta que en el resto de las regiones. De todos modos, la amplia brecha entre etapas del proceso emprendedor no es exclusiva de Antofagasta, se da en todas las regiones del país. En la región del Bío Bío, los emprendedores en etapas iniciales son el doble que los establecidos, mientras que en la Región Metropolitana es de más de cuatro veces. En el conjunto del país, la brecha es de más de tres veces a favor de los emprendedores en sus primeras etapas. Este resultado muestra la fragilidad de los emprendimientos en Chile, algo característico de países con un menor nivel de desarrollo (figura 9). En países más desarrollados o en aquellos cuyas economías se basan en la innovación las brechas entre las etapas del proceso emprendedor no son significativas. En estos países, las tasas de actividad emprendedora en etapas iniciales son mucho menores al 20% mientras que la tasa de establecidos, generalmente, es igual o incluso superior a las primeras etapas (Singer, Amorós y Moska, 2015). Una de las grandes diferencias entre el grupo de países que basan su economía en la innovación y los que basan en la eficiencia y en los factores de producción es la sustentabilidad de los emprendimientos, En este sentido, son fundamentales la educación, la motivación para emprender y la calidad del emprendimiento, entre otros aspectos.

Figura 9. Actividad Emprendedora por etapas y regiones.



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta Chile 2014.

En la tabla 4 se infiere aproximadamente, a partir de la proyección de población del Instituto Nacional de Estadísticas, cuántas personas de la Región de Antofagasta serían, en estos momentos, empresarios nacientes, nuevos empresarios y empresarios establecidos. Es importante mencionar que estos datos deben tomarse con cautela dado el dinamismo demográfico de la región durante los últimos años. En 2014 el 27,1% de la población adulta, algo más de 60.000 personas, ha estado involucrada en alguna etapa del proceso emprendedor, resta averiguar la calidad de estos emprendimientos y su valor agregado para la región.

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

Actividad Emprendedora	Índice	N° Personas
Emprendedores nacientes	13,8%	30.773
Nuevos emprendedores	8,0%	17.839
Personas involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales	21,4%	47.720
Emprendedores establecidos	5,7%	12.720
Personas involucradas en la actividad emprendedora	27,1%	60.430

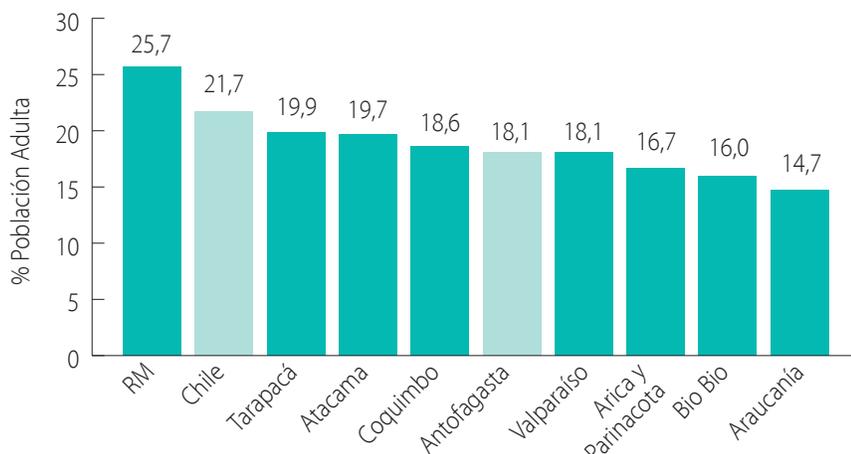
Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a la población adulta Antofagasta 2014 y proyecciones de la población del INE para el 2014.

3.2.2 Motivos de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales

El proyecto GEM considera que los individuos se involucran en alguna actividad emprendedora, ya sea como empresarios nacientes o nuevos empresarios, entre otros factores, porque identifican alguna oportunidad de negocio o porque no tienen otra opción laboral. Según este criterio, se distingue entre el emprendimiento por oportunidad y por necesidad. A este respecto, el informe global del GEM de 2001 puso de manifiesto que las regiones o países en vías de desarrollo poseían un porcentaje de emprendedores por necesidad significativamente superior al de los países desarrollados, donde la motivación principal para emprender es la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio⁴.

En los años 2007, 2008 y 2013, la región de Antofagasta destacó por tener las tasas más altas de emprendimiento por oportunidad del país (Romaní y Atienza, 2008, 2009 y 2014). Sin embargo, pierde el liderazgo en 2009, 2012 y 2014. En este último año, la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad es del 18,1%, igual que la región de Valparaíso, y ligeramente superior a las regiones de Arica y Parinacota (16,7%), del Bío Bío (16,0%) y La Araucanía (14,7%). Se encuentra, sin embargo, por debajo de la Región Metropolitana (25,7%) y del conjunto del país (21,7%) (figura 10). En comparación con el año 2013, la tasa de actividad emprendedora por oportunidad ha disminuido en más de dos puntos porcentuales pasando del 20,8% al 18,1% en 2014.

Figura 10. Actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad.

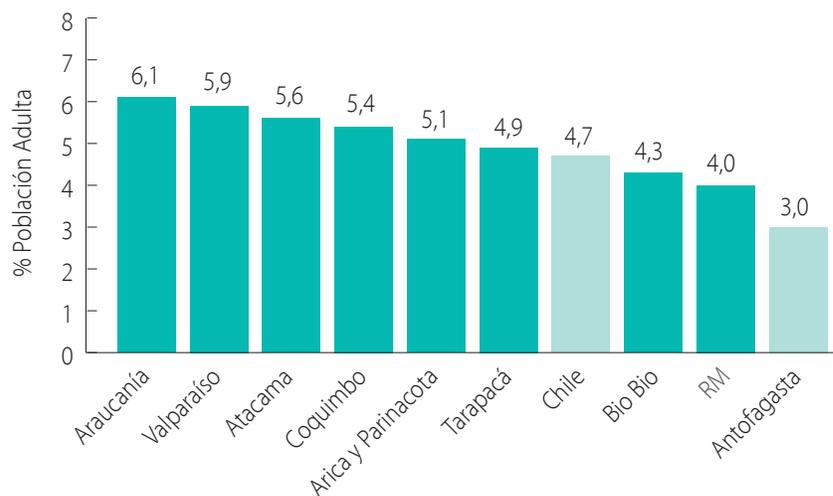


Fuente: GEM Chile Encuesta a la población adulta 2014.

⁴ Informe Global Entrepreneurship Monitor 2001 Executive Report www.gemconsortium.org.

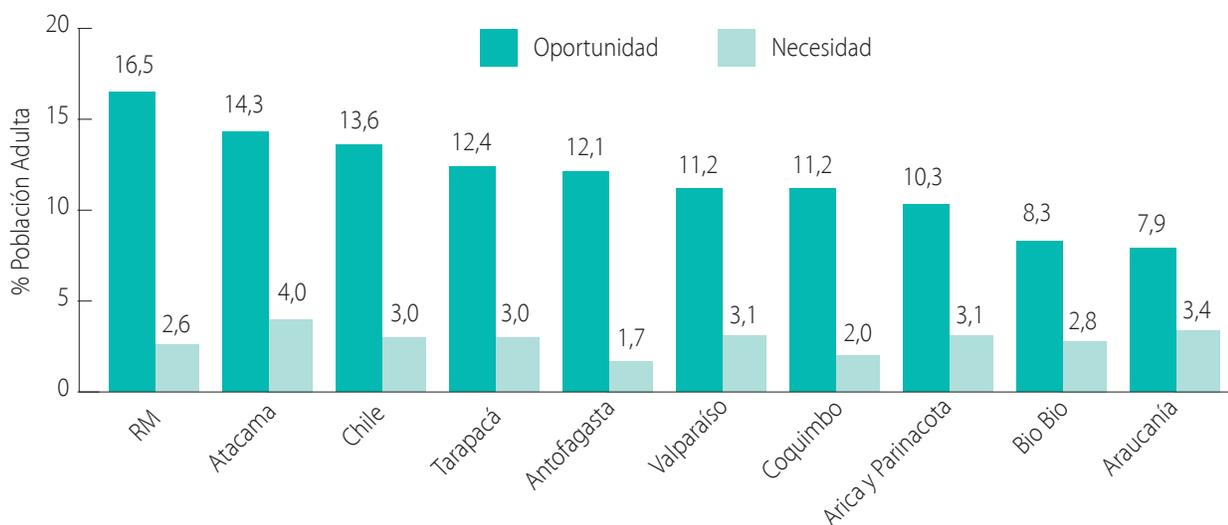
Asimismo, la tasa de emprendimiento por necesidad ha disminuido de un 4,6% a un 3% en 2014, siendo la más baja comparada con las demás regiones del país (figura 11). Para la región este resultado es alentador considerando que los emprendimientos por necesidad son los más vulnerables en el tiempo, por lo que su disminución debería ser una señal positiva en el análisis de la actividad emprendedora. La región de la Araucanía presenta la tasa más alta de emprendimiento por necesidad, un 6,1%, seguida por Valparaíso con 5,9%, Atacama, Coquimbo y Arica y Parinacota, regiones que presentan tasas de emprendimiento por necesidad por encima del 5% (figura 11).

Figura 11. Actividad emprendedora en etapas iniciales por necesidad.



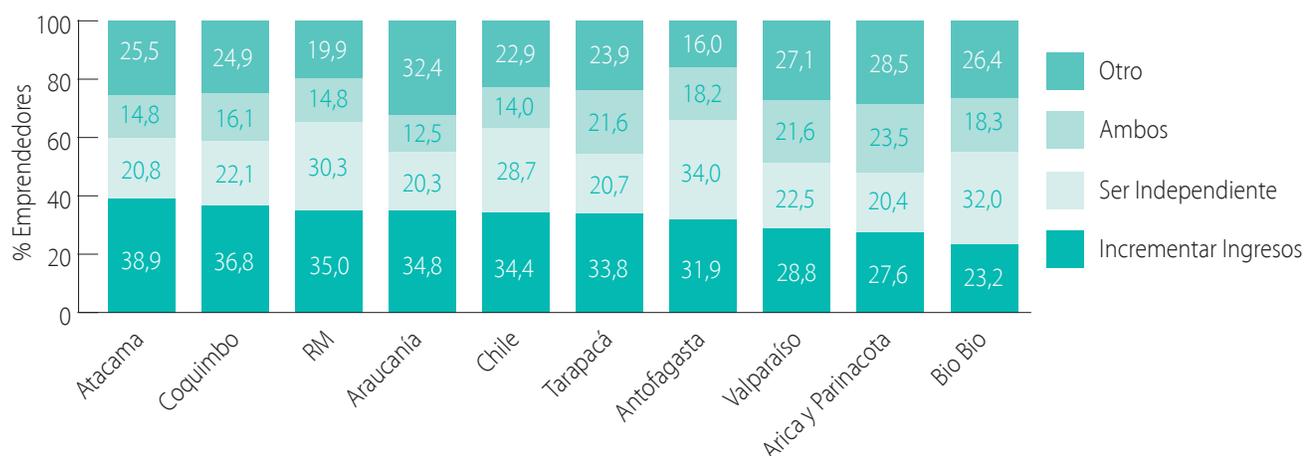
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2014.

Al analizar las motivaciones de los emprendedores nacientes, se observa también que las tasas de emprendimiento por oportunidad superan a las tasas por necesidad en todas las regiones, siendo la Región Metropolitana la que presenta la tasa más alta de emprendimiento por oportunidad, un 16,5%, por encima de Atacama y el conjunto del país (figura 12), mientras que la Araucanía tiene la tasa más baja, un 7,9%. Con respecto a las tasas de necesidad de los emprendedores nacientes, éstas varían entre un 1,7% y 4%, por lo que Antofagasta, tendría la tasa más baja de emprendedores nacientes por necesidad mientras que Atacama tendría la tasa más alta, un 4%. Comparando estos resultados con el año anterior, se observa una disminución en la proporción de emprendedores nacientes por oportunidad y necesidad. En el primer caso, ha caído de un 14,7% en 2013 a un 12,1% en 2014, mientras que el caso de emprendedores nacientes por necesidad, se ha reducido a más de la mitad, de un 3,6% a un 1,7%. Este último resultado, es alentador en la medida en que hay menos emprendedores que están partiendo porque no tienen otra opción de sobrevivencia.

Figura 12. Emprendedores Nacientes por Oportunidad y Necesidad.


Fuente: GEM Chile Encuesta a la población adulta 2014.

Entre las motivaciones de emprender, el proyecto GEM redefine en 2007 el concepto de emprendimiento por oportunidad, e incorpora como parte de este tipo de emprendimiento el “deseo de ser independiente” y el de “incrementar los ingresos”, mientras que la motivación de emprender por “mantener el ingreso” no se considera una legítima manifestación del emprendimiento por oportunidad y, en consecuencia, no forma parte del indicador de oportunidad. La figura 13 muestra los motivos de los emprendedores en etapas iniciales por oportunidad. En siete de las nueve regiones que realizan el estudio, predomina el deseo de incrementar ingresos como principal motor de emprendimiento, destacando las regiones de Atacama y Coquimbo con los mayores porcentajes, mientras que en la región del Bío Bío claramente predomina el deseo de independencia. En el caso particular de Antofagasta, las el deseo de ser independiente y el de incrementar ingresos son los que tienen los mayores porcentajes, un 34% y un 32% respectivamente. Desde esta perspectiva, la Región de Antogasta sería la que presenta una mayor proporción de emprendimiento por oportunidad.

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


Fuente: GEM Chile Encuesta a la población adulta 2014.

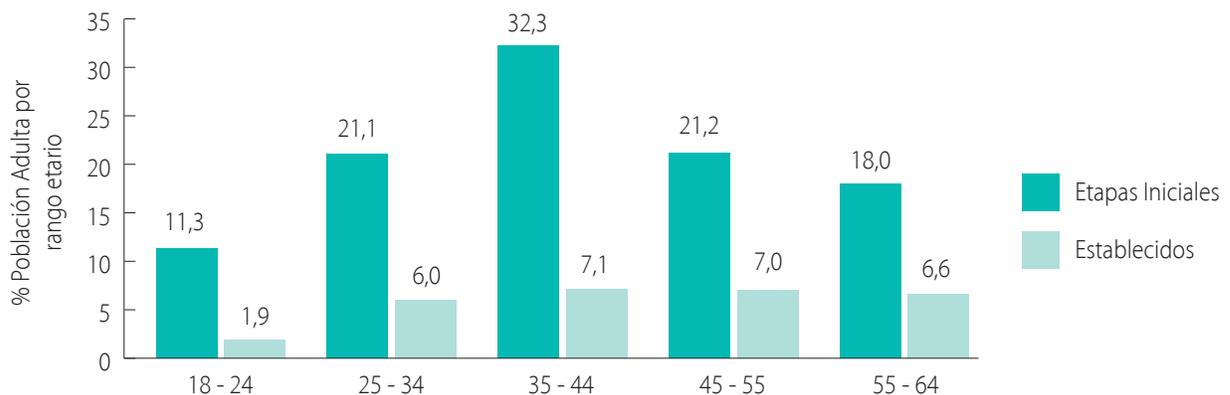
3.2.3 Características Demográficas de los Emprendedores

Indicadores de Edad y Género

La figura 14 muestra la proporción de las personas involucradas en actividades emprendedoras por rango de edad. Llama la atención que, en todos los rangos etarios, haya una mayor proporción de emprendedores iniciando sus negocios comparado con los establecidos. La concentración de emprendedores en etapas iniciales se da en el rango de 35 y 44 años, con un 32,3%. Una menor proporción se encuentra en rangos entre 25 y 34 años y 45 y 55 años, con un 21,1% y un 21,2% respectivamente. También se han identificado emprendedores que están partiendo con edades entre 55 y 64 años, lo que muestra que en nuestra región los emprendedores se animan a iniciar un negocio después de los 35 años. Solo un 11,3% de la población adulta se encuentra involucrada en actividad emprendedora en etapas iniciales con edades entre los 18 y 24 años. En el caso de los emprendedores establecidos, los rangos de edad en donde hay una mayor proporción de estos emprendedores, es entre 35 y 44 años y entre 45 y 55 años, con porcentajes de 7,1% y 7% respectivamente. Como es de esperar apenas un 1,9% de emprendedores con más de tres años y medio de actividad se encuentra entre los 18 y 24 años de edad.

La edad promedio de los emprendedores en etapas tempranas ha disminuido ligeramente con respecto al año 2013, pasando de 43 años a 41 años, pese a ello sigue estando por encima del conjunto del país (38 años). En el caso de los emprendedores establecidos, ha habido una reducción significativa en el mismo periodo, de 55 años a 46 años, la misma que se observa en el conjunto del país.

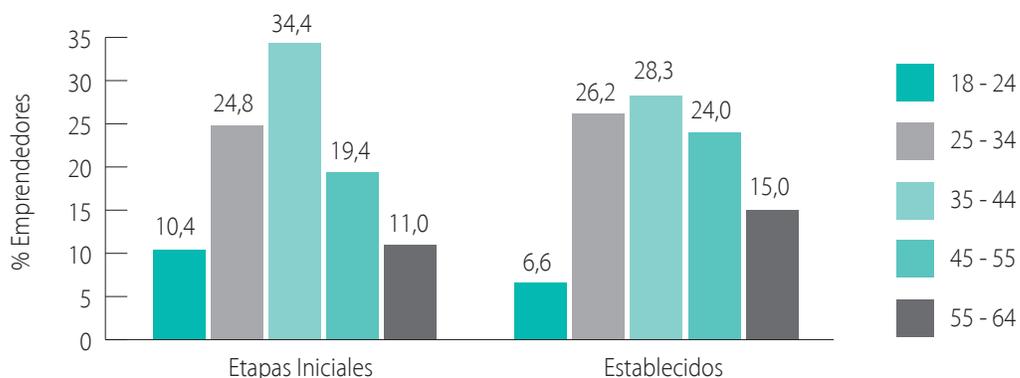
Figura 14. Tipos de actividad emprendedora por rangos de edad.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

La figura 15 muestra la distribución de los rangos etarios por etapa de actividad emprendedora. Como es de esperar, esta distribución difiere dependiendo de la etapa en que se encuentre el emprendedor. En el grupo de emprendedores en etapas iniciales, más de un tercio se encuentra en el rango entre 35 y 44 años, un 24,8% de estos emprendedores tiene entre 25 y 34 años y menos de 20% tiene edades diferentes a los rangos antes mencionados. En contraste, en el grupo de los emprendedores establecidos, más del 70% de ellos se encuentra entre los 25 y 55 años de edad. Destaca que esta distribución ha cambiado respecto al año anterior donde, como es de esperar, había una concentración entre los 25 y 44 años en el grupo de emprendedores en etapas iniciales, mientras que en los establecidos la concentración se daba en los rangos entre 45 y 64 años.

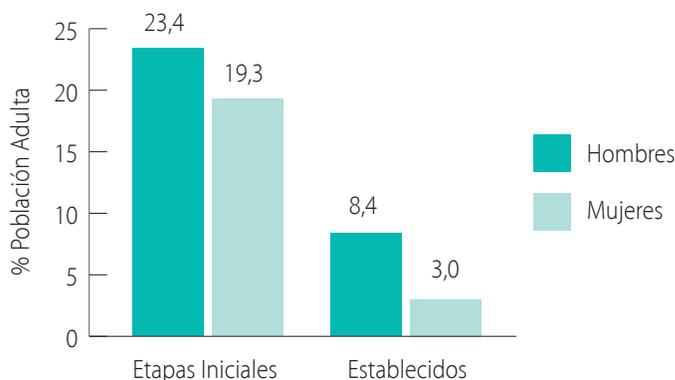
Figura 15. Proporción de rangos de edad por tipo de actividad emprendedora.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

Desde la perspectiva de género, los resultados de 2014 muestran una disminución de la proporción de emprendedores hombres en etapas iniciales, con respecto a 2013, de un 26,7% a un 23,4%, mientras que se ha incrementado la proporción de emprendedores establecidos de un 5,3% a un 8,4% en ese mismo período (figura 16). En el caso de las emprendedoras, se ha producido una disminución en ambas etapas del proceso emprendedor en el mismo período, de un 24% a un 19,3% en el caso de mujeres en etapas tempranas y de un 4,5% a un 3% en el caso de las establecidas. Nuevamente, sale a relucir la brecha entre etapas del proceso emprendedor que se observa tanto en el grupo de hombres como de mujeres. En consecuencia, el problema de la vulnerabilidad de los negocios de los emprendedores en etapas iniciales se da en ambos sexos. Igualmente, se observa un incremento significativo en la brecha de género con respecto al año 2013, donde casi era inexistente. Más detalles sobre el emprendimiento femenino se encontrarán en el informe “Mujeres y Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta 2013-2014” que se publicará en su sexta versión este año⁵.

Figura 16. Actividad Emprendedora por tipo y género.



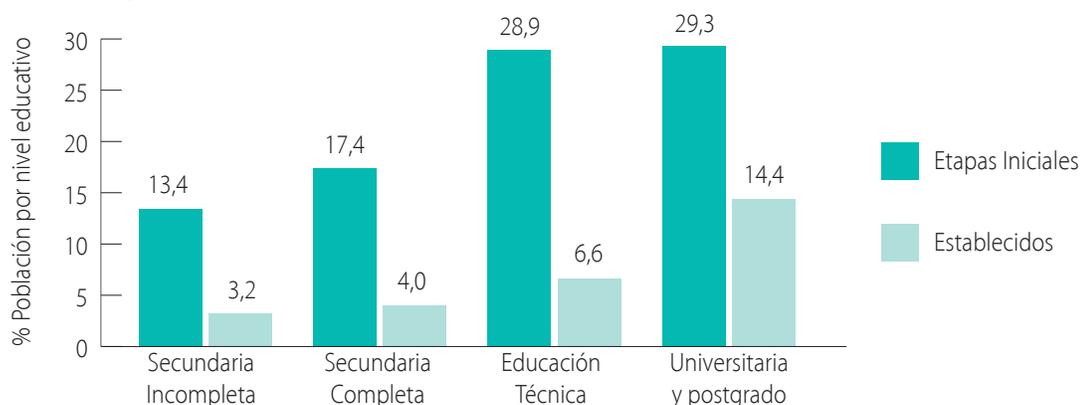
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

⁵ Se encuentra disponible el quinto informe sobre Mujeres y Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta 2011-2012. Solicitar un ejemplar a: comp@ucn.cl

Indicadores de Nivel Educativo

El GEM utiliza indicadores estandarizados para medir el nivel educativo con el fin de poder compararlos internacionalmente. Se identifican cuatro categorías: secundaria incompleta, secundaria completa, educación técnica y profesional y educación superior (universitaria y postgrados). Resulta interesante observar a los emprendedores en etapas iniciales y a los establecidos por nivel de educación ya que éste es uno de los principales factores que afecta al éxito empresarial. La figura 17 muestra la proporción de emprendedores según nivel de educación. Un resultado positivo con respecto al año 2013, es la disminución significativa en la proporción de emprendedores en etapas iniciales con nivel de educación secundaria, ya sea incompleta o completa, de un 26,7% a un 13,4% y de un 25,5% a un 17,4% respectivamente. En contraste con el ligero incremento de los emprendedores con educación técnica, se ha dado un incremento explosivo de la proporción de emprendedores en las primeras etapas con educación universitaria, de un 10,4% a un 29,3%, casi tres veces en el mismo periodo. Esto muestra que cada vez son más los emprendedores con educación superior que se están atreviendo a emprender por lo que se esperaría que sus emprendimientos sean de mejor calidad y menos vulnerables en el tiempo. Situación similar se observa en los emprendedores establecidos, donde se ha reducido significativamente la proporción de estos emprendedores con educación secundaria incompleta, de un 8,6% a un 3,2%, y se ha incrementado la proporción de emprendedores con educación universitaria, de no identificarse a ninguno en 2013 a un 14,4% en 2014. Estos resultados, sin duda, han contribuido a que la tasa de emprendedores establecidos se haya incrementado en 2014.

Figura 17. Actividad Emprendedora por nivel educativo.



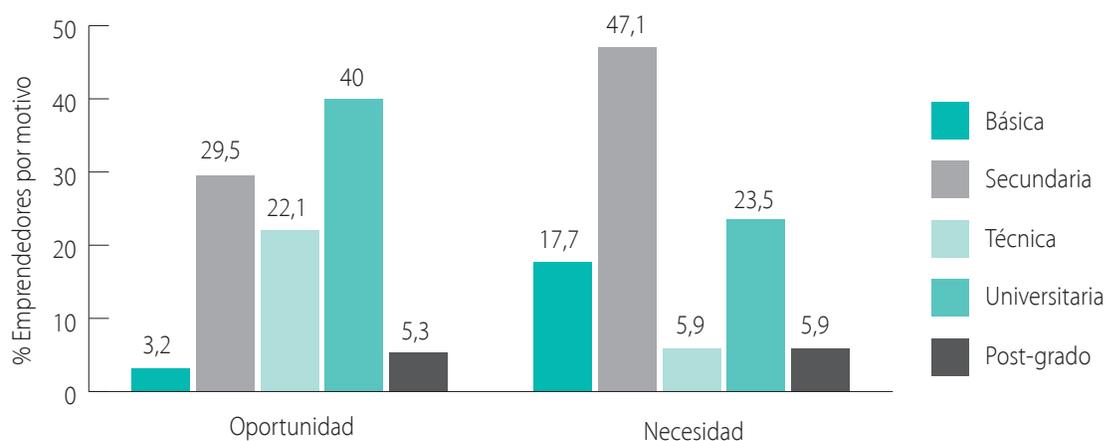
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

Es importante señalar, además, que la distribución de los niveles educacionales varía de acuerdo al tipo de emprendimiento. El emprendimiento por necesidad, en general se asocia con menores niveles educativos. Esto se puede observar en la figura 18 donde se aprecia apenas a un emprendedor con postgrado y a cuatro con grado universitario⁶, dado el número de observaciones, estos representan el 5,9%, y el 23,5% respectivamente. En este grupo de emprendedores por necesidad predominan los adultos con educación secundaria, un 47,1% (figura 18). Comparando estos resultados con el año anterior se observa un ligero incremento en el nivel de educación de los emprendedores por necesidad, disminuyendo la proporción de emprendedores con educación secundaria y aumentando la proporción de emprendedores con grado universitario y postgrado, esta situación podría reflejar el periodo económico de desaceleración económica por la que está atravesando el país, donde muchas empresas están despidiendo a sus trabajadores o no están contratando más personal.

⁶ Los datos del emprendimiento por necesidad hay que tomarlos con cautela dado que son solo 17 casos observados.

Por otro lado, el emprendimiento por oportunidad se asocia a mejores niveles educacionales lo cual se puede observar en el gráfico 18, donde un 40% de emprendedores tiene educación universitaria y un 29,5% tiene educación secundaria. Estos resultados son mejores comparados con el año anterior, porque se ha producido una disminución en la proporción de emprendedores por oportunidad con nivel de educación secundaria, de un 36,2% a un 29,5% y se ha incrementado la proporción de emprendedores con educación universitaria de un 34,3% a un 40% en el mismo período. Se espera que estos resultados influyan en la sostenibilidad de los emprendimientos en el tiempo.

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

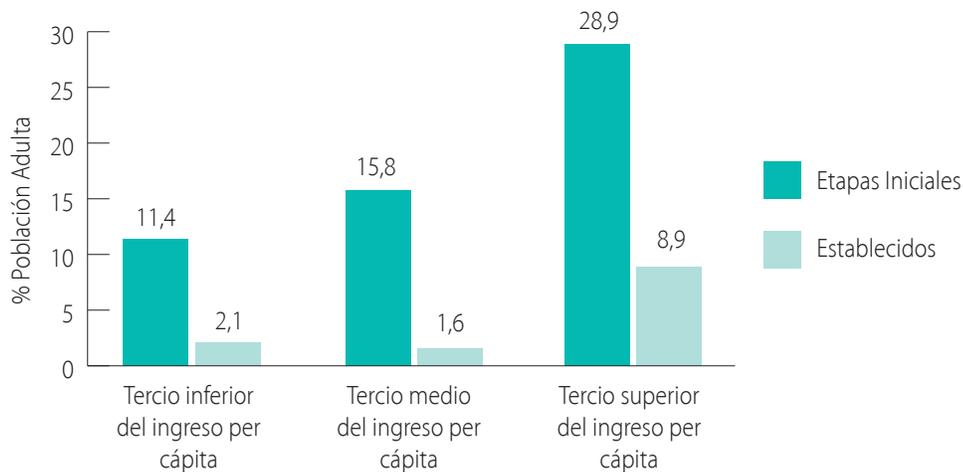


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

Nivel de Ingreso

Otro de los indicadores que tradicionalmente se ha considerado relevante para explicar la actividad emprendedora es el nivel de ingresos de los hogares. En este sentido, el GEM también utiliza indicadores estandarizados que tratan de posibilitar la comparación internacional. Se utiliza un indicador relativo que se obtiene dividiendo la distribución del ingreso per cápita de los países en tercios. Si bien este indicador tiene limitaciones ya que no tienen en cuenta las diferencias entre la renta per cápita de los países, permite obtener una estimación aproximada de la actividad emprendedora dentro de cada país entre los grupos con ingresos bajos, medios y altos. En 2014, se han producido variaciones significativas en los tres tercios de ingresos per cápita en el grupo de emprendedores establecidos, es decir, ha disminuido la proporción de estos emprendedores en los dos primeros tercios de un 4,9% a un 2,1% y de un 3,4% a un 1,6% respectivamente, y se ha más que duplicado en el tercio superior del ingreso per cápita, pasando de un 4,2% a un 8,9% en ese mismo período (figura 19).

Una situación algo diferente se ha producido en el grupo de emprendedores en etapas iniciales, en donde las proporciones de estos emprendedores en los dos primeros tercios han permanecido similares al del año 2013 (Romaní y Atienza, 2014), mientras que se ha incrementado la proporción de emprendedores en el tercio superior del ingreso per cápita, de un 23,3% a un 28,9% en 2014 (figura 19).

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


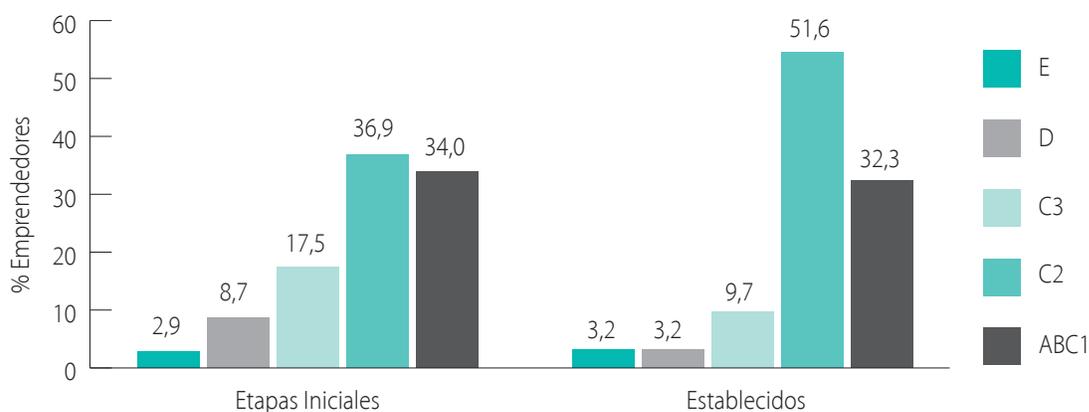
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

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

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

Cuando se utiliza esta clasificación, los resultados, a diferencia del año anterior, se presentan de acuerdo a lo esperado, es decir la mayor concentración de emprendedores, con independencia de la etapa en que se encuentren, se da en las categorías correspondientes a mayores rentas familiares, C2 y ABC1. La distribución en ambos grupos de emprendedores ha cambiado respecto al año 2013. En 2014, más de un tercio de los emprendedores en etapas iniciales se encuentran las categorías C2 y ABC1 respectivamente. En términos porcentuales se ha producido un incremento significativo en estos emprendedores con ingresos familiares correspondientes a las categorías ABC1 de un 22,7% a un 34% y una disminución de emprendedores en las categorías E, D y C3, de un 6,2% a un 2,9%; de un 12,6% a un 8,7% y de un 22,7% a un 17,5% respectivamente. Situación parecida se observa en el grupo de emprendedores establecidos, donde un 51% de los emprendedores se concentra en la categoría C2 y casi un tercio en la categoría ABC1. En el resto de las categorías socioeconómicas el porcentaje de emprendedores no supera al 10% (figura 20). Con respecto al año anterior, se observa, al igual que en el grupo de emprendedores en etapas iniciales, un incremento significativo en las categorías C2 y ABC1 mientras que se ha reducido el porcentaje de emprendedores establecidos en las categorías E, D y C3. Estos resultados muestran que los emprendedores que están iniciando sus empresas y los establecidos tienen mayor ingreso familiar que los emprendedores en las mismas etapas del año 2013.

Figura 20. Actividad emprendedora según ingreso familiar.

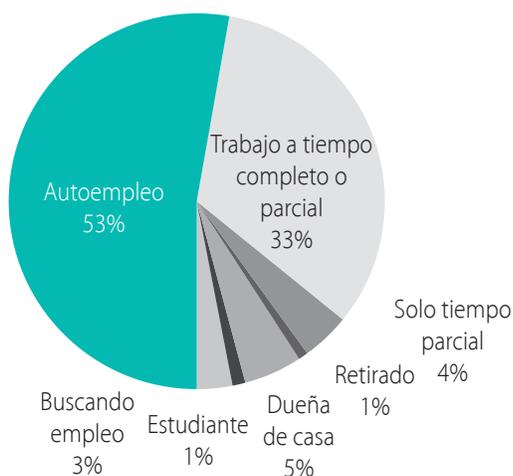


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

Situación laboral de los emprendedores

En la Región de Antofagasta, la situación laboral de los adultos en las primeras etapas del proceso emprendedor ha permanecido prácticamente igual al año 2012. Es importante mencionar que el segmento de emprendedores que dice estar autoempleado representa el 53% de los emprendedores, mientras que los emprendedores con trabajo a tiempo completo o parcial son el 33% (figura 21). El hecho de que un tercio de los emprendedores en las primeras etapas trabajen como asalariados puede explicar en parte la vulnerabilidad de sus negocios en el tiempo, porque no le dedican el tiempo necesario a su emprendimiento. La distribución laboral de los emprendedores en esta etapa en la región es similar al conjunto del país (Amorós y Abarca, 2015).

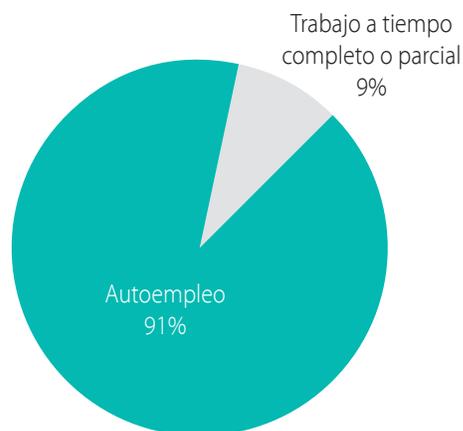
Figura 21. Situación laboral de los emprendedores en etapas iniciales.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

La distribución porcentual de la situación laboral de los emprendedores establecidos difiere significativamente de los de etapas iniciales. En 2014, un 91% de estos emprendedores se declaran autoempleados, y un 9% trabaja a tiempo completo o parcial para terceros (figura 22). A diferencia del año anterior, ha aumentado el porcentaje de autoempleados de un 79% a un 91% mientras que ha disminuido el porcentaje de emprendedores establecidos que están trabajando a tiempo completo o parcial para terceros de un 18% a la mitad (9%). Esta disminución porcentual en este segmento puede dar cuenta de la sostenibilidad de sus negocios en el tiempo. Estos resultados son muy parecidos a los hallados por Amorós y Abarca (2015) en el conjunto del país.

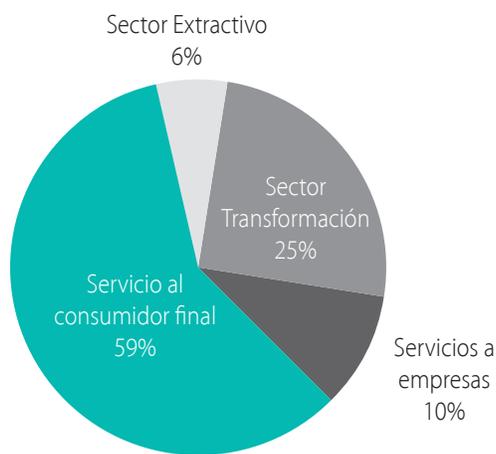
Figura 22. Situación laboral de los empresarios establecidos.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

Sectores Industriales de la Actividad Emprendedora

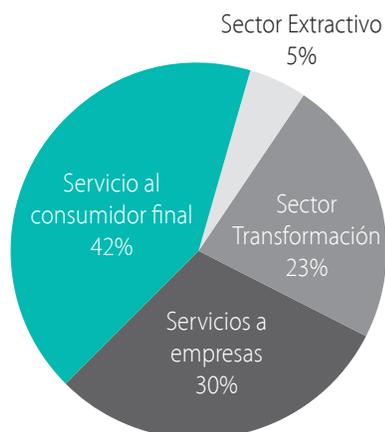
La distribución sectorial del emprendimiento en la Región de Antofagasta presenta variaciones en algunos sectores con respecto al año 2013. En el grupo de emprendedores en etapas iniciales, el sector de servicios al consumidor final continúa siendo el mayoritario, pese a que ha disminuido ligeramente, de un 60% a un 59%, así como los sectores de transformación y servicio a empresas que han pasado de un 29% a un 25% y de un 14% a un 10% respectivamente. Destaca en este grupo el crecimiento significativo del sector extractivo de un 1,6% en 2013 a un 6% en 2014 (figura 23). Estos resultados no difieren significativamente de los obtenidos en el país y muestran poca diversificación productiva y una orientación hacia actividades con bajo valor añadido (Amorós y Abarca, 2015).

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

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

Las variaciones más significativas se ha producido en el grupo de emprendedores establecidos, donde ha habido un incremento significativo en el sector del servicio a empresas pasando de un 14% a más del doble (30%), mientras que ha disminuido significativamente el sector del servicio al consumidor final y el sector de transformación, pasando de un 51% a un 42% y de un 31,7% a un 23%. Este cambio en la estructura de la actividad de los emprendedores establecidos favorece a la sostenibilidad de los negocios en el tiempo (figura 24).

Estos resultados son muy interesantes, considerando el aumento en la proporción de emprendedores con grado universitario y educación técnica. Esto sin duda ha repercutido en la orientación de sus emprendimientos hacia sectores con mayores barreras de entrada que los servicios al consumidor final. Pareciera ser que en 2014 los emprendimientos son menos precarios que en 2013.

Figura 24. Actividad emprendedora establecida por sector económico.

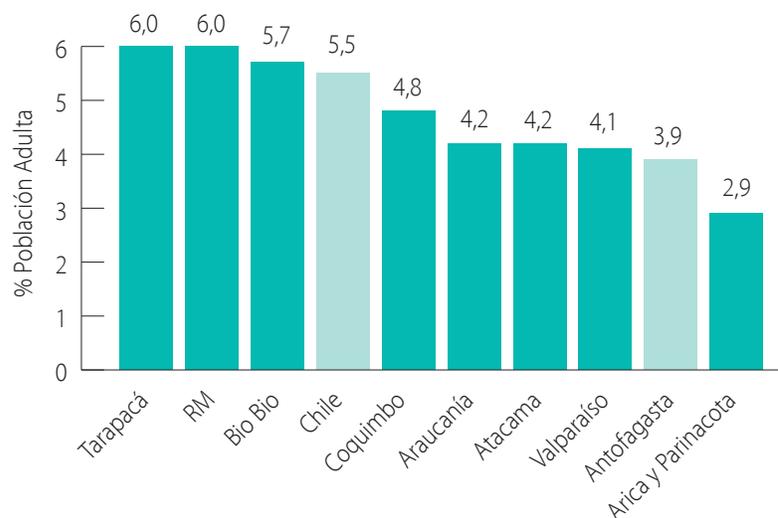
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

Cierre o culminación de la actividad emprendedora.

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

La figura 25 muestra la tasa de discontinuidad o cierre de los negocios en los últimos doce meses. El rango de esta tasa se sitúa entre las regiones de Tarapacá que tiene la tasa más alta, un 6%, y Arica y Parinacota, con la más baja, un 2,9%. Antofagasta se encuentra entre las regiones con las tasas de discontinuidad más bajas comparadas con el resto de las regiones que participaron en el estudio, mientras que en el país esta tasa fue de un 5,5%. Con respecto a 2013, la tasa de discontinuidad en la región se ha incrementado ligeramente, pasando de un 3,3% a un 3,9% en 2014. Este resultado es consistente, con la disminución de la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales y muestra la vulnerabilidad de los emprendimientos en el tiempo. Si bien muchos emprendedores inician sus actividades pocos logran superar los tres años y medio. Sin embargo, también podría ser un síntoma de fuerte dinamismo en la economía local con altas tasas de natalidad y mortalidad de empresas, y por tanto potenciales esfuerzos de re-emprendimiento.

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



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

Al analizar las razones por las que discontinuaron sus negocios, las respuestas mencionadas con más frecuencia fueron: “motivos personales” (31%), “dificultades para acceder al financiamiento” (26,4%), “el negocio no era rentable” (19,3%) y “encontraron trabajo” (19,3%). Un 3,9% declaró que la venta estaba planteada con anticipación. Los “motivos personales” son una de las razones que se repite

todos los años desde que se realiza el informe GEM de la región, y no hay nada que decir al respecto pues no se sabe exactamente qué podría haber influido en la discontinuación del negocio. Sin embargo, la razón vinculada al acceso a financiamiento preocupa, sobre todo, cuando se compara con años anteriores. Este motivo representaba apenas un 3% de los cierres el año 2010. En 2011, subió a un 9%, en 2012 a un 17,7%, en 2013 a un 21% y en 2014 a un 26,4%, constituyéndose en el segundo motivo más frecuente para la discontinuación del negocio. Esto lleva a pensar que la oferta de financiamiento por parte del sector público no está siendo capturada por los emprendedores, probablemente porque no hay suficiente información al respecto o la accesibilidad a dichos fondos es cada vez más difícil por la cantidad de exigencias de parte del oferente de recursos, o bien la oferta no se ajusta a las necesidades de los que la requieren o los que los requieren no tienen claro el tipo de financiamiento que necesitan. Este es un tema pendiente que amerita ser analizado cuidadosamente. Según conversaciones sostenidas con emprendedores, algunos manifiestan el desconocimiento de estos instrumentos. Aquí emerge una señal de alerta para estas instituciones, en el sentido de reorientar el sistema de información de los programas que disponen y, también, para los emprendedores para que se informen sobre estos programas ya sea en las mismas instituciones o través de su sitio web. Otros manifiestan, sin embargo, que estos recursos son limitados y no todos pueden acceder al financiamiento.

Otro de los motivos mencionados por un 19,3% se refiere a la rentabilidad del negocio, que también emerge desde que se ha empezado a realizar el estudio y lleva a pensar en la falta de conocimientos de las personas para evaluar negocios. Este resultado, destaca la necesidad de que las Universidades y otras instituciones de apoyo al emprendedor incorporen cursos sobre identificación y evaluación de oportunidades de negocio. Los emprendedores, a pesar de que declaran tener conocimientos y habilidades para capturar oportunidades de negocio, suelen carecer de las herramientas y técnicas que les permitan evaluar adecuadamente dichas oportunidades para evitar el cierre o discontinuidad de sus negocios en los primeros años. Por otro lado, del contacto con emprendedores se puede deducir que a estos les falta más conocimiento técnico relacionado con la gestión de empresas. Les falta visión del negocio, estrategias de crecimiento, etc. Nuevamente, este es un desafío tanto para las universidades y organizaciones afines como para los emprendedores en etapas iniciales. Para los primeros, con el fin de implementar programas especiales orientados al crecimiento del negocio, y para los segundos, para tener conciencia de sus limitaciones y darse el tiempo para asistir a un curso formal de gestión de empresas.

Otra razón manifestada por un porcentaje igual de emprendedores, un 19,3%, está vinculada al empleo, es decir abandonaron el negocio porque encontraron trabajo, esto da cuenta del poco compromiso y seriedad que tienen algunos con sus emprendimientos. Este resultado lleva a pensar que estas personas se han decidido a emprender solo porque no tenían otra alternativa para sobrevivir, pero su principal objetivo es conseguir un empleo, por esa razón, en la primera oportunidad que se les presente, abandonan el emprendimiento. Este es una de las razones que en los años anteriores representaba menos del 5% sin embargo en 2014, casi un 20% de los emprendedores lo declara como motivo de discontinuidad. Cifra preocupante que se espera que disminuya en los próximos años.

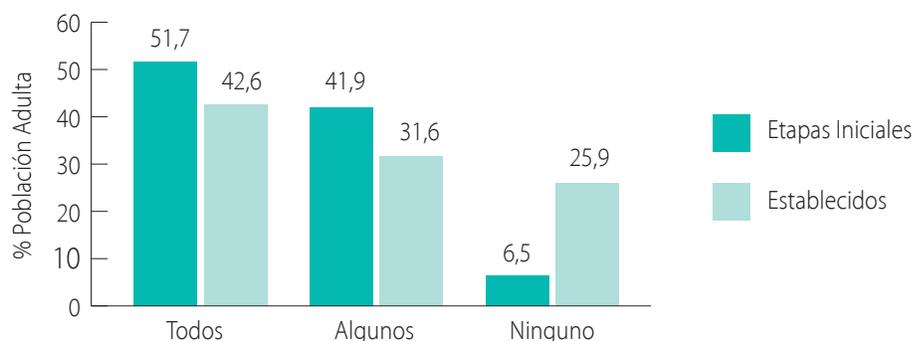
Cuando se comparan los motivos de discontinuidad en la región con los resultados nacionales, se observa que no hay diferencias significativas en el porcentaje de frecuencias de las razones mencionadas (Amorós y Abarca, 2015).

3.3. Las aspiraciones emprendedoras en la Región.

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

La metodología del GEM incorpora diferentes factores con el fin de tener una visión aproximada y subjetiva, desde el punto de vista del propio emprendedor, sobre el nivel de innovación y competitividad de su actividad emprendedora. Uno de esos factores está relacionado con la novedad del producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor en el mercado. La figura 26 muestra que un 51,7% de los emprendedores en etapas tempranas y un 42,6% de los emprendedores establecidos, considera que su producto o servicio es nuevo para todos. Este resultado hay que tomarlo con cautela considerando que es la percepción de los mismos emprendedores sobre los productos o servicios que ofrecen. Comparado con el año anterior, se observa una disminución en los porcentajes de ambos grupos de emprendedores de un 55% a un 51,7% y de un 71,1% a un 42,6% respectivamente, mientras que se ha incrementado significativamente la proporción de ambos tipos de emprendedores que perciben que sus productos o servicios son nuevos para algunos, de un 33,6% a un 41,9% y de un 19,4% a un 31,6% respectivamente. Asimismo, se ha incrementado significativamente el porcentaje de emprendedores establecidos que considera que su producto o servicio no es nuevo para nadie de un 7,4% a un 25,9%. Estos resultados son consistentes con el sector en donde operan los emprendedores, básicamente, el sector orientado al consumidor final donde existen bajas barreras de entrada y los productos o servicios normalmente no son novedosos. Igualmente, los resultados reflejan que los emprendedores establecidos son más conscientes que los emprendedores en etapas tempranas sobre el tipo de producto que ofrecen. En años anteriores los resultados mostraban que los emprendedores no visualizaban que sus productos o servicios ofrecidos eran más de lo mismo. Este mayor realismo es alentador en el sentido de que puede llevar a que muchos emprendedores empiecen a pensar en incorporar la diferenciación en los productos o servicios que ofrecen.

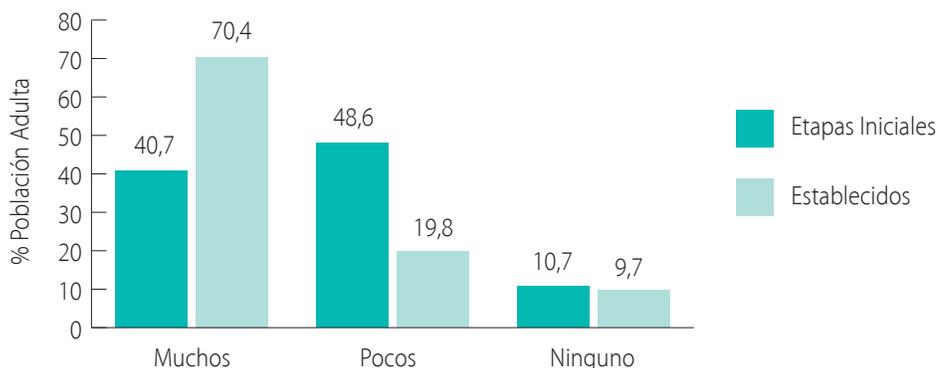
Figura 26. Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

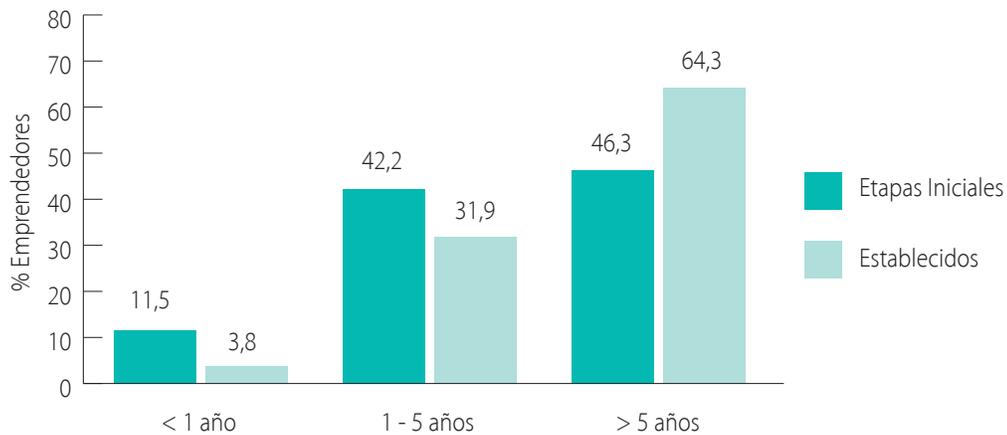
El otro factor de las aspiraciones está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares. Los resultados del año 2014 muestran que un 40,7%, en el caso de los emprendedores en etapas iniciales, y un 70,4%, en el caso de los establecidos, consideran que tienen muchos competidores. Este resultado es importante, porque muestra que hay más conciencia entre los emprendedores respecto a la competencia que enfrentan sus productos o servicios. Sin embargo, todavía un 48,6% de los emprendedores en etapas tempranas y un 19,8% de establecidos, considera que tienen pocos competidores. Solo un 10,7% y un 9,7% de ellos respectivamente, cree que su producto o servicio no tiene ningún competidor (figura 27). Comparando con el año anterior, el gran cambio se ha dado en el grupo de emprendedores establecidos, cuyas percepciones parecieran ser más realistas que la de sus pares de etapas iniciales. Los resultados obtenidos para la región son similares al conjunto del país (Amorós y Abarca, 2015).

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



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

El tercer factor incorporado por el GEM en el ámbito de las aspiraciones está relacionado con la capacidad de aprovechar las nuevas tecnologías en el proceso de producción o entrega de servicios. La figura 28 muestra que a medida que aumenta la edad de la tecnología usada, crece también la proporción de emprendedores. Así, más de un 45% de los emprendedores, con independencia de la etapa en que se encuentren, usan tecnología de más de cinco años de antigüedad. Solo un 11,5% de los emprendedores en etapas iniciales y apenas un 3,8% de los emprendedores establecidos, incorpora tecnología menor a un año en su proceso productivo o entrega de servicios. Con respecto al año anterior, es importante destacar que se ha producido un cambio en la distribución de la edad de la tecnología utilizada en el grupo de emprendedores en etapas tempranas. En este grupo, ha disminuido significativamente la proporción de emprendedores usando tecnología con menos de un año y con más de cinco años, de un 20,1% a un 11,5% y de un 60,7% a un 46,3% respectivamente. Sin embargo, ha aumentado significativamente el porcentaje de emprendedores que usa tecnología de uno a cinco años de antigüedad, de un 19,1% a un 42,2%. En el caso de los emprendedores establecidos, la distribución prácticamente se ha mantenido igual que el año anterior, con la salvedad que en 2014 se han identificado emprendedores usando tecnología de menos de un año de antigüedad. Estos resultados parecieran ser más realistas y consistentes con el tipo de producto o servicio que ofrecen los emprendedores y pareciera ser que los emprendedores están cada vez más conscientes de la importancia de incorporar tecnología reciente en los productos o servicios que ofrecen.

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

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

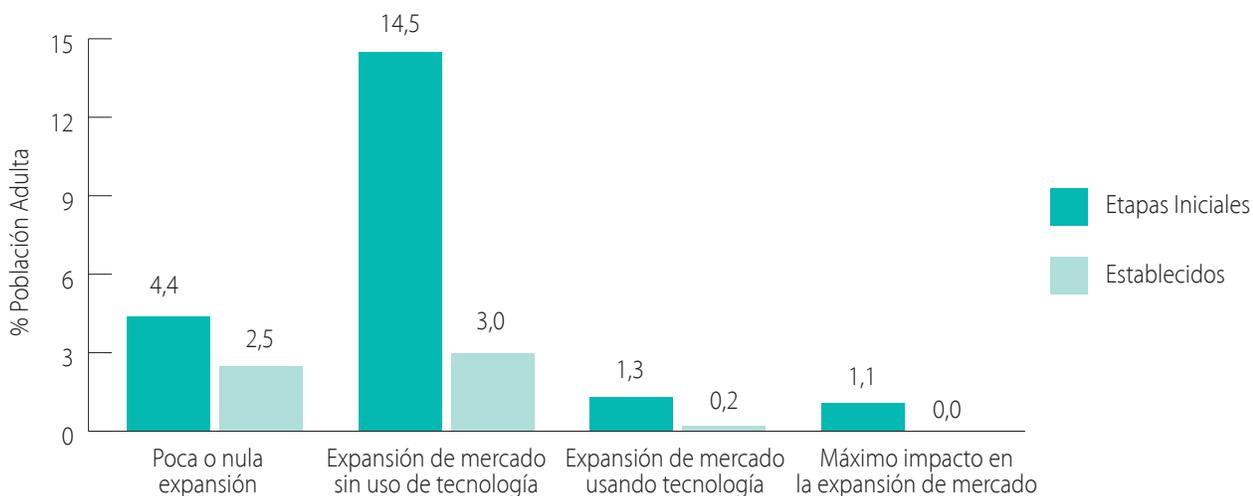
El GEM también pregunta a los emprendedores sobre la expansión de mercado que esperan alcanzar con sus productos o servicios. Para este fin, se utiliza una variable que toma cuatro valores:

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

Los resultados en 2014 muestran que las aspiraciones en la expansión de mercado tanto de los emprendedores en etapas iniciales como de los establecidos son bajas. El mayor porcentaje de emprendedores se encuentra en la categoría “expansión de mercado sin uso de tecnología” donde se encuentra un 14,5% de la población adulta que está involucrada en etapas iniciales, y un 3% de la población adulta con más de tres años y medio de actividad. No se han identificado emprendedores establecidos que se expanda en el mercado usando tecnología y que tampoco tengan un máximo impacto en la expansión. En la categoría poca o nula expansión se ha identificado a 4,4% de la población adulta en etapas iniciales versus un 2,5% de establecidos (figura 29). Estos resultados no han variado significativamente con respecto al año anterior (Romaní y Atienza, 2014).

Dado que las aspiraciones de los emprendedores son un elemento clave en la actividad que realizan, la falta de ambición observada da alguna luz sobre el potencial de sus productos o servicios, que en su mayoría son negocios sin impacto, sin valor agregado y sin expectativas de crecimiento, orientándose más a ser negocios “estilo de vida” donde no se identifica una clara estrategia de crecimiento (Berger y Udell, 1998). Una situación muy parecida a la de Antofagasta se observa en el país, tanto en los emprendedores nacientes como en los establecidos (Amorós y Abarca, 2015).

Figura 29. Aspiraciones en la expansión de mercado.

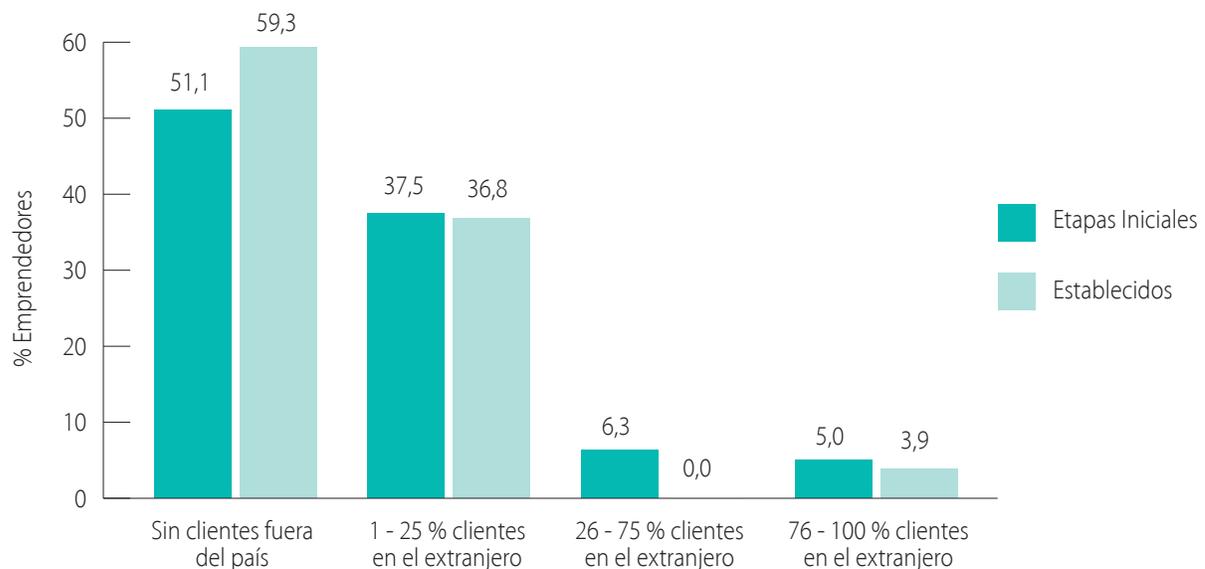


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

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

Otro factor relacionado con la competitividad que aborda el GEM se refiere a la actividad exportadora de los emprendedores, medida como el porcentaje de los clientes que tienen en el extranjero. Los resultados del 2014, a diferencia del año anterior, muestran que más del 50% de los emprendedores, independiente de la etapa en que se encuentren, no tiene clientes fuera del país. Un tercio declara que tiene entre 1 y 25% de sus clientes en el extranjero, en cada uno de los grupos de emprendedores. El porcentaje de emprendedores que tienen más del 25% de sus clientes fuera del país, ligeramente sobrepasa el 5% en el caso de los que se encuentran en etapas tempranas (figura 30). Estos resultados son muy diferentes a los obtenidos el año 2013 y están más acordes con el tipo de producto o servicio que ofrecen los emprendedores en Antofagasta. Resultados similares se observan en el conjunto del país (Amorós y Abarca, 2015).

Finalmente, otro factor relevante en este apartado es la expectativa de crecimiento en cuanto a generación de empleo. El GEM estima este indicador como el porcentaje de la población adulta involucrada en la actividad emprendedora en etapas iniciales que espera crear, por lo menos, diez nuevos empleos en los próximos cinco años. En 2014, este indicador en la Región de Antofagasta es del 30,5%. Porcentaje superior al obtenido en el año 2013 (25%), pero ligeramente inferior al conjunto del país (31,1%). En el grupo de empresarios establecidos, esta expectativa se ha disparado pasando de un 6,7% en 2013 a un 17,3% en 2014, superando al conjunto del país que es de un 10%.

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

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2014.

El cuestionario de la población adulta también incorpora una pregunta relacionada con las expectativas de alto potencial de crecimiento, entendido como la creación de 19 o más empleos en los próximos cinco años. En 2014, al igual que el año anterior, destaca la región Metropolitana con la tasa más alta, un 4,7% mientras que la región de Tarapacá posee la tasa más baja, un 1,7%. Antofagasta obtuvo un 2,3% ligeramente por debajo del obtenido el año anterior (2,9%) y del conjunto del país (4,3%). Este indicador, muy relevante por su repercusión tanto económica como social, es objeto de un estudio más detallado en el proyecto GEM⁷, aun cuando presenta una proporción muy baja en todos los países.

En resumen, los factores descritos anteriormente dan cuenta de que en 2014 ha habido una ligera mejora en algunos factores que miden las aspiraciones de los emprendedores de la Región de Antofagasta, aunque hay que tomar estos resultados con mucha cautela porque son percepciones de los propios emprendedores. Sin embargo, aspectos, como, uso de tecnología reciente y aspiraciones en la expansión de mercado son aspectos que se espera mejoren con el transcurso de los años, ya que son clave para lograr su sostenibilidad en el tiempo y crear más empleo en la región. Por otro lado, en 2014 se percibe un emprendedor más consciente y realista en sus percepciones con respecto a la novedad y competitividad de sus productos. Pareciera ser que hay más consciencia sobre la importancia de diferenciarse, innovar, aunque todavía esta diferenciación e innovación no lo llevan a la práctica. Es importante, por tanto, fomentar las aspiraciones de nuestros emprendedores, para que éstas se vean reflejadas en la calidad de los productos o servicios que ofrecen y que no solamente haya un incremento de la cantidad de emprendimientos.

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

3.4. El financiamiento del emprendimiento en la Región.

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

Tabla 5. Necesidades de financiamiento de los emprendedores.

	Chile (Mediana)	Antofagasta (Mediana)
Necesidad de capital p/ iniciar un emprendimiento	\$3.000.000	\$5.000.000
Aporte de capital propio	\$1.750.000	\$2.000.000
Necesidad de Financiamiento de Terceros (3Fs – Financiamiento Informal)	\$1.250.000	\$3.000.000

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a la población adulta Antofagasta 2014 y proyecciones de la población del INE para el 2014.

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

La tasa de inversionistas informales en Chile varía entre 12% y 17,2% de la población adulta, siendo la Región Metropolitana la que tiene la más alta tasa de inversionistas informales (17,2%), mientras que Arica y Parinacota, tiene la tasa menor tasa (12%). Antofagasta tiene una tasa de 13,9%, esto significa que de cada 1.000 adultos en la región hay 139 personas que aportan más de un peso al emprendimiento de otros.

Los inversionistas informales en la región de Antofagasta son cada vez más jóvenes y con mejor nivel educativo. Los datos para el año 2014 muestran que tienen en promedio 39 años, son mayoritariamente hombres (61%), un 7% posee una renta familiar promedio mayor o igual a \$2.500.000 pesos, más de la mitad (54%) son casados, un 34% tiene educación universitaria o postgrado. Los aportes de estos inversionistas informales varían entre \$20.000 y treinta millones de pesos, siendo la mediana de sus inversiones de aproximadamente un millón de pesos, igual que en el conjunto del país, a pesar de que la máxima inversión realizada en el país llega a los 400 millones de pesos (tabla 6).

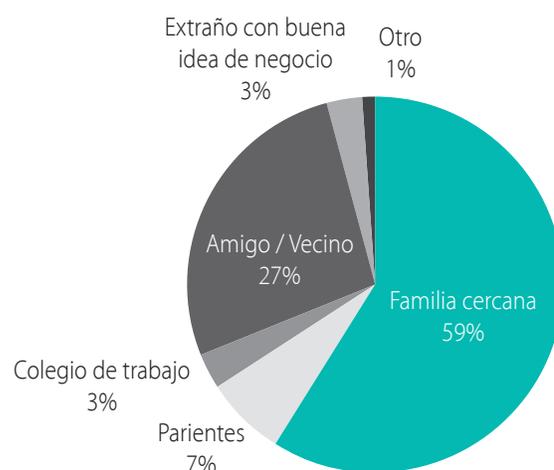
Tabla 6. Monto de inversión de los inversionistas informales.

	Chile	Antofagasta
Promedio	\$3.979.730	\$2.904.142
Mediana	\$1.000.000	\$1.000.000
Moda	\$1.000.000	\$1.000.000
Desviación Estándar	\$18.124.501	\$5.088.569
Mínimo	\$20.000	\$20.000
Máximo	\$400.000.000	\$30.000.000

Fuente: GEM Chile Encuesta a la población adulta 2014.

Los inversionistas informales en la región, mayoritariamente invierten en personas con las cuales tienen algún vínculo, por lo que sus inversiones caen en la categoría de "love money". El 59% de los inversionistas informales invierte en la familia cercana, un 27% en amigos o vecinos, un 7% en parientes y un 3% en colegas de trabajo. A diferencia del año pasado donde no se identificaron inversiones en extraños, en 2014 un 3% de estos inversionistas declaró haber invertido en personas con las cuales no tiene ningún vínculo pero que tienen una buena idea de negocio (Figura 31). Estos resultados son parecidos al conjunto del país, donde más del 90% de los inversionistas informales invierten en "love money".

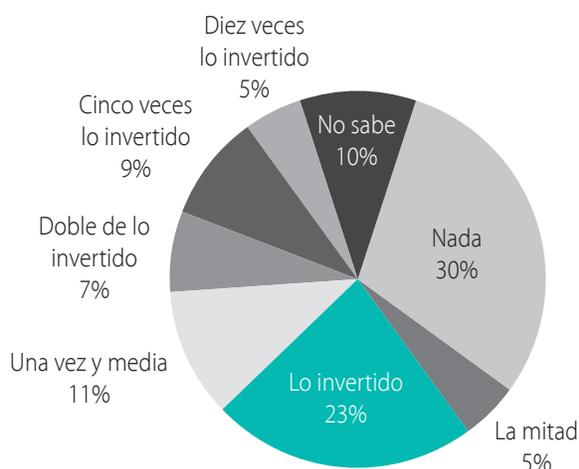
Figura 31. Vínculo de los inversionistas informales con los emprendedores.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Antofagasta, 2014.

Dado que los inversionistas informales en la Región y en el país son mayoritariamente “love Money” es de esperar que su expectativa de retorno por la inversión realizada, sea baja. La figura 32 muestra que el 30% de estos no esperan ningún retorno, es decir aportan a fondo perdido. Un 23% tiene la esperanza de recuperar lo invertido, un 5% espera recuperar la mitad de ésta y solo un 7% espera duplicar la inversión. Un 14%, sin embargo, espera más que duplicar su inversión.

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



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Antofagasta, 2014.

En la región, si los emprendedores logran ser financiados por las 3Fs, todavía existe una brecha de financiamiento de aproximadamente \$2.000.000 de pesos, esta brecha es menor cuando se trata del conjunto del país, \$250.000 pesos. En consecuencia, muchos de los emprendimientos tanto en la región como en el país simplemente no se materializan por falta de financiamiento (tabla 7).

Tabla 7. Brecha en el financiamiento de los emprendedores.

	Chile (Mediana)	Antofagasta (Mediana)
Necesidad de capital para abrir una empresa	\$3.000.000	\$5.000.000
Aporte capital propio	\$1.750.000	\$2.000.000
Necesidad de financiamiento de terceros	\$1.250.000	\$3.000.000
Inversionistas Informales	\$1.000.000	\$1.000.000
Brecha de Capital /Equity gap	\$250.000	\$2.000.000

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a la población adulta Chile 2014.

Aparte del financiamiento de las 3F's, los emprendedores pueden recurrir a los cofinanciamientos de Sercotec y la CORFO. Sercotec tiene la línea de Capital Semilla cuyo foco son todo tipo de emprendimientos con impacto en la creación de empleos. Esta línea de Sercotec también dispone de un Capital Semilla Abeja orientado solo a mujeres (mayor información ver www.sercotec.cl), que pueden acceder a montos de hasta seis millones de pesos dependiendo si se trata de empresa recién constituida o idea emprendedora.

Las líneas de CORFO como el PRAE y otras están orientadas exclusivamente a emprendimientos innovadores, que tengan una diferenciación marcada, sean escalables y agreguen valor. Se postula directamente o a través de un patrocinador (www.corfo.cl), pueden acceder a montos de hasta \$25 millones de pesos. En la región uno de esos patrocinadores es la Corporación Incuba2 (www.incuba2.cl). Entre otras alternativas diferentes a los cofinanciamientos concursables, se encuentra el financiamiento tradicional, a través de los Bancos. Algunas instituciones bancarias como el BCI tienen programas para emprendedores, como la línea Nace y Renace (www.bci.cl). No se tiene información sobre el alcance de estas líneas.

Dentro del financiamiento no tradicional y orientado a emprendimientos de alto impacto, estarían las redes de inversionistas ángeles y los fondos de capital de riesgo. Lamentablemente, en la región estas alternativas no tradicionales están ausentes (Romaní, Atienza y Amorós, 2013). Sin embargo, existen iniciativas como la del Centro de Emprendimiento y de la Pyme de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte, que en conjunto con Endeavor Atacama, están liderando el proyecto "Creación de Cultura de Capital de Riesgo orientado a la formación de una red regional de inversionistas ángeles que financie proyectos de alto impacto". Este proyecto financiado por Corfo y apoyado por Aguas Antofagasta, busca generar conciencia en la población sobre la importancia de la inversión ángel para el desarrollo local. Para ello, se ha considerado la realización de Seminarios abiertos al público y talleres especializados orientados a la capacitación tanto de potenciales inversionistas como emprendedores y personas que están involucradas en la cadena de valor del capital de riesgo, como gerentes de incubadoras, parques científicos y tecnológicos, abogados, académicos entre otros. Se espera que este proyecto logre los objetivos planteados y se forme la tan esperada red de inversionistas ángeles en la Región, necesaria para el financiamiento de emprendimientos dinámicos y para la consolidación del ecosistema del emprendimiento y la innovación regional. De lo contrario, los emprendimientos con alto potencial de crecimiento, que se inician con financiamiento de las 3F's, o los cofinanciamientos públicos y/o privados, verán limitado su crecimiento por no tener acceso a más financiamiento para enfrentar sus nuevas necesidades de capital.

4. Factores del ecosistema para emprender.

El GEM desde sus inicios plantea que la actividad emprendedora depende de una serie de factores denominados Condiciones Marco del Emprendimiento (EFC por sus siglas en inglés). Estos factores son los que proporcionan las “reglas de juego” en la que se desenvuelven las nuevas empresas. Por lo tanto, estas condiciones son las que permiten desarrollar el ecosistema para el emprendimiento. Este ecosistema tiene como elementos, los recursos, incentivos, apoyo institucional y características propias del mercado para el desarrollo y crecimiento de la actividad emprendedora. De esta forma, el nuevo modelo conceptual del GEM expone que son justamente las condiciones del contexto en el que se desarrolla el emprendimiento las que pueden influir de manera positiva, negativa o neutra en los valores sociales hacia el emprendimiento.

4.1 Descripción de la Encuesta a Expertos.

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

1. Acceso a financiamiento: se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas, pequeñas y en crecimiento, es decir toda la cadena de financiamiento desde las llamadas, en inglés, 4 Fs. (familia, amigos, el emprendedor y extraños) hasta la posible apertura de la empresa en el mercado accionario.

2. Políticas de Gobierno: se refiere a las políticas de apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento aplicadas por la administración pública.

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

4. Educación y Capacitación: se refiere a la incorporación de conocimiento, destrezas y habilidades para crear o dirigir empresas nuevas y en crecimiento dentro del sistema educativo y de formación en todos los niveles.

5. Transferencia de Investigación y Desarrollo (I+D): contribución de la I+D a la generación de nuevas oportunidades comerciales al alcance de nuevas empresas, pequeñas y en crecimiento.

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

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

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

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

Para la evaluación de cada una de estas dimensiones, se utiliza una encuesta estandarizada, denominada National Expert Survey (NES), aplicada a expertos nacionales y regionales. En Antofagasta, el grupo de expertos regionales estuvo formado por 39 empresarios y profesionales de diversos ámbitos relacionados con la creación de empresas. Se realizó un muestreo selectivo con al menos cuatro especialistas de cada una de las nueve dimensiones del entorno emprendedor. La encuesta consta de 52 preguntas agrupadas en 9 categorías cuyas respuestas son escalas de likert de cinco puntos, más 9 preguntas abiertas agrupadas en 3 categorías. A efectos de facilitar una comprensión más intuitiva de los resultados, se utiliza el mismo criterio empleado por el GEM Chile, convirtiendo la escala original en un índice continuo para cada dimensión que fluctúa entre -2 (muy bajo) y +2 (muy alto) según los siguientes rangos:

Escala Original	Significado	Escala modificada	Significado
1	Completamente falso	-2	Muy bajo (crítico)
2	Más bien falso	-1	Bajo
3	Ni cierto ni falso	0	Medio
4	Más bien cierto	1	Alto
5	Completamente cierto	2	Muy alto (muy bueno)

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

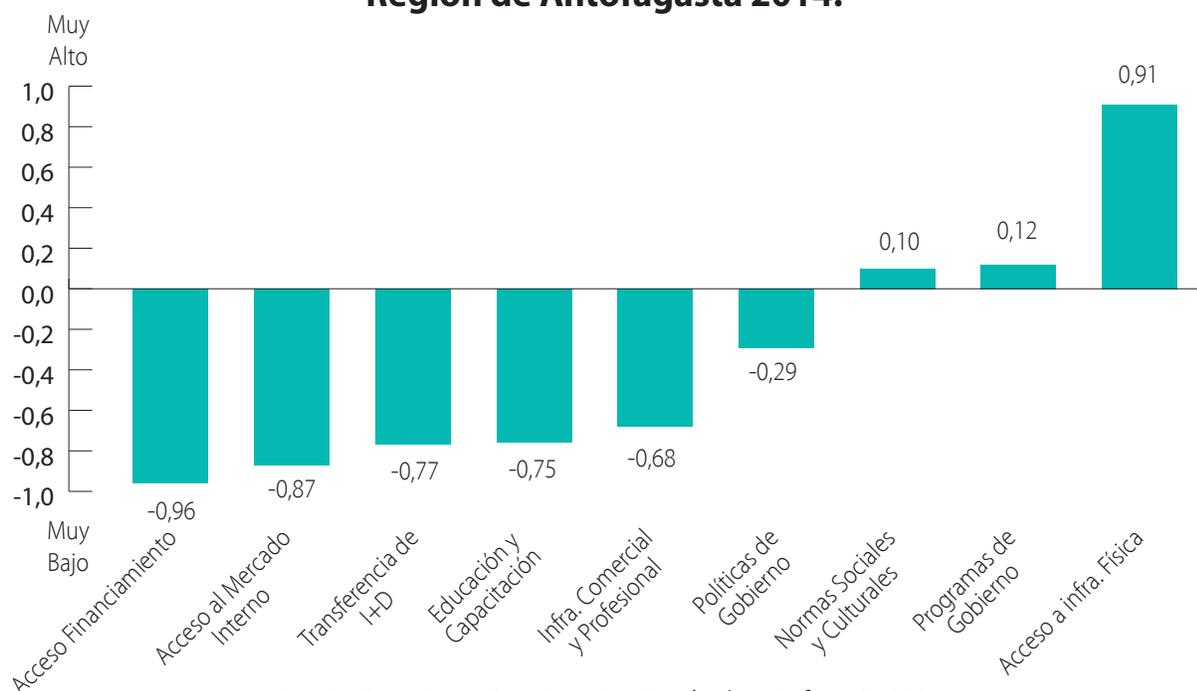
A continuación, se presenta un análisis general de la evaluación que los expertos de la Región de Antofagasta han hecho sobre las condiciones marco del contexto emprendedor.

4.2. Evaluación General de las Condiciones Marco del Contexto Emprendedor.

Las condiciones marco del contexto emprendedor de la Región, a juicio de los expertos, continúan siendo poco favorables para el desarrollo del emprendimiento. Con excepción de las dimensiones Acceso a Infraestructura Física, que durante los ocho años que se está haciendo este estudio siempre ha tenido una valoración positiva de los expertos, un 0,91 (alta) en 2014, y las dimensiones Programas de Gobierno y Normas Sociales y Culturales que tuvieron una valoración media, un 0,12 y un 0,10 respectivamente, las demás dimensiones que conforman el contexto emprendedor continúan con valoraciones bajas (figura 33). Curiosamente, la más crítica en 2014 es el Acceso al Financiamiento que ha tenido una valoración baja (-0,96) mientras que la Transferencia de I + D, que por siete años

consecutivos había sido la peor valorada, en 2014 ha tenido una valoración menos negativa, un -0,77. Entre las otras dimensiones con bajas valoraciones se encuentran el Acceso al Mercado Interno (-0,87), Educación y Capacitación (-0,76), Infraestructura Comercial y Profesional (0,68) y Políticas de Gobierno (-0,29) (figura 33).

Figura 33. Evaluación de las condiciones marco del Contexto Emprendedor en la Región de Antofagasta 2014.

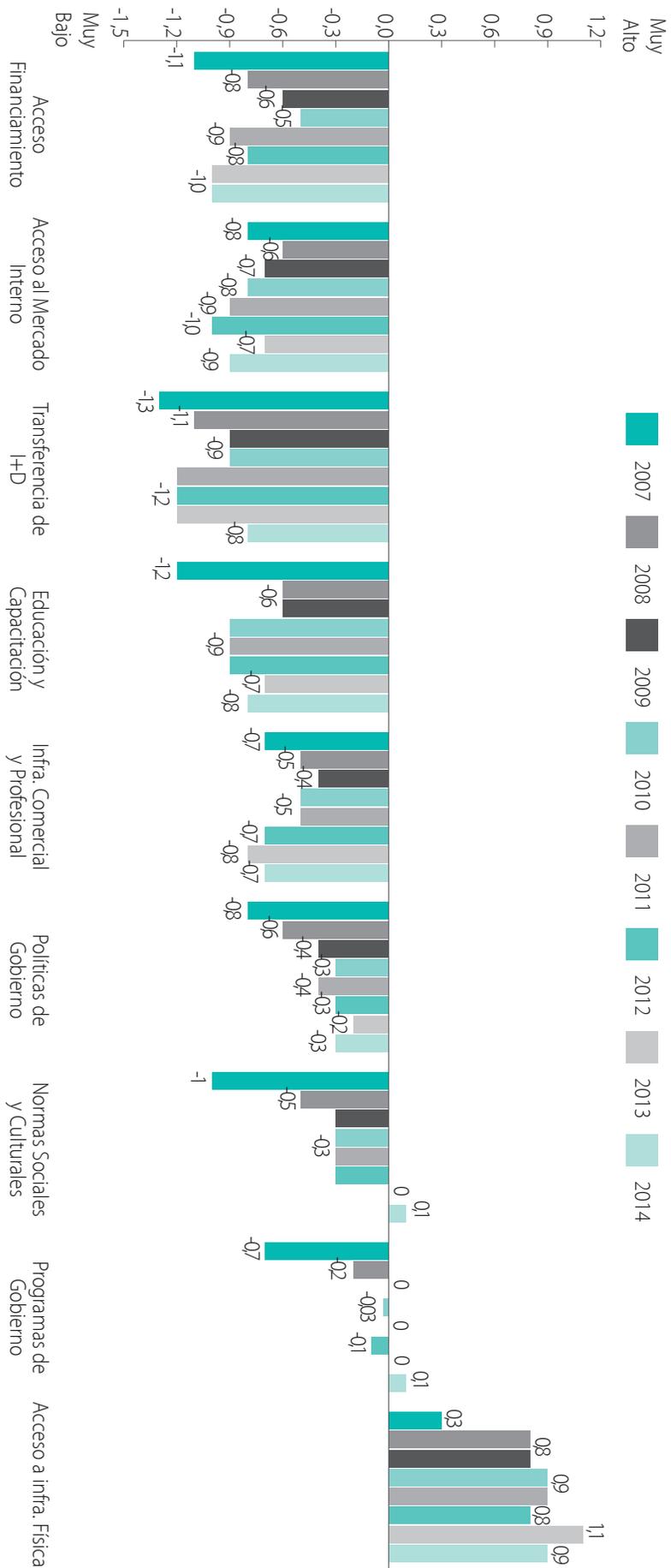


Fuente: GEM Encuesta a Expertos Región de Antofagasta 2014.

Hace ocho años, a juicio de los expertos, el entorno era muy poco favorable para el emprendimiento. Sus valoraciones fueron bastante críticas para la mayoría de las dimensiones, con excepción del Acceso a Infraestructura Física (figura 34). A pesar de que la valoración continúa siendo negativa, es mucho menos crítica en la mayoría de las dimensiones. En este grupo destaca, por ejemplo, la valoración sobre las Normas Sociales y Culturales que de una evaluación baja de -1 en 2007 pasó a una valoración media (0,10) en 2014. Una situación similar se da en la valoración de los Programas de Gobierno y las Políticas de Gobierno, que de una evaluación baja de -0,7 y -0,8 respectivamente, en 2007, pasaron a tener una valoración media de 0,12 y media baja de -0,29 respectivamente en 2014. La Transferencia de I+D, la Educación y Capacitación y el Acceso al financiamiento que fueron las tres dimensiones peor evaluadas en 2007, si bien han sido valoradas de forma menos negativa continúan siendo bastante bajas, en 2014, un -0,77; -0,76 y -0,96 respectivamente. Otras dimensiones como Infraestructura Comercial y Profesional, tiene la misma valoración de hace ocho años, mientras que el Acceso al Mercado Interno ha empeorado ligeramente su evaluación en estos ocho años, manteniéndose con una evaluación baja (-0,87). El Acceso a Infraestructura Física, siempre tuvo una valoración positiva media, mejorando a partir del año 2008 y llegando a una valoración buena en 2014, un 0,91.

Por lo tanto, de acuerdo a la valoración de los expertos, las dimensiones que se han mantenido como las más críticas en estos ocho años son, la Transferencia de I+D, Educación y Capacitación, el Acceso al Financiamiento y el Acceso al Mercado Interno.

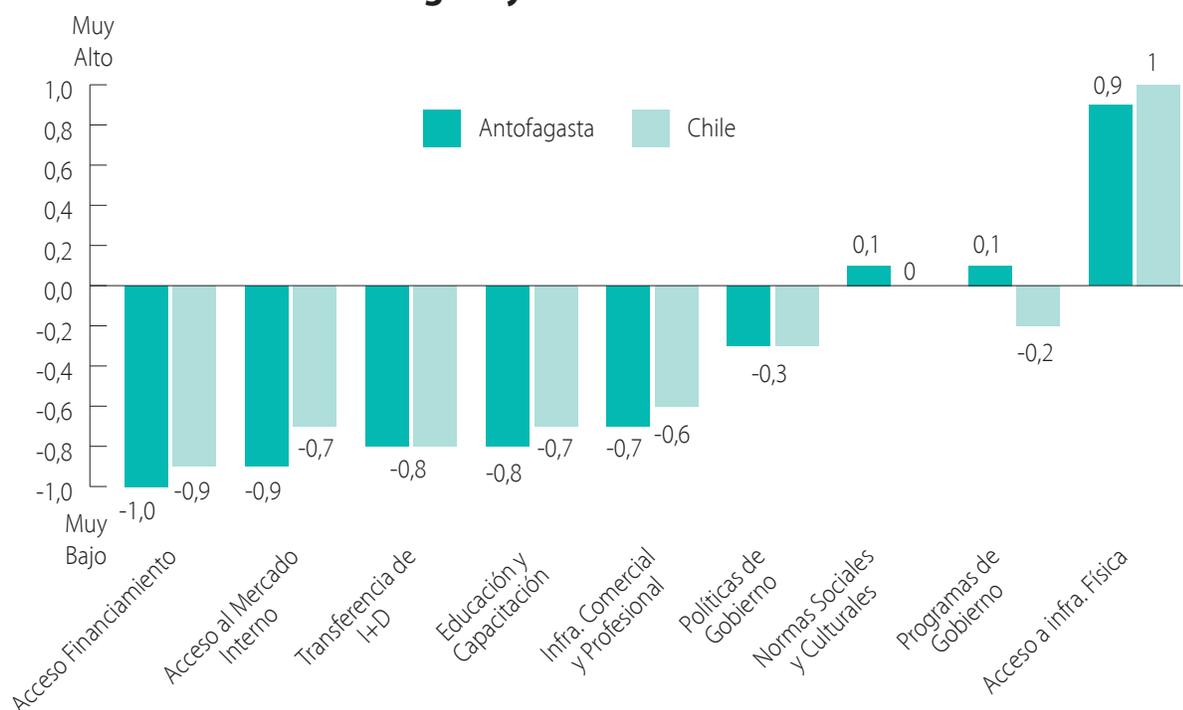
Figura 34. Evaluación de las Condiciones Marco del Contexto Emprendedor de la Región 2007-2014.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2007-2014

Si se compara la evaluación realizada por los expertos regionales y los nacionales, se observa que son bastante próximas, siendo ligeramente más crítica la evaluación realizada sobre el contexto regional en alguna de las dimensiones, como por ejemplo: Acceso a Financiamiento, Acceso al Mercado Interno, Educación y Capacitación e Infraestructura Comercial y Profesional (figura 35). En contraste, la dimensión Programas de Gobierno tuvo una valoración negativa media por los expertos nacionales y positiva media por los expertos regionales. La infraestructura física es la dimensión que ha sido mejor evaluada por ambos grupos (0,9 y 1 respectivamente).

Figura 35. Evaluación de las condiciones marco del contexto emprendedor en la Región y en Chile en 2014.



4.3. Evaluación de las condiciones marco del contexto emprendedor de la Región

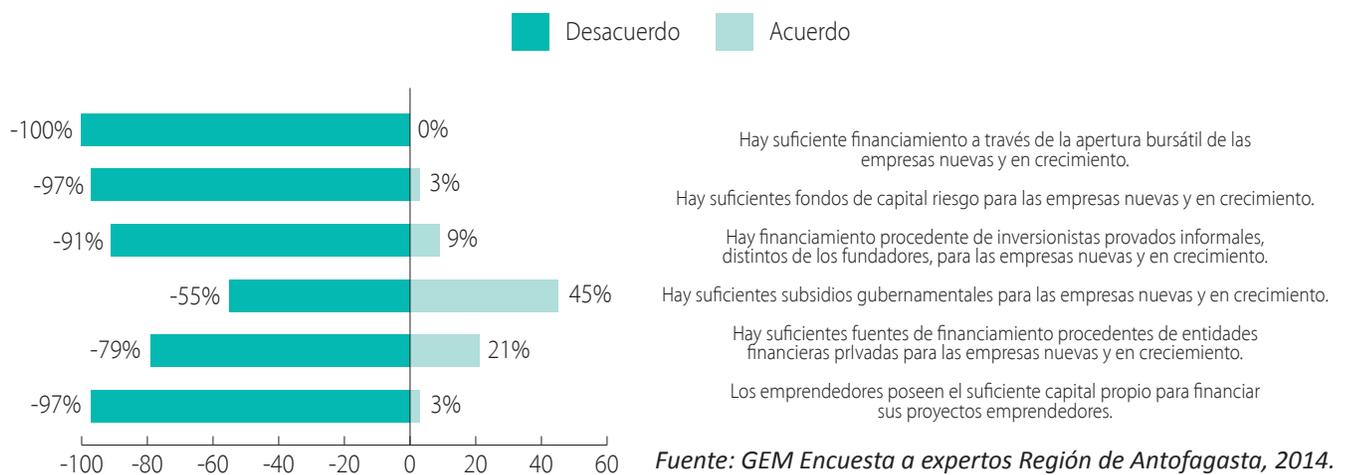
En este apartado, se analiza con más detalle la evaluación que los expertos de la Región de Antofagasta hacen de las variables que componen cada una de las condiciones marco del contexto emprendedor, las cuales se presentan de la más negativa a la más positiva.

4.3.1. Acceso al Financiamiento (Evaluación: -0,96)

Esta dimensión es una de las que ha tenido una baja valoración desde el año 2007 cuando obtuvo la más crítica, un -1,1. A pesar de haber mejorado hasta situarse en -0,5 en 2010 (figura 34), al año siguiente cae a -0,9 y desde ese año la valoración de esta dimensión no ha mejorado significativamente, alcanzando un -0,96 en 2014. En comparación con la evaluación de los expertos nacionales, éstos últimos fueron ligeramente menos críticos que los regionales, valorando esta dimensión con un -0,90 (figura 35).

En 2014, al igual que el año anterior, todos los niveles que conforman esta dimensión han sido valorados negativamente por la mayoría de los expertos regionales. La única categoría que ha alcanzado un 45% de acuerdo por parte de los expertos es la relacionada con la existencia de subsidios del gobierno para las nuevas empresas y en crecimiento. En todas las demás dimensiones, los porcentajes de desacuerdo superan o son iguales al 79% siendo las más críticas las vinculadas con fuentes de financiamiento no tradicionales y con la falta de recursos propios de los emprendedores para financiar su emprendimientos (figura 36).

Figura 36. Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento.
En mi región,



Conforme a lo mencionado anteriormente, la valoración negativa por parte de los expertos sigue relacionada con el financiamiento no tradicional, llámese Capital de Riesgo formal e informal⁸ y el mercado accionario, que no existe en la Región. Es importante señalar que en el país, existen, en estos momentos, 37 Fondos de Capital de Riesgo (de los cuales seis fondos orientan sus recursos a la inversión en etapas tempranas, otros seis son fondos privados para exploración minera) y seis redes de inversionistas ángeles activas, creados con las líneas de financiamiento de CORFO (Romaní, 2015). Sin embargo, todas estas redes y fondos tienen sede en Santiago. A pesar de que las tecnologías de la información ayudan a acortar las distancias, generalmente las redes se mueven en un radio de acción de unos 200 km. (Mason y Kwok, 2010), lo que dificulta su inversión en regiones muy alejadas de la Metropolitana, por lo que los emprendedores en la región tienen menos posibilidades de acceso a este tipo de fondos.

Esta situación evidencia, como ya se mencionó en informes pasados, la urgencia de trabajar en la formación, vinculación y fortalecimiento de cada uno de los eslabones que constituye la cadena del financiamiento para el emprendimiento innovador, desde la creación de una red de inversionistas privados que estén dispuestos a colocar sus recursos, experiencia y redes de contacto en

⁸ Se llama capital de riesgo formal cuando hay intermediación financiera, en el caso de los Fondos de Capital de Riesgo el intermediario es la administradora del Fondo, mientras que en el Capital de Riesgo Informal, no hay intermediación, la inversión la hace directamente el inversionista ángel.

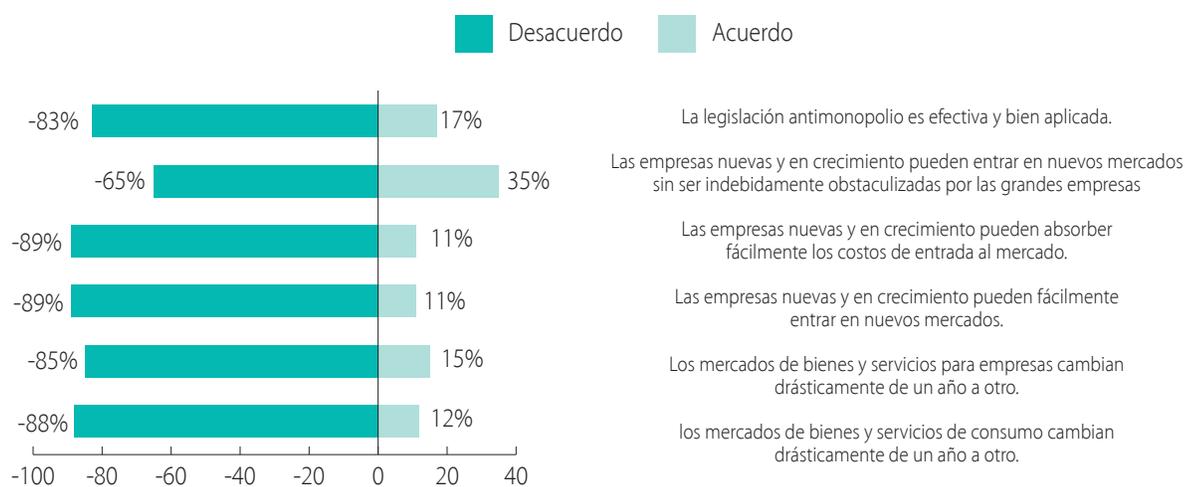
emprendimientos de alto impacto que se generen en la macro zona norte del país, hasta la creación de un fondo de capital de riesgo capaz de apalancar las necesidades de aquellos emprendimientos con fuerte potencial de crecimiento, para que puedan llegar a abrir su capital en la Bolsa Emergente. En este sentido, la única iniciativa concreta para la creación de una alternativa más para el financiamiento de emprendimientos de alto impacto en la región, es el proyecto del Centro de Emprendimiento y de la Pyme de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte, en conjunto con Endeavor Atacama, sobre “Creación de una cultura de Capital de Riesgo orientado a la formación de una red regional de inversionistas ángeles que financie proyectos de alto impacto en la región”, mencionado anteriormente.

4.3.2. Apertura del Mercado Interno (Evaluación: -0,87)

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

La valoración de los expertos regionales fue más negativa (-0,87) que en 2013 (-0,72) y que la evaluación nacional (-0,72). En todos los componentes de esta dimensión, un 65% o más de los expertos manifestó su desacuerdo (figura 37), pero donde se acentúa el desacuerdo es en lo que respecta a los costos asociados a la apertura de nuevas empresas, y la facilidad de entrar a nuevos mercados, donde el porcentaje de desacuerdo llegó a un 89%, seguido de un 88% y un 85% que declara que los mercados de bienes y servicios de consumo y para empresas no cambian de un año a otro. Solo un 35% de los expertos manifiesta que las nuevas empresas pueden entrar en nuevos mercados sin ser obstaculizadas por empresas establecidas.

Figura 37. Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes.
En mi región,

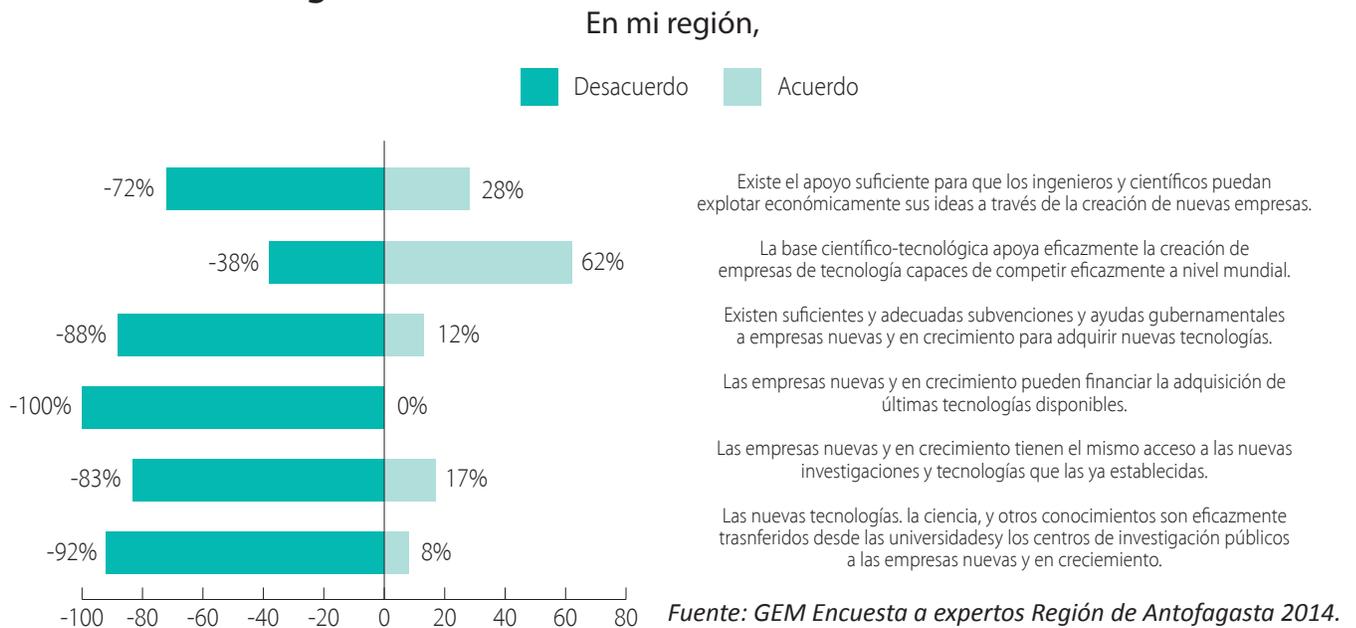


Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2014.

4.3.3. Transferencia de I+D (Evaluación: -0,77)

Esta dimensión ha sido la peor evaluada desde que se inició el estudio en 2007, con valoraciones menores a -1,0. Sin embargo, en 2014, la valoración de esta dimensión si bien sigue siendo negativa, es menos negativa que el año anterior, cuando obtuvo un -1,18. Son dos las categorías que han contribuido a ese resultado, la primera es la percepción de los expertos sobre el apoyo eficaz de la base científico-tecnológica a la creación de empresas de tecnología competitivas a nivel mundial, que ha pasado de un 12% de acuerdo en 2013 a un 62% en 2014 y la segunda, es sobre la existencia de apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar suficientemente sus ideas a través de la creación de empresas. La proporción de expertos que está de acuerdo con esta afirmación ha pasado de un 10% a un 28% en ese mismo periodo (figura 38). Una categoría en esta dimensión que no ha variado respecto al año anterior, es la percepción sobre la posibilidad de financiar la adquisición de las últimas tecnologías disponibles. En este caso, todos los expertos manifestaron la imposibilidad de adquirir la última tecnología debido al costo que esto supone. En las categorías restantes, un porcentaje mayor o igual al 83% considera que las empresas nuevas y en crecimiento no tienen el mismo acceso a las tecnologías que las empresas establecidas, y que la ayuda del gobierno no es suficiente ni adecuada, así como no hay suficiente transferencia de conocimiento de las universidades a las empresas nuevas y en crecimiento.

Figura 38. Evaluación de la Transferencia de I+D.



La casi inexistente transferencia tecnológica desde las Universidades hacia las empresas nuevas y en crecimiento, se ha venido confirmando en los estudios sobre la Pyme de la Región de Antofagasta realizados por Atienza (2009) y Atienza, Romaní y Aroca (2006). Sin embargo, en el último estudio realizado por Atienza (2012), se observa una sutil mejora en este aspecto, donde se muestra que apenas un 5,5% de estas empresas ha realizado algún tipo de acuerdo con las Universidades y Centros de Investigación de la Región, lo cual supone que las Pymes casi no consideren a las universidades regionales como fuente de ideas para innovar. Pese a ello, es importante destacar la labor realizada por la Corporación para el Desarrollo Productivo (CDP) en conjunto con las universidades regionales,

Católica del Norte (UCN) y Antofagasta (UA), la Asociación de Industriales (AIA) y Endeavor, a través del Programa de Vinculación Universidad Empresa (PVUE), creado en 2006 con el objetivo de establecer una vinculación directa y efectiva entre los estudiantes y académicos universitarios y las necesidades y realidades de las empresas locales. Este programa, que está en su novena versión, ha ido ganando espacio entre los estudiantes y empresarios locales quienes, cada vez más, colaboran poniendo sus empresas al servicio de los estudiantes, ya sea para la realización de los seminarios de título o para prácticas, siendo más demandadas las prácticas universitarias en dichas empresas.

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

Este programa se ha posicionado en la Región y cada vez hay más estudiantes, académicos y empresarios participando en las diferentes actividades en cada uno de sus ejes de trabajo. Solo a modo de ejemplo, en 2014 participaron en las diferentes actividades del programa un total de 1.009 personas. 745 estudiantes (402 de la UCN y 343 de la UA) y 42 académicos (27 de la UCN, 14 de la UA y uno de Inacap). Tanto los estudiantes como los académicos pertenecieron a un total de 20 carreras diferentes y/o departamentos de ambas Universidades. También, ha contado con la participación de empresarios (7%) en 73 oportunidades, logrando vincular a través de las diversas actividades del mundo universitario a 74 empresas de la región. Finalmente, para lograr una efectiva organización del programa y la ejecución de las actividades, contaron con el apoyo de Colaboradores en 101 ocasiones (10%)⁹. Para mayores detalles sobre el programa, ver el Informe de Resultados PVUE 2014 y visitar la página www.pvue.cl.

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

4.3.4. Educación y Capacitación para el emprendimiento (Evaluación: -0,76)

La dimensión Educación y Capacitación para el emprendimiento, es la cuarta peor evaluada en 2014. El nivel obtenido este año es ligeramente mayor que el 2013, un -0,71, aunque años anteriores había obtenido una valoración bastante baja de un -0,90 (figura 34). Esta dimensión comparada con el año 2007, donde obtuvo una evaluación crítica (-1,2) es una de las que ha mejorado en estos ocho años. Comparado con la evaluación de los expertos nacionales, es ligeramente más crítica (figura 35).

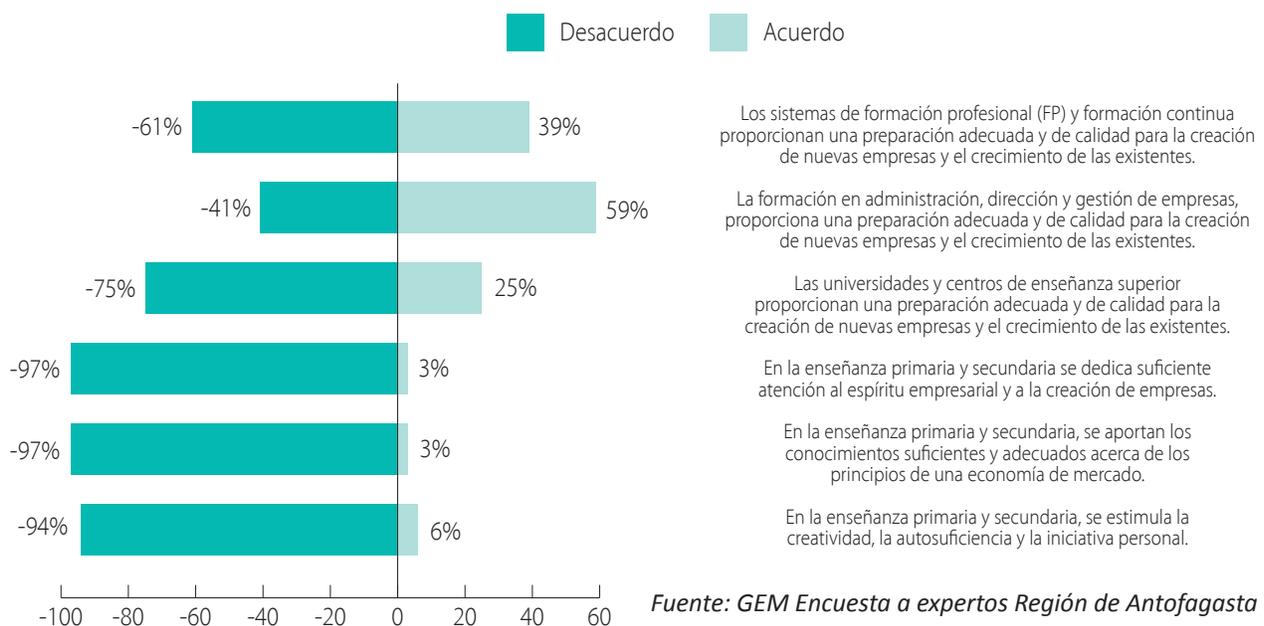
⁹ Información recogida de la Corporación para el Desarrollo Productivo CDP, Región de Antofagasta.

Esta dimensión es evaluada en cinco niveles:

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

En 2014, la valoración de los expertos de la Región de Antofagasta ha sido más dura que el año anterior en todas las categorías de esta dimensión. Por octavo año consecutivo, la percepción de los expertos regionales sobre temas vinculados al emprendimiento, creatividad e iniciativa personal en la enseñanza primaria y secundaria sigue siendo muy crítica. En su opinión, en estos centros educativos no se valora el emprendimiento ni la creación de empresas, tampoco se aportan los conocimientos suficientes y adecuados sobre los principios de una economía de mercado y no se estimula la creatividad, autosuficiencia e iniciativa personal. Los expertos entrevistados consideran que la educación que están entregando los colegios no es apropiada para fomentar el emprendimiento (figura 39).

Figura 39. Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento.
En mi región,



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2014.

Pese a la evaluación negativa de las instituciones de enseñanza básica y media, existen algunos colegios que sí han incorporado talleres y cursos vinculados al emprendimiento como el Giant School, Netland School, San Esteban, Colegio don Bosco con importantes resultados en términos de desarrollo de la actitud emprendedora. También ha habido intervenciones de programas de algunas unidades universitarias que han trabajado durante todo el año con escolares de diferentes liceos de varias comunas de la región como es el caso del proyecto Innova2 de la Universidad Católica del Norte, que se describe en el cuadro 4 y el proyecto del juego del Plan que desarrolla la Universidad de Antofagasta. Estas iniciativas, si bien no están incorporadas en las mallas de estas instituciones educativas, contribuyen a desarrollar la iniciativa emprendedora y la creatividad de los estudiantes de la enseñanza básica y media.

Cuadro 4. Laboratorio Creativo Innova2.

Innova2 es un proyecto de innovación metodológica orientado a la creación, diseño, pilotaje, implementación y desarrollo de modelos de educación emprendedora, los cuales pueden ser implementados en las distintas etapas dentro del sistema educativo, desde la edad escolar hasta el nivel profesional. Nace en 2013 gracias al financiamiento del Gobierno Regional, por medio del Fondo de Innovación para la Competitividad, en la búsqueda de impulsar espacios que permitiesen potenciar la educación emprendedora dentro del sistema educativo regional. Se aloja en el Centro de Investigación y Desarrollo de Talentos Académicos de la Universidad Católica del Norte, constituyéndose como uno de los proyectos más relevantes de este centro, junto a la iniciativa DeLTA UCN y el Programa ViLTI DeLTA, ambos también ligados a promover la formación de capital humano de alto nivel para la región.

El Laboratorio Creativo posee su propio modelo de intervención de educación orientada al emprendimiento e innovación, basado tanto en directrices diseñadas localmente, como a su vez mediante la inclusión de estrategias formativas de alto éxito internacional, donde los estudiantes deben pasar por diversas etapas que les permiten, desde la creación inicial de ideas incipientes de emprendimiento, hasta el logro y prueba de prototipos y productos mínimos viables bajo condiciones reales, que faciliten el posterior despegue de los proyectos en el entorno externo.

El modelo formativo se inicia con la entrega al participante de diversas herramientas y estrategias para fortalecer habilidades personales e interpersonales, las cuales son entrenadas mediante metodologías prácticas-experienciales. Posteriormente, estos deben comenzar a detectar problemas dentro de su entorno (social, productivo, etc.) y buscar ideas innovadoras para solucionar necesidades reales, acciones que son potenciadas mediante la entrega de técnicas y herramientas prácticas para estos fines. Una vez que los futuros emprendedores poseen sus ideas tempranas de emprendimiento, se inicia una etapa de mentoría y aceleración, donde los jóvenes son apoyados por expertos, además de entregarles todos los lineamientos necesarios para la generación de prototipos.

Una vez obtenidos estos últimos, el proceso finaliza con el apoyo en la penetración del producto o servicio en el mercado, asesoría en la formación de la empresa, apertura de redes de contactos claves, acciones de seguimiento, entre otros elementos relevantes que permitan sustentar el nuevo emprendimiento.

Innova2 se ha constituido gradualmente como un actor clave dentro de la región para la promoción de la diversificación económica, incentivando la formación de emprendedores dentro del sistema educativo, instalando el interés por el emprendimiento en edades tempranas y favoreciendo modelos formativos que permitan entregar todas las herramientas y conocimientos necesarios para promover emprendedores de alto impacto, con proyectos escalables, sustentables, económicamente viables e innovadores. Hasta hoy, la iniciativa ha trabajado con centenares de estudiantes regionales, logrando levantar decenas de proyectos de emprendimiento liderados por jóvenes en las comunas de Antofagasta, San Pedro de Atacama, Calama, Taltal y Tocopilla, siendo uno de los principales programas de este tipo en Chile y Latinoamérica.

No solo la educación básica y media han tenido valoración negativa, también la educación superior y los institutos de formación profesional y continua, han sido mal evaluados. Un 75% de los expertos considera que las universidades y centros de enseñanza superior no proporcionan una educación adecuada para la creación de nuevas empresas y un 61% considera que los institutos profesionales y la formación continua no proporcionan las herramientas adecuadas para los que quieren crear nuevas empresas. Al respecto, se debe mencionar que muchas de estas instituciones en la Región, tienen incorporadas en sus mallas curriculares varios módulos vinculados a la creación y crecimiento de empresas, como es el caso de la Universidad de Antofagasta, que tiene estos módulos como obligatorios y transversales a todas las carreras. Otras universidades, como la Santo Tomás, también han incorporado recientemente este tema en su malla curricular. Lo mismo ocurre con la Universidad Católica del Norte, donde, algunas de sus facultades han incorporado en sus mallas curriculares el tema del emprendimiento. Todas estas iniciativas son relativamente recientes, por lo tanto, los resultados se observarán a medio plazo. El desafío radica en cómo cada una de estas instituciones lo implementa para obtener mejores resultados.

A pesar de la evaluación negativa en las categorías antes mencionadas, también hay aspectos positivos. Un 59% de los expertos considera que las carreras de administración de empresas o ingeniería comercial sí están preparando adecuadamente para la creación de empresas (figura 39).

4.3.5. Infraestructura Comercial y legal (Evaluación: -0,68)

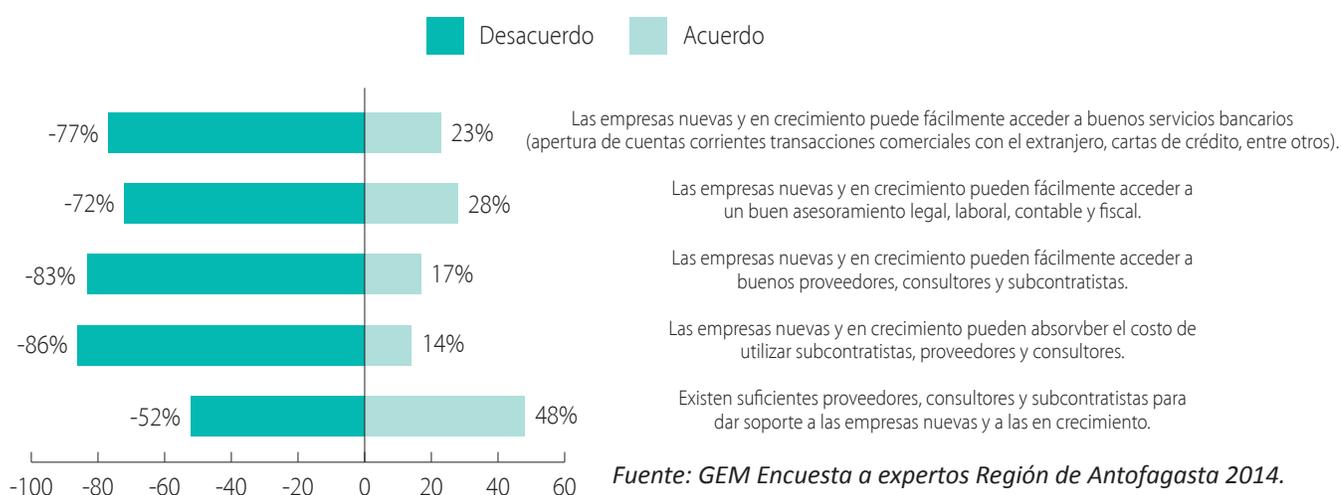
La evaluación de esta dimensión del contexto emprendedor ha sido ligeramente menos crítica que el año 2013 (-0,76) y el año 2007 (-0,7). Comparada con la evaluación de los pares nacionales, éstos últimos han sido menos críticos que los regionales en esta dimensión, -0,58 (figura 35).

Los resultados más críticos se relacionan con el costo que implica el contratar a proveedores, consultores y subcontratistas y el acceso a ellos. Para más del 80% de los expertos regionales, las empresas nuevas y en crecimiento no son capaces de afrontar estos costos y no tienen acceso a ellos por la escasa oferta de estos profesionales en la región. Solo un 48% de los expertos considera que existen suficientes proveedores, consultores y contratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento. Al respecto, hay evidencia empírica de que la mano de obra calificada es escasa en la Región. El estudio realizado por Rodrigo (2011), sobre la representación que se produce de la Región de Antofagasta como destino laboral, residencial y turístico, desde otras regiones del país, muestra que los discursos sobre la región están determinados por la distancia geográfica con Antofagasta y ayuda a entender lo difícil que es atraer capital humano calificado a la Región.

En esta misma línea, más de un 70% de los expertos regionales declara que es difícil para las empresas nuevas acceder a buenos servicios bancarios y a buenos servicios de asesoría especializada, no solamente por el costo, sino también la escasez de profesionales especializados en la región. La evaluación de los expertos nacionales sobre este mismo aspecto, refleja que la dificultad de acceder a servicios profesionales especializados no se da solo en la Región, sino también a lo largo del país. Todos estos aspectos contribuyen a que la valoración de los expertos sea negativa (figura 40) y pone en primer plano la necesidad de promover proyectos que fortalezcan y diversifiquen la oferta de estos servicios avanzados.

Figura 40. Evaluación de la infraestructura comercial y legal.

En mi región,



4.3.6. Políticas de Gobierno (Evaluación: -0,29)

Esta dimensión también ha tenido una evaluación baja y más negativa a la obtenida el año 2013 (-0,15). Esta dimensión partió en 2007 con una evaluación bastante baja, de -0,8 pero ha ido mejorando a través de los años hasta alcanzar una valoración de -0,29 en 2014. La valoración de los expertos nacionales es la misma que la de los regionales en esta dimensión (figura 35).

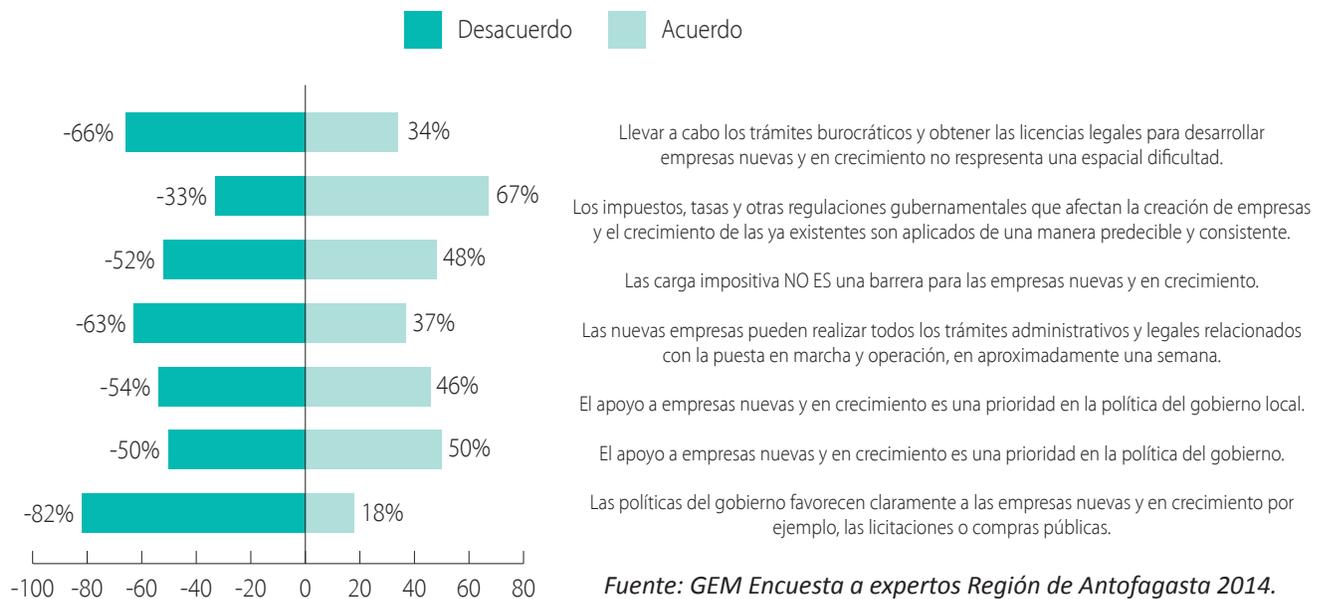
En comparación con el año 2013, las categorías donde ha disminuido la proporción de respuestas favorables de los expertos son aquellas vinculadas a los aspectos impositivos y a la prioridad que el gobierno da al apoyo a empresas nuevas y en crecimiento. El porcentaje de expertos manifestando su acuerdo con estas categorías, ha disminuido de un 75% a un 67% y de un 74% a un 50% respectivamente. No ha habido diferencias en las valoraciones de las demás categorías (figura 41).

La categoría peor evaluada en esta dimensión está relacionada con las licitaciones o compras públicas, ya que para un 82% de los expertos las políticas de gobierno en este ámbito no favorecen a las empresas nuevas o en crecimiento, pero sí a las establecidas (figura 41). Por otro lado, un 63% considera que las nuevas empresas no pueden realizar todos los trámites administrativos y legales relacionados con la puesta en marcha y operación en una semana aproximadamente. Al respecto, es importante mencionar que en los últimos años Chile ha mejorado su posición en el ranking de clasificación global en lo que respecta a la facilidad para hacer negocios. De acuerdo al "Doing Business 2014" del Banco

Mundial Chile ha pasado de la posición 32 en 2013 a la 22 en 2014 en el ítem apertura de un nuevo negocio para lo cual solo se necesita realizar siete procedimientos, 5,5 días y pagar el 0,7% de ingreso per cápita. Igualmente, es importante señalar que también existe la posibilidad de abrir la empresa en un día, gracias a la Ley 20.659 del 8 de febrero de 2013 que simplifica la constitución de sociedades a costo cero. Con esta medida, sin duda, se crearán más empresas y la percepción de esta categoría para el próximo año debería mejorar su valoración, así como la visión de la categoría relacionada con los trámites burocráticos y obtención de licencias, donde el 66% considera que todavía es una barrera para la creación de empresas (figura 41).

Figura 41. Evaluación de las políticas de gobierno existentes.

En mi región,



Se debe destacar también que en 2014 entró en vigencia de la nueva Ley de Quiebras, que permite el cierre o liquidación en un máximo de 12 meses para las empresas y de 8 meses para las personas con una tasa de recuperación de hasta el 70%. Esta nueva Ley constituye, sin duda, un hito en la actual legislación y se espera que sea un incentivo para el reemprendimiento. Pese a todos estos avances, todavía un 52% considera que la carga impositiva es una barrera para las empresas en crecimiento y las nuevas. Igualmente se hace pública la nueva política de emprendimiento 2014-2018 que tiene como objetivo convertir a Chile en uno de los países con mejores ecosistemas para desarrollar emprendimientos dinámicos. El cuadro 5, resume los programas y líneas de apoyo que incluye esta nueva política.

Cuadro 5. Nueva Política de Emprendimiento 2014-2018.

Los programas que incluye esta nueva política de emprendimiento están dividido en cuatro grupos: intermediarios, directo a emprendedores, ecosistemas y programas especiales.

Intermediarios: En este grupo tenemos el *Subsidio semilla*, fondo operado por las incubadoras apoyadas por Corfo para ser asignados a emprendedores que desean llevar a cabo sus ideas de negocio. Apoyan a emprendimientos tanto de innovación (dinámicos) como de desarrollo (tradicionales). *Fondos "Early Stage"*, es un apoyo para la operación basal de fondos de inversión temprana que provean capital privado a emprendedores para etapas de desarrollo y crecimiento del negocio. *Redes de Mentores*, apoyan la operación de *redes de mentores* que aporten a emprendedores conocimientos valiosos para sus negocios, además de contactos, entre otros beneficios. *Redes de Ángeles*, apoyan la operación basal de redes de inversionistas ángeles que provean a emprendedores de financiamiento privado para etapas tempranas de sus negocios.

Directo a Emprendedores: En este grupo se encuentra el *Capital Semilla*, es un apoyo para emprendedores en el desarrollo y puesta en marcha de sus emprendimientos de alto potencial de crecimiento; los *Programas Regionales de Apoyo al Emprendimiento*, es un apoyo para emprendedores en el desarrollo y puesta en marcha de sus emprendimientos de alto potencial de crecimiento en sectores priorizados en regiones; y *Start-Up Chile*, es un apoyo a emprendedores nacionales y/o extranjeros para el desarrollo de sus negocios de alto potencial de crecimiento, además de fortalecer el ecosistema y cultura emprendedora del país.

Ecosistemas: En este grupo se encuentran los *Programas de Apoyo al Entorno de Emprendimiento (PAE)*, es un apoyo a propuestas que promueven el desarrollo de un entorno y/o cultura que fomente la opción de emprender y el uso de la innovación como herramienta de desarrollo económico y social; el *Co-work y HubGlobal/incubadoras*, es un apoyo a la operación de plataformas que provean a emprendedores de infraestructura física y servicios especializados para desarrollar sus ideas de negocios tales como gestión empresarial, desarrollo de propuestas de levantamiento de capital, vinculación con potenciales proveedores y clientes, entre otros; los *Desafíos de Innovación y Emprendimiento Tecnológico*, es un apoyo a propuestas que desarrollen actividades de coordinación para que emprendedores se conecten con la demanda tecnológica y generación de productos o servicios más sofisticados para el mercado; y la *Aceleración de Sectores Estratégicos*, es un apoyo a proyectos de aceleración de emprendimientos que dinamizarán un sector estratégico definido por territorios y/o sectores económicos con alto potencial de crecimiento.

Programas Especiales: que incorporan el *Desarrollo de Emprendimientos Sociales e Inclusión*, apoyo a entidades expertas que fomenten la innovación social a través de la difusión, traspaso de metodologías, desafíos de innovación, entre otras; *SSAF-Social*, son fondos semilla delegados a entidades expertas de la red apoyada por Corfo, para la asignación de recursos a emprendimientos sociales con alto potencial de crecimiento; y Proyectos *Especiales para el Mejoramiento del*

Ecosistema Emprendedor, es un apoyo a propuestas de coordinación, generación de información y difusión en temáticas relacionadas al perfeccionamiento y mejoramiento del ecosistema emprendedor en sectores tecnológicos de alto potencial, sectores de inclusión y alto impacto social, en alianzas internacionales de alto nivel, entre otros.

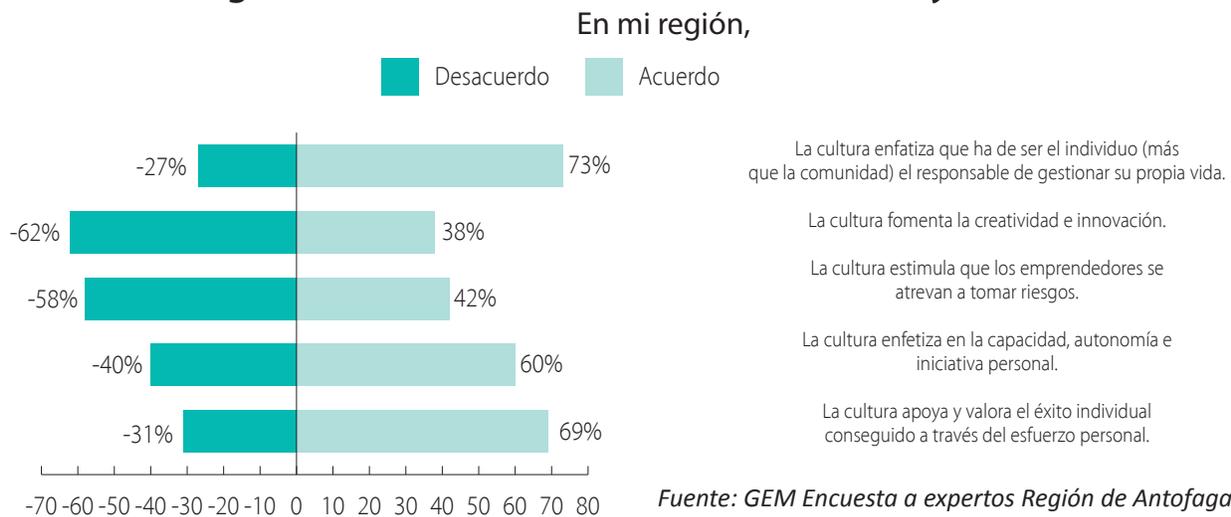
Más información sobre la modalidad de concurso y otros en: www.corfo.cl

4.3.7. Normas Sociales y Culturales (Evaluación: 0,10)

Esta dimensión ha sido una de las que ha mejorado su evaluación significativamente a lo largo de los ocho años que se está realizando el estudio. En 2007, cuando se evaluaron por primera vez las condiciones del contexto emprendedor, los expertos regionales valoraron esta dimensión con un -1,0 (baja). En los años siguientes, la valoración fue mejorando hasta alcanzar un 0,12 en 2014 (figura 34). Si se compara con la evaluación realizada por los expertos nacionales, se observa que éstos últimos realizaron una evaluación muy próxima a la de los regionales, un 0,0 (media positiva) (figura 35).

En 2014, todas las categorías de esta dimensión fueron mejor valoradas, es decir, hubo una mayor proporción de expertos de acuerdo con cada una de las categorías, destacando aquella vinculada al esfuerzo individual. Un porcentaje mayor o igual a 69% de los expertos regionales considera que la cultura regional enfatiza que el individuo ha de ser el responsable de gestionar su propia vida y que valora el éxito conseguido a través del esfuerzo personal. Otra categoría valorada favorablemente por un 60% de los expertos regionales está relacionada con el énfasis de la cultura regional en la capacidad, autonomía e iniciativa personal (figura 42).

Figura 42. Evaluación de las normas sociales y culturales.



Pese a estas valoraciones favorables en las categorías antes mencionadas, un 58% o más de los expertos sigue pensando que la cultura regional no estimula a que los emprendedores tomen riesgos ni fomenta la creatividad e innovación, (figura 42). En este sentido merece destacar el esfuerzo realizado por la Fundación Minera Escondida en articular acciones e iniciativas con la comunidad, particularmente, con su Concurso de Emprendimiento e Innovación Social “Antofa Emprende” que se resume en el cuadro 6. También debe destacarse el esfuerzo realizado por el “Nodo de Industrias Creativas de Antofagasta” en el ámbito del emprendimiento cultural (cuadro 7)

Cuadro 6. Concurso de Emprendimiento e Innovación Social “Antofa Emprende”.

El Concurso de Emprendimiento e Innovación Social, es una iniciativa impulsada por la Fundación Minera Escondida (FME), en alianza colaborativa con CREO Antofagasta y Región Fértil y el apoyo técnico de Socialab. Tiene como principal objetivo promover la participación ciudadana a través del emprendimiento social como una estrategia que contribuye a potenciar nuevos liderazgos juveniles. El principal público estratégico a que apunta este concurso son los jóvenes con inquietudes por el mejoramiento de su ciudad.

En su primera versión, la iniciativa fue enfocada solo a Antofagasta. En 2014, se amplió la cobertura incorporando las comunas de Mejillones y San Pedro de Atacama. También se realizaron cambios en la estructura del concurso añadiendo una nueva etapa de Cocreación y Prueba Beta.

Para la nueva versión postularon 274 ideas en su primer ciclo, de las que 50 pasaron a una evaluación técnica donde cada postulante participó en un proceso de entrevistas, para luego definir las 25 iniciativas pre-seleccionadas que, durante enero y febrero de 2015, debieron realizar un prototipo de su proyecto ante la comunidad o entorno con que trabajarían durante el resto del año. A cada uno de los semifinalistas se le otorgó \$1 millón como financiamiento para el desarrollo de su etapa de Cocreación y Prueba Beta.

De los 25 semifinalistas, 10 proyectos resultaron ganadores quienes durante el primer semestre del 2015, obtendrán \$7.000.000 cada uno para concretar su iniciativa y participarán en procesos de mentoría, asistencia técnica y vinculación con el ecosistema de participación social. Entre los proyectos ganadores destacaron las temáticas de inclusión, recuperación de espacios, energías renovables e identidad, entre otros.

Los diez ganadores de AntofaEmprende 2014 fueron: Andrea Rojas con “Televisión Comunitaria, Antay TV”; Cristian Celedón con “Proyecto IntyRaimi-Cargando tu vida”; Edgar Ossandón con “Canoterapia donde estés”; Elías Jara con “En los ojos de mi madre”; Jonathan Mena con “Pulmón Verde para Mejillones”; Juan Crespo con “Más Artesanía Local”; Juan Carlos Valenzuela con “Wenüi-Deporte & Inclusión”; Priscilla Maffet con “Quimera: Reciclaje textil para proyectos sociales”; Pablo Godoy con “La cocina como herramienta de identidad” y Rinaldo Villegas con “Pintores.ka”.

Más información en: www.fme.cl

Cuadro 7. Nodo de Industrias Creativas de Antofagasta - Apostando por los Servicios Creativos.

El programa de fomento productivo está orientado a fortalecer los sectores audiovisual, editorial y de la música en la capital regional. Enmarcado en el Plan de Apoyo a la Inversión en Ciudades Innovadoras, Creativas e Inteligentes, el “Nodo Industrias Creativas Antofagasta” se inicia en diciembre de 2014, para fortalecer la estrategia productiva de las tres áreas creativas con mayor potencial industrial como son la música, la editorial y el audiovisual, a través de acompañamientos, mentorías y jornadas de relacionamiento, entre varios formatos.

Esta coordinación público-privada, apoyada por Corfo, patrocinada por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y ejecutada por la consultora Marchantes, ha dado como resultado, durante su primer año de implementación, un taller de *Design Thinking*, que propende el diseño de productos enfocado en el usuario; eventos de activación en red (*networking*) y de muestra pública (*showroom*); y, mentorías de referentes nacionales para los tres sectores involucrados, tales como Sebastián Barros de Pehuén Editores, Mauricio Hernández, comisionado fílmico de Valparaíso y Sebastián Milos, fundador de Portaldisc.com; cursos de asesorías técnicas entre los que se cuentan Marketing digital, Modelo de Negocio y Fijación de precios y contabilidad, entre otros.

Así también, sus beneficiario/as participantes y público en general han experimentado la gestión colaborativa en MATTAPRAT coworking, donde lo/as productore/as de servicios creativos trabajan en un espacio compartido con ambiente inspirador, vinculándose con su entorno y potenciando sus asociatividad. Allí, se han realizado también actividades de difusión de fuentes de financiamiento, charlas temáticas y de vinculación con el circuito creativo y emprendedor de la ciudad y la región.

El “Mapeo Industrias Creativas sectores Editorial, Musical y Audiovisual de la comuna de Antofagasta”, levantado gracias a la participación y el apoyo de muchas personas e instituciones, es uno de los grandes aportes de esta primera etapa, pues da cuenta de la realidad de las industrias creativas en la ciudad, convirtiéndose en un insumo de consulta válido, cuyos indicadores podrán ser incorporados a los programas de fomento productivo locales.

De esta forma, y encaminándose a su segundo año, el NODO prosigue su objetivo transversal de buscar que los modelos de negocio de los emprendimientos creativos participantes se vuelvan sostenibles, reforzando la capacidad de innovación y competitividad en la generación de productos y servicios, y potenciando redes de comercialización y colaboración, en conjunto con CORFO y las organizaciones que se vayan sumando.

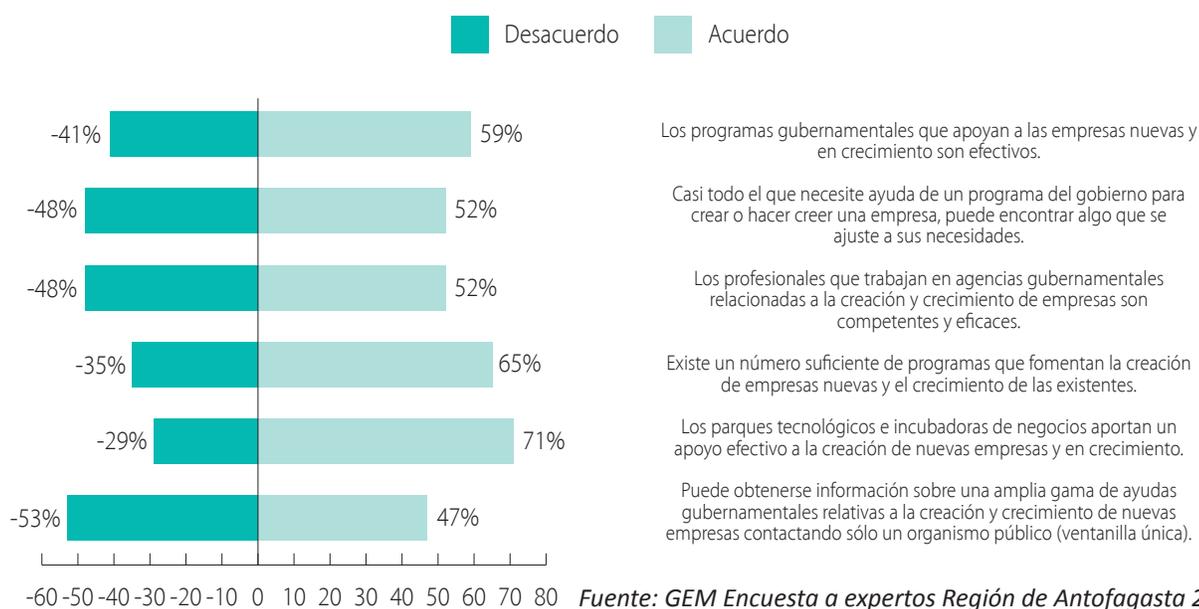
Contacto: industriascreativasantofagasta@gmail.com

4.3.8. Programas de Gobierno (Evaluación: 0,12)

Esta dimensión es una de las que ha evolucionado favorablemente en su evaluación a los largo de estos ocho años, junto a las Políticas de Gobierno. En 2007, tuvo una valoración negativa, un -0,7 (baja), y en los años subsiguientes mejoró hasta alcanzar una valoración positiva media de un 0,1 en 2014. Los expertos nacionales han sido más críticos en la evaluación de esta dimensión que los regionales, un -0,2 (media) (figura 35).

Analizando las categorías de esta dimensión, destacan favorablemente aquellas relacionadas con el apoyo efectivo a la creación de empresas, la existencia de suficientes programas de fomento al emprendimiento y su efectividad. Para un 71% de los expertos, las incubadoras de negocios y los parques científico-tecnológicos, constituyen un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas (figura 43). Asimismo, un 65% considera que existen suficientes programas de fomento al emprendimiento y un 59% percibe que estos programas son efectivos.

Figura 43. Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento.
En mi región,



Con respecto al apoyo efectivo de la incubadora, el cuadro 8 muestra los principales hitos de la Corporación Incuba2 de la región y sus principales desafíos para 2015.

Cuadro 8. Corporación Incuba2- Hitos en 2014 y proyecciones para el 2015.

La Corporación para el Desarrollo de la Innovación y el Emprendimiento de la Región de Antofagasta, "Corporación Incuba2", es una organización de derecho privada y sin fines de lucro, creada en el año 2011 y al alero de la cual se alberga la incubadora de negocios de la Macrozona Norte de Chile.

Corporación Incuba2 atiende personas que desean ser emprendedores y a empresarios con proyectos de innovación provenientes de la Región de Arica y Parinacota, Región de Tarapacá, Región de Antofagasta, Región de Atacama y Región de Coquimbo. Por las características de estas regiones, los principales sectores económicos de los proyectos están vinculados a Servicios para la industria de la Minería, al Turismo, a las Energías Renovables no Convencionales (ERNC) y a las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC's), entre otros sectores.

En los programas que implementó Corporación Incuba2, durante el año 2014, se atendieron a más de 300 personas. Ellos ingresaron a procesos de capacitación en temas de emprendimiento e innovación, procediendo a validar sus ideas de negocios y demostrar si constituían una oportunidad real de negocios. Solo 32 proyectos fueron capaces de superar las etapas tempranas de validación y llegar a crear modelos de negocio con opciones comerciales reales para sus productos y servicios, ingresando a procesos de incubación. Gracias a este trabajo, se logró que 10 proyectos levantaran un financiamiento de CORFO por \$171.557.800.

Para potenciar el accionar de los emprendedores, Corporación Incuba2 se vinculó con la Secretaria Regional Ministerial de Economía, Fomento y Turismo de la Región de Antofagasta para postular al **Fondo Conjunto de Cooperación México-Chile**, con el proyecto denominado "Transferencia tecnológica y de conocimientos para el mejoramiento de habilidades de emprendimiento e innovación, para el desarrollo de tecnología en emprendedores de la Región de Antofagasta, Chile, y el Municipio de Xalapa, Veracruz en México". El proyecto resultó aprobado, con un presupuesto total de USD\$228.000.

Otro proyecto estratégico para lograr la consolidación y sustentabilidad del modelo de innovación de Corporación Incuba2, en el centro operacional en la ciudad de Antofagasta, fue la postulación al Programa Nacional de Incubadoras de CORFO, con el proyecto denominado "Hacia la consolidación de la incubadora de innovación, Corporación Incuba2, para el Desierto de Atacama", obteniendo un financiamiento de \$200.000.000.

En resumen, durante el año 2014 la unidad de incubación de negocios de Corporación Incuba2 logró generar recursos por más de 520 millones de pesos.

Para el año 2015 se consolidará el proceso de internacionalización de proyectos incubados y las redes internacionales, en beneficio de los emprendedores y empresarios de la Macrozona Norte de Chile.

Más información en www.incuba2.cl

Por otro lado, más de la mitad de los expertos regionales (52%) considera que los emprendedores siempre pueden encontrar entre los programas de fomento al emprendimiento aquellos que se ajusten a sus necesidades, y un porcentaje igual considera que los profesionales que trabajan en estas instituciones de fomento son competentes (figura 43).

En esta dimensión, la categoría peor evaluada por los expertos está relacionada con la falta de una ventanilla única para información referente a los programas de fomento al emprendimiento y a la competencia de los profesionales que trabajan en los organismos de gobierno vinculados a la creación de empresas. Un 53% considera que no se puede obtener información de todos los programas de apoyo a la creación de empresas en un solo organismo público. Este es un gran desafío pendiente en la Región. El año 2013, se crearon las oficinas regionales denominadas “Chile Emprende” con el objetivo, entre otros, de brindar información sobre todos los programas de fomento al emprendimiento existentes en la región. Se espera que esta iniciativa contribuya a mejorar la percepción de los expertos.

4.3.9. Acceso a infraestructura física (Evaluación: 0,91)

La evaluación de esta dimensión siempre ha sido buena, la primera vez que se realizó el estudio, tuvo una valoración media alta, un 0,3. En los años siguientes, la valoración de los expertos regionales fue mejorando hasta alcanzar una valoración alta de un 1,14 en 2013. En 2014, esta valoración cae ligeramente a un 0,91 (figura 34). Los expertos nacionales realizaron una evaluación ligeramente por encima de la de los regionales, un 1,02 (alta) (figura 35).

En esta dimensión, todas las categorías han sido evaluadas favorablemente por los expertos. Destacan la posibilidad y el tiempo de acceso a los servicios básicos, así como el pago de los mismos, mencionados por un 86% o más de los expertos. Pese a esas valoraciones favorables de la mayoría de los expertos regionales, un 24% considera que la infraestructura física no brinda apoyo para el funcionamiento de las empresas nuevas y en crecimiento (figura 44). Es importante destacar que en la región no existen espacios físicos de co-working, donde los emprendedores puedan reunirse a trabajar en sus proyectos, discutir sus ideas de negocio con otros emprendedores o trabajar de forma colaborativa, generando redes con otros emprendedores. Espacios de esta naturaleza, dotados de la infraestructura necesaria, están emergiendo en todos los países/regiones donde se fomenta el desarrollo de una cultura emprendedora e innovadora. Se espera que en corto plazo Antofagasta también cuente con espacios de co-work para los emprendedores.

4.3.10. Factores que limitan e impulsan el emprendimiento Regional.

A los expertos también se les solicita que mencionen tres factores que limitan o perjudican el emprendimiento regional, tres factores que lo impulsen o lo promuevan y tres propuestas de mejora. Cada uno de los factores mencionados por los expertos se relaciona con las nueve dimensiones que forman el contexto emprendedor. Se estandarizan las respuestas, se calculan las frecuencias por factor y se resumen de acuerdo a las dimensiones más mencionadas. En 2014, el factor que fue mencionado con mayor frecuencia, como limitante del emprendimiento, con diferencia respecto a los otros es el Acceso al financiamiento que obtuvo un 54% de las frecuencias, los otros dos factores que le siguen es el Clima Económico y la Educación y Capacitación con un 37% cada uno respectivamente. Los demás factores fueron mencionados con menos frecuencia, entre los que destacan las Políticas de Gobierno, el Contexto Político, Social y Cultural, los Programas de gobierno, entre otros (figura 45). Si se comparan estos resultados con los obtenidos el año anterior, continúa siendo el acceso

al financiamiento el factor mencionado con más frecuencia, seguido del contexto político social y cultural y en tercer lugar la Educación y capacitación que obtuvieron un 66,5%, un 46,2% y un 38,5% respectivamente.

Figura 44. Evaluación del acceso a infraestructura física.

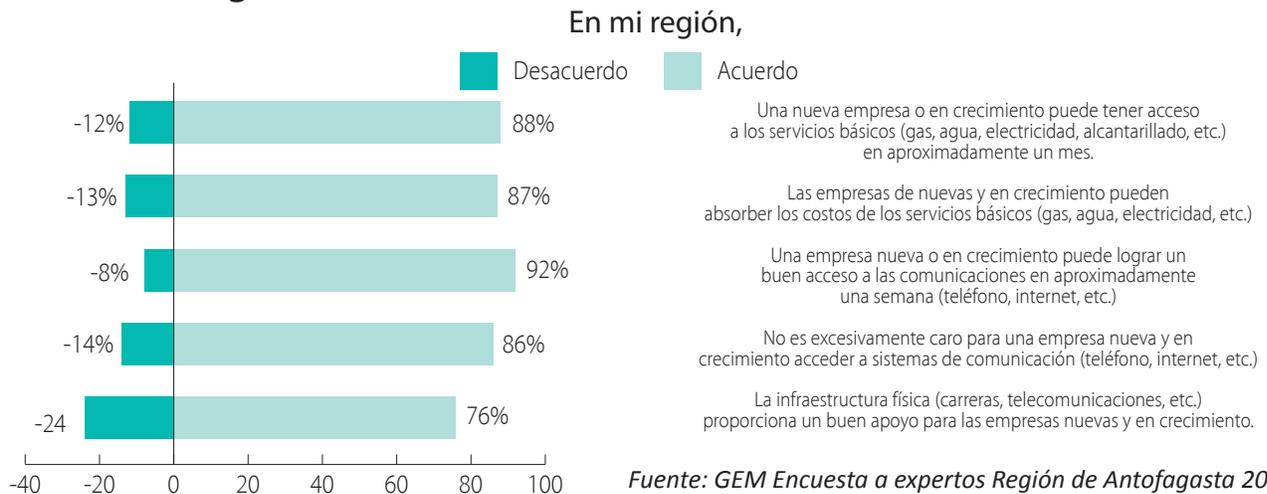
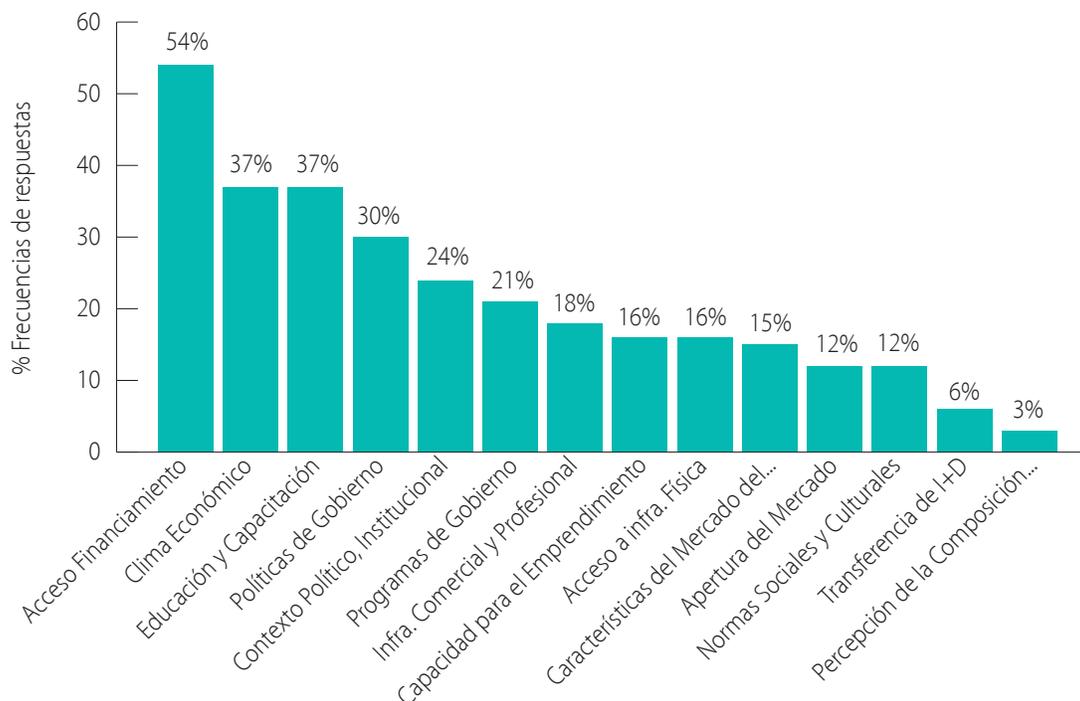


Figura 45. Factores que limitan o perjudican la actividad emprendedora.



Con respecto al acceso a financiamiento, los expertos mencionan la falta de productos financieros bancarios para empresas nuevas y la falta de financiamiento privado, en particular otras alternativas diferentes a la banca. En palabras de uno de los expertos: *“Pocos productos financieros bancarios para empresas nuevas”, “Acceso a capitales iniciales de parte de los bancos”, “Una banca muy adversa al riesgo”*. Otros mencionan la falta de financiamiento en etapas iniciales, en sus palabras: *“Falta*

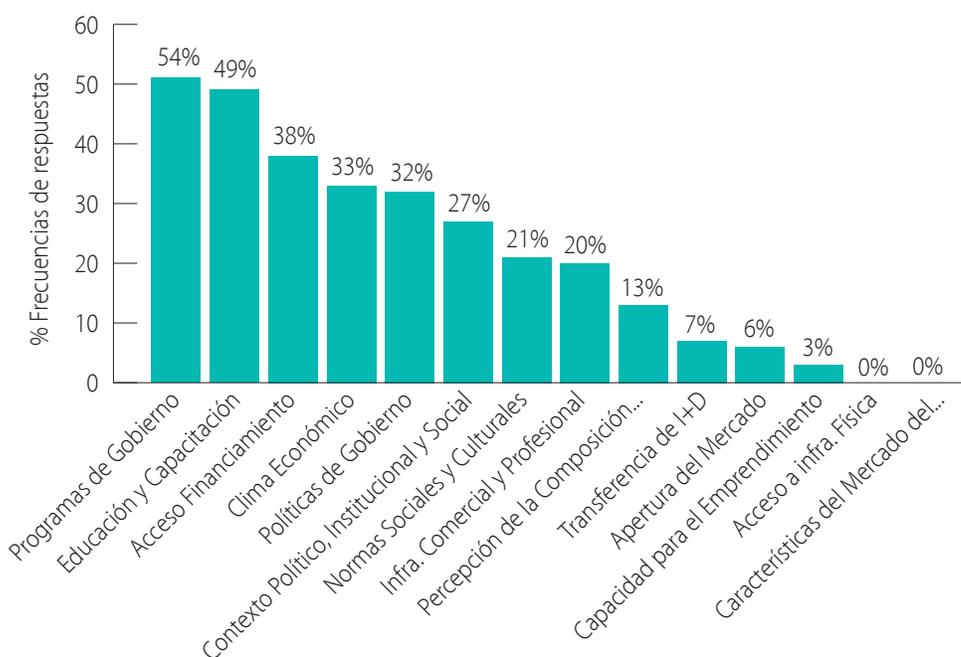
de *Financiamiento para Emprender*”, *“Acceso a financiamiento en etapas tempranas”*, *“En general, no hay muchas líneas de apoyo para etapas tan tempranas y los montos son reducidos”*, *“Falta de inversionistas y capital de riesgo en la región”*.

En relación al Clima Económico, los expertos mencionan los signos de desaceleración de la economía, el incentivo económico de la minería y el costo de vida en Antofagasta. En palabras de ellos: *“La baja del precio del cobre”*, *“la disminución de nuevos proyectos mineros”*, *“Altos incentivos económicos por ingresar al sector minero”*, *“Excesiva especialización productiva en gran minería con bajo encadenamiento con las PyMEs”*, *“costos de calidad de vida, que encarecen la puesta en marcha de nuevos negocios”*.

La Educación y Capacitación, fue la tercera limitante más mencionada por los expertos y está vinculada con la calidad de la educación y la falta de desarrollo de habilidades de emprendimiento en la educación básica y media. En palabras de los expertos: *“Mala calidad de la educación”*, *“Falta de conocimiento técnico para los emprendedores”*, *“Falta de Incentivos al emprendimiento a nivel escolar”*, *“Insuficiente educación en emprendimiento”*, *“Débil posicionamiento del concepto Emprendedor en las escuelas, básicas, medias y universitarias”*, *“Falta de capacitación especializada orientada a entregar conocimiento a emprendedores para sustentar sus negocios”*.

En relación a los factores que promueven el emprendimiento, los dos factores más mencionados por los expertos son los Programas de Gobierno y la Educación y Capacitación que obtuvieron el 51% y el 49% de las frecuencias. Le sigue el Acceso al financiamiento con un 38%, el Clima económico con un 33% y las Políticas de gobierno con un 32%. El resto de las dimensiones fueron mencionadas con menos frecuencia (menos de 30%) (figura 46).

Figura 46. Factores que impulsan el emprendimiento en la Región.



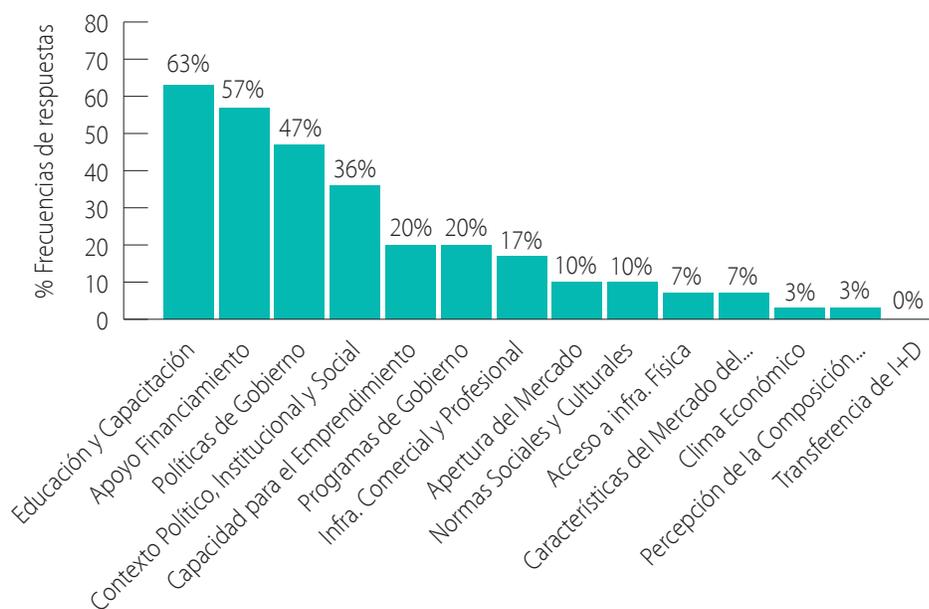
Fuente: GEM Encuesta a expertos Región Antofagasta 2014.

En relación con los Programas de gobierno, los expertos mencionan el incremento de programas pro emprendimiento, su cobertura e incentivos. En palabras de ellos: *“Creciente oferta de instrumentos de apoyo financiero públicos”, “Aumento de fondos concursables e instancias de desarrollo emprendedor”, “Aplicación instrumento PAE de Corfo en camunas como Taltal y Tocopilla”, “Lineas de apoyo a la creación de entornos emprendedores”, “CORFO y sus diferentes programas”, “Incentivos públicos de apoyo a emprendimiento dinamicos”.*

La Educación y Capacitación también ha sido una de las dimensiones mencionada por un 49% de los expertos como uno de los factores que impulsan el emprendimiento en la Región. Los expertos regionales se refieren, sobre todo, al posicionamiento del tema en el sector educativo, a las actividades realizadas por las diferentes universidades de la región, la mayor vinculación de las universidades con las empresas y la participación de privados en programas de emprendimiento en colegios. En palabras de los expertos: *“Las universidades han incorporado cada vez más en sus mallas el desarrollo de habilidades emprendedoras”, “Oferta de cursos o talleres gratuitos que entregan información y conocimiento sobre herramientas relacionadas al emprendimiento”, “Mayor interés por la temática en el sector Educación”, “Mayor vinculación de las universidades con la empresa”, “Endeavor promueve la cultura emprendedora en la región mediante Experiencia Endeavor y programas de emprendimiento en colegios”.*

Finalmente, se preguntó a los expertos sobre algunas recomendaciones para mejorar la actividad emprendedora en la Región. Al respecto, las más mencionadas fueron: la Educación y Capacitación por un 63%, seguido del Acceso al Financiamiento por un 57% y las Políticas de gobierno, por un 47%. Otras dimensiones, como el Contexto Político, Social y Cultural, la Capacitación para el emprendimiento, los Programas de gobierno, la Infraestructura comercial y legal, la Apertura del mercado interno y las Normas sociales y culturales, entre otros, fueron mencionadas con una frecuencia menor al 40% (figura 47). Llama la atención la escasa mención de la Transferencia de I+D, a pesar de ser la dimensión del entorno emprendedor que ha sido sistemáticamente peor evaluada durante los últimos años.

Figura 47. Factores donde se puede mejorar el emprendimiento en la Región.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región Antofagasta 2014.

Respecto a la educación y capacitación, sus sugerencias se orientaron a la creación de una mesa de trabajo en educación que coordine y articule actividades para generación de una cultura emprendedora, a una capacitación especializada y al fomento del emprendimiento en las escuelas, colegios y universidades, en palabras de los expertos: *“Crear una mesa de coordinación en educación que proponga planes y programas para generar una cultura emprendedora en los escolares”, “Capacitación especializada que permita sustentar la actividad”, “Crear programas de educación en emprendimiento e innovación”, “Mejorar las competencias para el desarrollo de conocimientos de los emprendedores”, “Educación, preparar en emprendimiento y creatividad desde niveles de educación básica”.*

En relación al acceso al financiamiento, algunos expertos mencionaron aspectos relativos a la creación de nuevas alternativas de financiamiento, ya sea privadas, municipales u otras. En sus palabras: *“Alternativas de financiamiento privada distintas a la banca tradicional (capitales de riesgo, crowdfunding, etc)”, “Contar con fondo propios municipales, para poder financiar nuevas iniciativas de negocio”, “Mayores líneas de apoyo (financiamiento) para emprendedores”, “Aumentar el capital de riesgo early stage”, “Redes de inversionistas ángeles”, “Puesta en marcha de fondos de inversión privados en etapas tempranas”.*

Las recomendaciones sobre las políticas públicas se orientaron hacia una reforma tributaria pro emprendimiento, una reformulación de la instituciones públicas de fomento y políticas enfocadas en la Región. En sus palabras: *“Exención tributaria para los dos primeros años”, “Establecer una nueva política tributaria en el país, que favorezca el emprendimiento”, “Generar políticas de gobierno para la creación de nuevas empresas con impuestos preferenciales en los primeros años”, “Legislación sobre las facturas impagas”, “Reformular el accionar de las Instituciones Públicas integrantes de la Red de Fomento y Desarrollo Productivo, que permita llegar de manera efectiva a todos los sectores de la población que manifiestan interés en desarrollar actividades emprendedoras”, “Diseño de políticas de apoyo que promueven el emprendimiento con un foco regional”.*

5. Reflexiones en torno al emprendimiento en la Región.

Este octavo informe resume la actividad emprendedora en 2014 en la Región de Antofagasta, Chile. Un año marcado por diversas actividades de emprendimiento e innovación organizadas por diferentes instituciones, públicas, privadas y educacionales; y por la desaceleración de la economía iniciada a fines del año 2012, con precios del cobre que fueron cayendo lentamente, pese a mantenerse todavía por encima de los tres dólares la libra (Cochilco, 2015). Contrariamente a lo esperado, por la situación económica del país, la actividad emprendedora en la región, pese a estar por cuarto año consecutivo por encima del 20%, ha disminuido con respecto al año anterior, pasando de un 25,4% en 2013 a un 21,4% en 2014. En este contexto, Antofagasta destaca por ser una de las regiones con una de las más bajas tasas de actividad emprendedora en etapas iniciales en comparación con el conjunto del país que alcanzó un 26,8% y la Región Metropolitana que presentó la mayor tasa de actividad emprendedora, cercana al 30% de la población adulta.

Analizando la composición de este índice, se puede decir que la disminución se debió a la caída de la tasa de los emprendedores nacientes, es decir de aquellos que están haciendo lo posible, movilizando recursos e incluso han pagado alguna remuneración hasta por tres meses. Esta tasa ha bajado de un 18,2% en 2013 a un 13,8% en 2014, mientras que la tasa de los nuevos emprendedores (aquellos dueños o gerentes que han pagado algún tipo de remuneración por más de tres meses y menos de tres años y medio), se ha mantenido en un 8%. En consecuencia, la brecha por etapas del proceso emprendedor entre los emprendedores en etapas iniciales y los establecidos ha disminuido en 2014. Se espera que esta brecha siga disminuyendo porque daría cuenta de la sostenibilidad de los emprendimientos en el tiempo. Estos resultados llevan a pensar que el efecto negativo de las malas expectativas económicas ha tenido más importancia en la reducción del emprendimiento que el incremento del desempleo, que suele dar lugar a emprendimientos basados en la necesidad.

Pese a la caída de la tasa de emprendimiento, tanto en la Región como en el país, hay una valoración social positiva del emprendimiento. Más del 57% de la población considera que hay un reconocimiento y respeto hacia los emprendedores exitosos, así como que iniciar un negocio es una buena opción de carrera o profesión y la cobertura en los medios de comunicación sobre temas vinculados al emprendimiento es cada vez más frecuente. Los atributos personales de la población regional también son favorables para el emprendimiento. Por octavo año consecutivo, la percepción de los emprendedores y de los que no están vinculados al proceso emprendedor, sobre las oportunidades de la región continúa siendo favorable y ligeramente superior al conjunto del país, lo que corrobora, una vez más, que la Región es percibida como un espacio de oportunidades para los negocios. Sin embargo, la proporción de personas con esta opinión no supera el 80% en la región, comparado a otros años cuando llegaba a superar el 90%, lo que puede estar relacionado con la desaceleración de la economía y la persistente caída del precio de la libra de cobre.

Estas circunstancias se reflejan también en las motivaciones de los emprendedores. En 2014 y por segundo año consecutivo, la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad ha disminuido de un 20,8% en 2013 a un 18,1% en 2014. Sin embargo, en contra de los que cabría esperar, la tasa por necesidad también ha disminuido de un 4,6% a un 3% en ese mismo período, convirtiendo a Antofagasta en la región con la menor tasa de actividad emprendedora por necesidad

del país. Estos resultados contradictorios en algunos casos, llevan a esperar por los resultados del próximo año a fin de emitir una conclusión más firme sobre el potencial efecto de la desaceleración y la caída del precio del cobre en el emprendimiento.

En 2014, las características demográficas de los emprendedores en etapas iniciales muestran a un grupo más joven, en promedio, cuya edad es de 41 años y de 46 años cuando se trata de emprendedores establecidos y con un mejor nivel de educación. El nivel de educación de los mismos varía cuando se trata de emprendedores por oportunidad o necesidad. En los primeros, un 40% tiene educación universitaria y un 5,3% tiene postgrado. Dentro del grupo de emprendedores por necesidad predomina el nivel de educación secundaria (47,1%), aunque también se han identificado emprendedores universitarios y con postgrado, un 23,5% y 5,9% respectivamente. La incorporación de emprendedores con mayor nivel educativo es un buen síntoma con respecto a su potencial de crecimiento futuro, si los negocios llegan a consolidarse.

Respecto al ingreso familiar, el 70% o más de los emprendedores tienen una renta familiar mayor o igual a \$680.000 pesos chilenos. Estos datos con respecto al año anterior han mejorado en la proporción de emprendedores, que ha aumentado de un 50% a más de un 70% en 2014, más no en el monto. Además, los emprendimientos en etapas iniciales continúan orientados, en su mayoría, a actividades de servicios al consumidor final donde la posibilidad de innovar en procesos, productos, servicios o modelo de negocio es limitada. Sin embargo, ha habido un cambio importante en los emprendedores establecidos entre los cuales se ha reducido la orientación de sus emprendimientos al sector del consumidor final y ha aumentado el servicio a empresas.

Con respecto a la competitividad de los emprendimientos en etapas iniciales, un 40% reconoce que su emprendimiento tiene muchos competidores, más de un 46% declara que usa tecnología de más de cinco años de antigüedad y más del 50% no tiene clientes fuera del país. Solo un 2,3% de los emprendedores en las primeras etapas aspira a crear más de 19 puestos de trabajo en los próximos 5 años. Pese a estas bajas expectativas de nuestros emprendedores, en comparación con el año anterior, hay indicios de cierta mejoría en algunos factores que miden las aspiraciones de los emprendedores de la Región de Antofagasta, aunque hay que tomar estos resultados con mucha cautela porque son percepciones de los propios emprendedores. Sin embargo, aspectos, como, uso de tecnología reciente y aspiraciones en la expansión de mercado se espera mejoren significativamente con el transcurso de los años, en la medida en que se incorporen emprendedores más calificados a mercado, lo cual podría aumentar la sostenibilidad de los negocios y crear más empleo en la región. Por otro lado, estos resultados también son una señal de que el emprendedor de la región es hoy en día más consciente y realista en sus percepciones con respecto a la novedad y competitividad de sus productos, algo que no ocurría en el pasado reciente.

Los resultados sobre la actividad emprendedora del año 2014 muestran indicios de mejora en la sustentabilidad de los emprendimientos con respecto al año anterior. Es posible que en estos resultados haya influido el nivel de educación de los emprendedores, pese a ello las aspiraciones de los emprendedores todavía es un aspecto en el que se debería trabajar más, así como en la competitividad de los productos o servicios que ofrecen. Esto contribuiría a disminuir la brecha entre etapas del proceso emprendedor. De nada sirve tener tasas de actividad emprendedora en etapas iniciales por encima del 20% si los emprendimientos no son capaces de crecer y sostenerse.

Resultados más alentadores, se observan en la valoración que hacen los expertos del contexto emprendedor. De las nueve dimensiones que se consideran para realizar esta evaluación, cinco han tenido una evolución favorable en la valoración de los expertos desde el año 2007, cuando se inicia este estudio. Las dimensiones que han mejorado en la evaluación de los expertos, pese a continuar siendo negativas en la mayoría de casos, son las Políticas de gobierno, los Programas del gobierno, las Normas sociales y culturales, el Acceso a infraestructura física (que siempre tuvo una valoración positiva) y, la Educación y capacitación. Esta última ha sido una de las tres más mencionadas también dentro de las dimensiones donde se puede mejorar el emprendimiento. La Transferencia en I+D, sorprendentemente tuvo una valoración baja en 2014, dejando el estado crítico que la caracterizó durante los siete años anteriores. Las que se han mantenido constantes o han ligeramente empeorado en su valoración son la Infraestructura comercial y profesional y Acceso al mercado interno.

El acceso a financiamiento es una dimensión que ha empeorado su valoración en los últimos cuatro años, siendo una de las más mencionadas dentro de los factores que limitan o perjudican la actividad emprendedora junto con el Clima Económico. Asimismo, el acceso al financiamiento emerge dentro de las recomendaciones para mejorar el emprendimiento en la región. Como ya fue mencionado en informes pasados, pese a la existencia de los programas de cofinanciamiento ofrecidos por las agencias de gobierno, urge plantearse la posibilidad de generar las condiciones orientadas a la creación de nuevas alternativas de financiamiento. Al respecto, un proyecto que apunta en esta dirección es el que está siendo llevado a cabo por el Centro de Emprendimiento y de la Pyme de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte, en conjunto con Endeavor Atacama, que tiene como objetivo, a través de talleres especializados y seminarios abiertos al público, generar cultura de capital de riesgo orientado a la formación de una red regional de inversionistas ángeles. Este proyecto ha permitido posicionar el tema en la Región y crear conciencia sobre la importancia de la inversión ángel para el desarrollo regional.

Otro gran desafío es mejorar la educación y capacitación en emprendimiento, en todos los niveles, pero fundamentalmente en las primeras etapas (educación básica y media). Pese que ha habido grandes avances en los últimos años, estos todavía no son suficientes. No se trata solo de una reestructuración de la malla e incorporación de cursos vinculados a la creación de empresas en las instituciones educativas, se requiere un cambio de mentalidad de la dirección de estas instituciones, que pasa por incorporar el emprendimiento como sello en las instituciones educacionales y la capacitación de los profesores que van a dictar dichas asignaturas, así como la creación de cursos especializados en la identificación y evaluación de oportunidades, modelos de negocio, negocios internacionales, inglés de negocios y preparación de los emprendedores para que sus proyectos sean invertibles (investment readiness). En otras palabras, se requiere generar entornos de emprendimiento tanto dentro de las instituciones educativas como fuera de ellas, es decir en toda la región. Existen cada vez más iniciativas al respecto, pero todas ellas están aisladas y falta una mayor coordinación entre las instancias público-privadas con las universidades regionales.

La brecha existente entre emprendedores en las primeras etapas y los establecidos es probablemente uno de los principales problemas de la región y el país. Existen muchos programas de apoyo al emprendimiento pero no existe un acompañamiento post creación de empresas. Este es otro de los desafíos para las instituciones que tienen que ver directa o indirectamente con la promoción del emprendimiento. Al respecto, la generación de programas o acuerdos con las Universidades para

apoyar a los emprendedores post iniciación de sus emprendimientos podría ser una alternativa. Otra sería el crear espacios de “co-working” donde se puedan juntar todos los emprendedores a plantear sus ideas de negocios, a compartir sus experiencias. Igualmente, se pueden crear instancias de encuentro entre grupos de emprendedores nuevos y establecidos. Estos últimos pueden servir de mentores a los primeros. Se conoce de algunas iniciativas que apuntan a la creación de estos espacios, sin duda la puesta en marcha de los mismos contribuirá a acortar la brecha que existe entre ambos grupos de emprendedores.

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

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

Referencias.

- Acs, Z. J. y Amorós, J.E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305–322.
- Amorós, J.E. y Abarca, A. (2015). *GEM Reporte Nacional de Chile 2014*. Santiago: Universidad del Desarrollo.
- Atienza, M. (ed.) (2012). *La Pyme de la Región de Antofagasta 2005-2009*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Atienza, M. (ed.) (2009). *La Evolución de la Pyme de la Región de Antofagasta. Hacia una demografía del tejido productivo local*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Atienza, M., Romani, G. y Aroca, P. (2006). *La Pyme de la Región de Antofagasta. Perspectivas de Desarrollo en Torno a la Minería*. Antofagasta: CORFO/IDEAR. Universidad Católica del Norte.
- Banco Mundial (2013). *Doing Business 2013. Smarter regulations for Small and Medium-Size Enterprises*. Washington D.C.: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/ Banco Mundial y la Corporación Financiera Internacional. Disponible en: <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB13-full-report.pdf>
- Berger, A. y Udell, G. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debts markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking and Finance*, 22, 613-673.
- Bosma, N.S., Jones, K, Autio, E. y Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association
- Bygrave, W. y Quill, M. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor. 2006 Financing Report*. Wellesley – London: Babson College and London Business School.
- COCHILCO (2015). Precio de los metales. Disponible en http://www.cochilco.cl/estadisticas/grafico.asp?tipo_metal=1
- Drexler, M. y Amorós, J. E. (2015). Guest post: how Chile and Colombia eluded the entrepreneur trap. *Financial Times*, January 8th. Disponible en: <http://blogs.ft.com/beyond-brics/2015/01/08guest-post-how-chile-and-colombia-eluded-the-entrepreneur-trap/>
- Headd, B. (2003). Redefining Business Success: Distinguish between closure and failure. *Small Business Economics* 21,51-61.
- Mason, C. y Kwok, J. (2010). Investment readiness programmes and Access to finance: A critical review of design issues. *Working Paper 10-03*. University of Strathclyde. Business School, pp: 1-37.

- Porter, M., Sachs, J. y McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In: Porter, M.; Sachs, J.; Corneluis, P.K.; McArthur, J. y Schwab (eds.). *The Global Competitiveness Report 2001-2002*. New York: Oxford University Press, 16-25.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., Servais, I., López-García, P. y Chin, N. (2005) Global Entrepreneurship Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24 (3), 205-231.
- Rodrigo, L.M. (2011). Discursos de la Región de Antofagasta en el Contexto de la Migración Regional. *Informe del Ordhum 2010*. Observatorio Regional de Desarrollo Humano.
- Romaní, G. (2015). Los desafíos del financiamiento del emprendimiento innovador en la Región. In C. Rodríguez (ed.). *Sistemas, Coaliciones, Actores y Desarrollo Económico Territorial en Regiones Mineras*, Antofagasta, Chile: Ediciones Revista Mensaje, 160-177.
- Romaní, G., Atienza, M. y Amorós, E. (2013). The development of Business Angel Network in Latin American countries: the case of Chile. *Venture Capital*, 15 (2), 95-113.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2014). GEM Informe de la Región de Antofagasta 2013. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2011). GEM Informe de la Región de Antofagasta 2010. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2010). GEM Informe de la Región de Antofagasta 2009. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2009). GEM Informe de la Región de Antofagasta 2008. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2008). GEM Informe de la Región de Antofagasta 2007. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.
- Romaní, G., Salinas, P. y Contuliano, S. (2012). *GEM Mujeres y Actividad Emprendedora. Región de Antofagasta, Chile, 2011-2012*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Shumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge Mass: Harvard University Press.
- Singer, S., Amorós, J.E. y Moska, D. (2015). Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report. Babson College, Universidad del Desarrollo, Tecnológico de Monterrey y Universiti Tun Abdul Razak. Disponible en: www.gemconsortium.org.
- Van Stel, A., Carree, M. y Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.

WEF-GEM (2015). Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development. World Economic Forum: Geneva. <http://www.weforum.org/reports/leveraging-entrepreneurial-ambition-and-innovation-global-perspective-entrepreneurship-compe>

Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M. y Thurik, A.R. (2010). *The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped?*, Foundations and Trends in Entrepreneurship, 6(3): 167-237.

Expertos que respondieron la encuesta regional 2014.¹⁰

<p>Patricia Alanís Dueña Gerente Agencia de Viajes Palanisa.</p>	<p>Gonzalo Flores Director Centro de Emprendimiento, UA Región Antofagasta.</p>
<p>Carlos Araya V. Ingeniero de Proyectos Universidad Católica del Norte.</p>	<p>Juan Godoy A. Funcionario, SERNAM Región de Antofagasta.</p>
<p>Rodrigo Behncke Emprendedor.</p>	<p>Maritza Gómez O. Ejecutiva de Negocios Corfo – Región Antofagasta</p>
<p>Pía Bravo Mercurio de Calama Calama.</p>	<p>Catalina Gutiérrez Coordinadora de Planificación y Operación, SERCOTEC, Antofagasta.</p>
<p>Williams Briceño R. Ingeniero de Proyectos VIDRT Universidad Católica del Norte.</p>	<p>Mario Jara Socio Fundador ZYGHT</p>
<p>María Teresa Bustos Directora Ejecutiva, CDP Región Antofagasta</p>	<p>Geraldo Jusakos Asesor Independiente Antofagasta</p>
<p>José Manuel Correa Director Ejecutivo Endeavor Atacama</p>	<p>Georgina Kong Gerente General Servikong Ltda.</p>
<p>Leonel Cortés Ejecutivo Codesser- Antofagasta</p>	<p>Jimena Medina Socia Fundadora Guerreros y Compañía</p>

¹⁰ En orden alfabético y con el cargo que ocupaban cuando fueron entrevistados.

<p>Esther Croudo Directora ejecutiva Región Fértil</p>	<p>Ricardo Muñoz Jefe Centro de Desarrollo Empresarial, AIA Región Antofagasta</p>
<p>Erik Díaz Gerente Celsus Capacitaciones Ltda.</p>	<p>Gilda Oro Gerente Gold Group Chile.</p>
<p>Claudia Escobar Ejecutivo de Proyectos Corporación Incuba2.</p>	<p>Alex Paredes Director Escuela de Emprendimiento Cultural</p>
<p>Roxana Espinosa Directora de Carrera, Inacap Región Antofagasta.</p>	<p>Enelda Pizarro Oficina de Información Mercado Laboral Ilustre Municipalidad de Tocopilla</p>
<p>Marcela Puz Directora Regional Instituto Nacional de Estadística</p>	<p>Juan Vásquez Gestor de Patrimonio Larrain Vial</p>
<p>Jadranka Rendic Ingeniera de Proyectos, VRIDT UCN, Antofagasta.</p>	<p>Gonzalo Yun Búsqueda y Servicio, Endeavor Atacama Región de Antofagasta.</p>
<p>Alberto Rengifo Director Agencia Muelle</p>	<p>Juan Ignacio Zamorano Subdirector Regional de Corfo Dirección Regional de Antofagasta</p>
<p>Emilio Ricci Académico Universidad Católica del Norte</p>	<p>Marcelo Zepeda Consultor Financiero. Antofagasta</p>
<p>Nicolás Salinas Director Área Social Creo Antofagasta</p>	<p>Jenny Zepeda Líder en Participación Social Fundación Minera Escondida.</p>
<p>Héctor Silva Subgerente Banca Empresarios BCI Antofagasta.</p>	<p>Benjamín Zuleta Ejecutivo de Proyectos Corporación Incuba2.</p>
<p>Cristian Silva Madrazo Académico, Inacap Región de Antofagasta.</p>	

Sobre los Autores

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

Coordinación del GEM Chile

Instituto de Emprendimiento, Facultad de Economía y Negocios
Universidad del Desarrollo

www.gemchile.cl

Contacto: Adriana Abarca Montero

Coordinadora

aabarca@udd.cl

Tel: 56-2- 23279801

Coordinación del GEM Región Antofagasta

Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP)

Facultad de Economía y Administración

Universidad Católica del Norte

Av. Angamos 0610, Antofagasta

www.cemp.ucn.cl

Contacto: Gianni Romani

Directora

gachocce@ucn.cl

Tel: 56-55-2355769/2355746

Equipos regionales que participaron en el proyecto GEM Chile 2014.

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

Presentación de los Auspiciadores



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



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

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



Global Entrepreneurship Monitor

Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte



Centro de Emprendimiento
y de la Pyme

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