



GEM

Global Entrepreneurship Monitor

Informe de la Región de

Antofagasta - Chile

2 0 0 8

Gianni Romaní Chocce ■

Miguel Atienza Úbeda ■



GOBIERNO DE CHILE
GOBIERNO REGIONAL DE ANTOFAGASTA

AGENCIA
Antofagasta

Agencia Regional Desarrollo Productivo

2

0

0

8



Global Entrepreneurship Monitor

INFORME DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA, CHILE 2008

Gianni Romani Chocce / Miguel Atienza Úbeda.





Global Entrepreneurship Monitor

INFORME DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA, CHILE 2008

Gianni Romaní Chocce.
Miguel Atienza Úbeda.

Centro de Emprendimiento y de la Pyme.
Facultad de Economía y Administración.
Universidad Católica del Norte.

Agradecemos el apoyo entregado por la Dirección General de Investigación y Postgrados de la UCN para el desarrollo de esta investigación. Agradecemos, también, la colaboración los expertos regionales y la población adulta que respondió amablemente al cuestionario; a los encuestadores en Antofagasta y al equipo encuestador de Opina en Santiago, a nuestros auspiciadores, a Momento Cero por la información proporcionada, y a todos los que directa o indirectamente han hecho posible la realización de este estudio.

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

© 2009 Universidad Católica del Norte.

© 2009 Global Entrepreneurship Research Association.

Global Entrepreneurship Monitor
Informe de la Región de Antofagasta, Chile 2008.
Julio 2009.

Editor: Ediciones Universitarias
Registro de Propiedad Intelectual
Inscripción N°
Santiago Chile.

ISBN: 978 - 956 - 287 - 282 - 9

Los datos utilizados en este estudio provienen del consorcio Global Entrepreneurship Monitor (GEM), constituido en 2008 por equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Angola, Argentina, Bélgica, Bolivia, Bosnia Herzegovina, Brasil, Chile, Colombia, Corea, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Egipto, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, India, Irán, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Macedonia, México, Noruega, Perú, Reino Unido, República Dominicana, Rumania, Rusia, Serbia, Sudáfrica, Turquía y Uruguay. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros están publicados en el informe Global Entrepreneurship Monitor 2008, 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: Marcelo Aravena Segura, EMES.

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

Presentación de la Coordinación GEM Región de Antofagasta.

El Proyecto GEM Región de Antofagasta 2008 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 por 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

Tengo el gusto de presentar el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Informe sobre la actividad emprendedora de la Región de Antofagasta 2008, resultado del trabajo de académicos del Centro de Emprendimiento y de la Pyme de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte.

Con diez años de vida, el GEM ha analizado la actividad emprendedora de más de 60 países de prácticamente todas las regiones del mundo. Este desarrollo hace que el GEM sea uno de los proyectos de investigación sobre emprendimiento más importantes internacionalmente. Chile participa en este proyecto por sexto año con igual número de informes nacionales.

Desde el 2007, se sumaron al proyecto nacional, las regiones de Antofagasta, Valparaíso, Bío-Bío, de los Ríos y la Región Metropolitana de Santiago. Este año se incorporan nuevas regiones y cada uno de los equipos regionales elabora su propio informe, lo cual aporta una perspectiva más específica y, por lo tanto, más enriquecedora de la actividad emprendedora del país.

Este es el segundo informe de la Región de Antofagasta y con este nuevo esfuerzo regional seguimos creyendo que el proyecto GEM ofrece al mundo académico, empresarial y de la administración pública una mejor y más completa información sobre la situación del emprendimiento, considerado como un fenómeno que abarca desde lo local a lo global.

Queremos agradecer el soporte brindado por Babson College y London Business School, fundadoras del proyecto GEM; y, a partir del 2008, a los sostenedoras del proyecto global las Universidades del Desarrollo (Chile) y la Universidad Reykjavik (Islandia) y Babson College. Asimismo, agradecemos el apoyo de la Universidad Adolfo Ibáñez y la Universidad del Desarrollo que conforman el equipo GEM Chile, y que han incorporado la dimensión regional en este importante proyecto. De igual modo, agradecemos el entusiasmo de la Universidad Católica del Norte, a través de su Centro de Emprendimiento y de la Pyme de la Facultad de Economía y Administración, para llevar a cabo este proyecto, así como el apoyo de sus auspiciadores que, mediante esta iniciativa de investigación, promueven la actividad emprendedora en todo Chile.

José Ernesto Amorós, PhD
Coordinador GEM Chile.

Índice

Prefacio.....	vii
Índice.....	ix
Índice de tablas.....	x
Índice de cuadros.....	x
Índice de figuras.....	x
Resumen Ejecutivo.....	xiii
Executive Summary.....	xv
¿Quién es el emprendedor de la Región de Antofagasta?.....	xvii
Introducción.....	1
1. El Proyecto GEM.....	2
1.1. El Modelo Conceptual Revisado del GEM.....	2
1.2. Definición de Emprendimiento.....	6
1.3. Metodología del proyecto GEM.....	8
1.4. Resumen de los principales resultados internacionales del GEM 2008.....	9
2. Actitudes, Actividad y Aspiraciones Emprendedoras en la Región de Antofagasta.....	14
2.1. La Actitud emprendedora en la Región de Antofagasta.....	14
2.2. La Actividad Emprendedora de la Región de Antofagasta.....	16
2.2.1. Tasas de emprendimiento.....	16
2.2.2. Motivos de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales.....	19
2.2.3 Características Demográficas de la Actividad Emprendedora.....	21
2.3. Las Aspiraciones emprendedoras en la Región.....	29
2.4 Financiamiento del Emprendimiento en la Región de Antofagasta.....	36
3. Resultados de la Encuesta a los Expertos.....	40
3.1. Descripción de la Encuesta a Expertos.....	40
3.2. Evaluación General del Contexto Emprendedor.....	41
3.3. Evaluación de las Dimensiones del Contexto Emprendedor.....	43
3.3.1. Transferencia de I+D (Evaluación: -1,1).....	43
3.3.2. Acceso al Financiamiento (Evaluación: -0,8).....	47
3.3.3. Educación y Capacitación para el emprendimiento (Evaluación: -0,6).....	49
3.3.4. Apertura del Mercado Interno (Evaluación: -0,6).....	52
3.3.5. Políticas de Gobierno (Evaluación: -0,6).....	52
3.3.6. Infraestructura Comercial y legal (Evaluación: -0,5).....	53
3.3.7. Normas Sociales y Culturales (Evaluación: -0,5).....	54
3.3.8 Programas de Gobierno (Evaluación: -0,2).....	56
3.3.9. Acceso a infraestructura física (Evaluación: 0,8).....	57
3.3.10. Oportunidades para el Emprendedor y Capacidad Emprendedora.....	58
3.3.11. Factores que limitan o perjudican el emprendimiento en la Región.....	60
4. Reflexiones en torno al emprendimiento en la Región.....	63
Referencias.....	65
Anexo 1: Instrumentos de Apoyo de la CORFO para empresas nuevas, en crecimiento y establecidas de acuerdo a sus necesidades.....	68
Expertos Entrevistados. GEM Región Antofagasta 2008.....	70
Equipos de trabajo por países.....	72
Sobre los Autores.....	82
Coordinación del GEM Chile.....	83
Coordinación del GEM Chile en Regiones.....	83
Presentación de los Auspiciadores.....	84

Índice de tablas

Tabla 1. Actitudes y percepciones emprendedoras en los 43 países del GEM 2008.....	10
Tabla 2. Tasas de Actividad Emprendedora en las diferentes etapas del proceso emprendedor, por países y fases de desarrollo.....	12
Tabla 3. Percepción de los encuestados sobre los factores que influyen en el emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas).....	15
Tabla 4. Factores de percepción general sobre el emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas).....	15
Tabla 5. Aproximación del número de habitantes de la Región de Antofagasta involucrados en alguna etapa de la actividad emprendedora.....	18
Tabla 6. Necesidades de Capital del emprendedor naciente para iniciar una empresa.....	36
Tabla 7. Brechas de financiamiento en Chile y la Región de Antofagasta.....	37
Tabla 8. Expectativas de los emprendedores respecto a fuentes de financiamiento externas.....	37
Tabla 9. Monto de inversión de los Inversionistas Informales.....	38

Índice de cuadros

Cuadro 1. Glosario de las principales medidas y terminología.....	xii
Cuadro 2. Diferencias entre el GEM y los registros de actividades de empresas.....	7
Cuadro 3. Grupos de países usados en el informe global GEM para el año 2008.....	9
Cuadro 4. Educar para Emprender: Caso Momento Cero.....	51

Índice de figuras

Figura 1. Las 10 características del Emprendedor.....	xvii
Figura 2. El Modelo GEM Revisado.....	6
Figura 3. El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM.....	8
Figura 4. Tasa de emprendimiento en etapas iniciales con expectativas de Alto crecimiento (HEA).....	13
Figura 5. Actividad emprendedora en etapas iniciales. Región de Antofagasta y otras regiones.....	17
Figura 6. Actividad emprendedora en etapas iniciales en Antofagasta y regiones por tipo.....	17
Figura 7. Actividad Emprendedora en diversas etapas del proceso emprendedor.....	18
Figura 8. Actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad.....	19
Figura 9. Actividad emprendedora en etapas iniciales por necesidad.....	20
Figura 10. Emprendedores Nacientes por Oportunidad y Necesidad.....	20
Figura 11. Motivos del emprendimiento por oportunidad.....	21
Figura 12. Tipos de actividad emprendedora por rangos de edad.....	22
Figura 13. Proporción de rangos de edad por tipo de actividad emprendedora.....	22
Figura 14. Actividad Emprendedora por tipo y género.....	23
Figura 15. Actividad Emprendedora por nivel educativo.....	24
Figura 16. Nivel de ingresos y actividad emprendedora.....	25
Figura 17. Actividad emprendedora según ingreso familiar.....	26
Figura 18. Situación laboral de los emprendedores en etapas iniciales.....	26
Figura 19. Situación laboral de los empresarios establecidos.....	27
Figura 20. Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico.....	27
Figura 21. Actividad emprendedora establecida por sector económico.....	28
Figura 22. Proporción de la población que ha descontinuado o cerrado su negocio en los últimos doce meses.....	29
Figura 23. Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores en etapas iniciales.....	30
Figura 24. Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores establecidos.....	31

Figura 25. Cantidad percibida de competidores que ofrecen productos o servicios similares.....	32
Figura 26. Uso de nuevas tecnologías o procesos.....	32
Figura 27. Aspiraciones en la expansión de mercado.....	33
Figura 28. Clientes en el extranjero de los emprendedores en etapas iniciales.....	34
Figura 29. Clientes en el extranjero de los emprendedores establecidos.....	35
Figura 30. Vínculo de los inversionistas informales con el emprendedor.....	39
Figura 31. Evaluación del Contexto Emprendedor en la Región de Antofagasta.....	42
Figura 32. Evaluación del Contexto Emprendedor en la Región 2008/2007.....	42
Figura 33. Evaluación del contexto emprendedor en Chile vs Región de Antofagasta.....	43
Figura 34. Evaluación de la Transferencia de I+D.....	44
Figura 35. Protección a la propiedad intelectual.....	46
Figura 36. Evaluación de la Innovación.....	47
Figura 37. Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento.....	48
Figura 38. Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento.....	50
Figura 39. Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes.....	52
Figura 40. Evaluación de las políticas de gobierno existentes.....	53
Figura 41. Evaluación de la infraestructura comercial y legal.....	54
Figura 42. Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento.....	55
Figura 43. Valoración social de ser empresario.....	55
Figura 44. Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento.....	56
Figura 45. Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas con potencial de crecimiento.....	57
Figura 46. Evaluación del acceso a infraestructura física.....	58
Figura 47. Evaluación de las oportunidades disponibles.....	59
Figura 48. Capacidad de formar una nueva empresa.....	59
Figura 49. Factores que limitan o perjudican la actividad emprendedora.....	60
Figura 50. Factores que impulsan el emprendimiento en la Región.....	61
Figura 51. Factores donde se puede mejorar el emprendimiento en la Región.....	62

Cuadro 1: Glosario de las principales medidas y terminologías

Medida	Descripción
<i>Actitudes y Percepciones Emprendedoras</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 (start up) y que ha manifestado que tiene o tendrá propiedad de una parte del mismo; este negocio NO ha pagado salarios, sueldos o cualquier otra compensación más de tres meses.
Tasa de nuevos empresarios	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que tiene toda o parte de la propiedad y dirección de un negocio y que está pagando salarios entre tres y 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA)	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que es emprendedor naciente y nuevo empresario.
Tasa de emprendedores 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.

Resumen Ejecutivo

- En 2008, un 15,9% de la población adulta entre 18 y 64 años de edad está involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales. Esto supone un aumento respecto a la tasa de 2007 y sitúa a la Región de Antofagasta por encima de la tasa media nacional, un 13%.
- Entre las participantes en el proyecto GEM, Antofagasta es la Región que posee una mayor tasa de nuevos empresarios, un 7,5% de la población adulta, significativamente más alta que el promedio nacional, un 5%. En contraste, es una de las regiones con una menor tasa de empresarios establecidos, un 5,5% frente al 6,9% nacional.
- Antofagasta destaca por ser la región con una mayor tasa de emprendimiento en etapas iniciales por oportunidad, un 13,7% de la población adulta. Además, tiene el mayor porcentaje de emprendedores por oportunidad motivados por el deseo de ser independiente.
- La población adulta de Antofagasta sigue percibiendo la Región como un lugar donde existen buenas oportunidades para iniciar un nuevo negocio. Esta percepción positiva supera a la obtenida en el país en el caso de los emprendedores nacientes y, sobre todo, en los empresarios establecidos.
- Aun cuando las iniciativas emprendedoras continúan centrándose en negocios orientados al consumo final, con poco potencial de crecimiento y escasa innovación, se observa un mayor esfuerzo por incorporar nuevas tecnologías a los procesos productivos y por incrementar la orientación exportadora de los negocios.
- Si bien la percepción positiva sobre las oportunidades de negocio en la Región es compartida por los expertos encuestados, su evaluación del contexto emprendedor no es favorable. Entre las dimensiones más críticas del contexto emprendedor, los expertos destacan la transferencia de Investigación y Desarrollo, la educación, el acceso al financiamiento. Solo el acceso a Infraestructura Física ha tenido una evaluación positiva.
- Pese a la evaluación negativa que los expertos hacen del contexto emprendedor local, se observa una mejora en sus valoraciones con respecto a 2007, especialmente en los ámbitos de educación, normas sociales y culturales y programas de gobierno. Esta mejoría ha llevado a que los juicios de los expertos regionales y nacionales se hayan aproximado.
- La brecha de financiamiento (“equity gap”) que sufren los emprendedores de la Región de Antofagasta es de un 8,5% de sus necesidades de capital, significativamente superior a la brecha nacional, de un 3,9%. Se hace necesario crear nuevos mecanismos financieros para que los emprendedores puedan llevar a cabo sus iniciativas de negocios, especialmente en el campo de las fuentes de financiamiento no tradicionales.
- El esfuerzo por crear un entorno emprendedor más favorable en la Región de Antofagasta debe orientarse, por un lado, a la formación de emprendedores capacitados para aprovechar las oportunidades que existen en la Región, abordando proyectos con mayor potencial de crecimiento e innovación y, por otro lado, a afrontar cambios institucionales que permitan una mejor transferencia de I+D, el acceso a mayores alternativas de financiamiento, la eliminación de trabas burocráticas y la adaptación de los instrumentos de apoyo público a las necesidades locales.

Executive Summary

- In 2008, 15.9% of the adult population between 18 and 64 years old is involved in the initial stages of entrepreneurial activities. This implies an increase compared to 2007 and places the Region of Antofagasta over the national average of 13%.
- Among the participants in the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) project, Antofagasta is the Region with the highest rate of new entrepreneurs (7.5% of the adult population), significantly above the national average (5%). In contrast, it is one of the regions with the lowest rate of established entrepreneurs, 5.5% compared to 6.9% nationally.
- Antofagasta stands out for being the region with the highest rate of entrepreneurship in the early stages per opportunity (13.7% of the adult population). The region also has the highest percentage of entrepreneurs per opportunity whose aim is to be independent.
- The adult population of Antofagasta continues to perceive the Region as a place where there are good opportunities to start new business. This positive perception exceeds that obtained in the country among new entrepreneurs and especially among established entrepreneurs.
- Entrepreneurial initiatives continue to be focused on businesses oriented toward the final customer, with little growth potential and scarce innovation. However, efforts to incorporate new technologies in production processes and orientation toward exports have increased.
- The positive perception of business opportunities in the Region is shared by the experts surveyed, but their evaluation of the entrepreneurial context is not favourable. Among the most critical dimensions of the entrepreneurial context, the experts point out the transfer of Research and Development, education and access to financing. Only the access to physical infrastructure has had a positive evaluation.
- Despite the negative evaluation that the experts make of the local entrepreneurial context, an improvement is observed in their valuations compared to 2007, especially in the areas of education, social and cultural norms, and government programs. This improvement has resulted in the judgements of regional and national experts coming closer together.
- The equity gap that entrepreneurs in the Region of Antofagasta suffer is 8.5% of their capital needs, significantly higher than the national gap of 3.9%. New financing mechanisms need to be created so that entrepreneurs can carry out their business initiatives, especially in the area of non-traditional sources of financing.
- The effort to create a more favourable entrepreneurial environment in the Region of Antofagasta must be oriented, on the one hand, to the formation of trained entrepreneurs who can take advantage of the opportunities that exist in the Region, taking on projects with a greater potential for growth and innovation, and, on the other hand, to taking on institutional changes that enable better transfer of Research and Development, access to more financing alternatives, the elimination of bureaucratic obstacles, and the adaptation of instruments of public support to local needs.

¿Quién es el emprendedor de la Región de Antofagasta?

Figura 1. Las diez características del Emprendedor



Introducción

Desde la idea original, planteada por Michael Hay y Bill Bygrave en 1997 de London Business School y Babson College respectivamente, el proyecto GEM ha vivido un proceso de expansión y revisión continuo. En 1999, se presentó el primer informe GEM en el que participaron 10 países. Hoy, se ha transformado en un consorcio constituido por 64 equipos nacionales de todos los continentes, coordinados en torno a la Asociación de Investigación de Emprendimiento Global, conocida como GERA por sus siglas en inglés. Durante esta última década, no solo se ha logrado llenar el vacío de información que existía con respecto a la actividad emprendedora en el mundo, conformando una base armonizada que permite la comparación internacional, sino también se ha avanzado en la elaboración de un modelo que permita entender de la forma más precisa posible de qué manera el emprendimiento actúa como un fenómeno capaz de introducir cambios en la organización de la economía y favorecer, de ese modo, el desarrollo de las naciones. Con este fin, el proyecto GEM se plantea tres grandes objetivos:

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

Durante este tiempo, se ha llegado a la conclusión de que la relación entre el emprendimiento y el desarrollo es compleja y todavía no se comprende por completo. Por ello, en su décimo año, el GEM presenta un modelo conceptual revisado que trata de profundizar en el papel cambiante del emprendimiento según el nivel de desarrollo en el que se encuentra un país, así como en la forma en que dicho desarrollo afecta a las actitudes, actividad y aspiraciones de los emprendedores. Este modelo conceptual revisado toma como marco de referencia las diferentes fases del desarrollo identificadas por el Informe Global de Competitividad elaborado por el Foro Económico Mundial

En Chile el informe GEM se realiza desde 2003 y, a partir de 2007, se ha planteado el reto de ofrecer información representativa de la actividad emprendedora en cada una de sus regiones, pues se considera que para entender de mejor manera cómo contribuye el emprendimiento al cambio y al desarrollo económico es necesario incorporar la dimensión espacial y la variedad de las experiencias locales. En este sentido, el CEMP fue pionero al iniciar el estudio sobre la actividad emprendedora en la Región de Antofagasta y continuar con el segundo informe que aquí se presenta.

El estudio de campo para este informe fue realizado entre los meses de junio y julio de 2008, cuando la crisis económica mundial estaba todavía empezando a hacerse notar. Por consiguiente, este informe no refleja el impacto del ciclo económico en la actividad emprendedora de la Región de Antofagasta.

Este segundo informe GEM de la Región de Antofagasta está estructurado en tres partes: la primera desarrolla el Modelo Revisado del GEM, define los principales conceptos utilizados en el informe, describe la metodología aplicada y presenta los principales resultados del informe global del GEM, extraídos de Bosma et al. (2009); en la segunda parte, se analizan y se presentan los resultados sobre las características del emprendimiento en la Región de Antofagasta a partir de las encuestas a la población adulta; en la tercera parte, se describen los principales resultados sobre la valoración que los expertos realizan sobre el contexto emprendedor local. Por último, se concluye con algunas reflexiones en torno al emprendimiento en Antofagasta.

1. El Proyecto GEM.

1.1. El Modelo Conceptual Revisado del GEM.

Existe un amplio acuerdo sobre la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico (Carree y Thurik, 2003; Acs, 2006 y Audretch, 2007). Los emprendedores aceleran los cambios estructurales en la economía y fuerzan a las empresas maduras a ser más competitivas, contribuyendo así a mejorar la productividad. Se reconoce, además, que los emprendedores, sobre todo los de alto impacto, contribuyen de forma significativa a la creación de empleos (Acs, Parsons y Tracy, 2008).

Sin embargo, la influencia de los emprendedores en la economía varía según el nivel de desarrollo económico de los países (Wennekers et al., 2005 y Gries y Naude, 2008). Se sabe que el grado de necesidad que conduce al autoempleo es especialmente alto en países con bajos niveles de desarrollo económico, donde la economía no es capaz de sustentar un alto número de empleos en sectores altamente productivos. Tan pronto como la economía se desarrolla, su nivel de actividad emprendedora por necesidad declina gradualmente a medida que sus sectores productivos crecen y ofrecen más oportunidades de empleo. Al mismo tiempo, la actividad emprendedora motivada por la oportunidad tiende a elevarse, introduciendo un cambio cualitativo en la actividad emprendedora total. Esta disminución de la actividad emprendedora por necesidad seguida de un incremento en el emprendimiento por oportunidad es conocida como la hipótesis de la curva en forma de "U".

Si bien esta hipótesis ha recibido mucho apoyo por parte de los académicos estudiosos del tema, no refleja totalmente la complejidad de la relación causal entre emprendimiento y crecimiento económico. Por ello, este año la asociación del GEM (GERA, Global Entrepreneurship Research Association) ha introducido una diferenciación más matizada en las fases del desarrollo económico, siguiendo la tipología de Porter, Sachs y McArthur (2002), que distingue entre "economías basadas en los factores de producción", "economías basadas en la eficiencia" y "economías basadas en la innovación".

Emprendimiento en Economías basadas en factores de producción

El desarrollo económico consiste en cambios en la cantidad y las características del valor económico agregado (Lewis, 1954). Estos cambios resultan en mayor productividad e ingreso per cápita, y coinciden frecuentemente con la migración de trabajadores entre los diferentes sectores económicos de la sociedad, frecuentemente de los sectores primario y de extracción al manufacturero y eventualmente al de servicios (Gries y Naude, 2008). Los países con bajos niveles de desarrollo económico suelen tener un gran sector agrícola, que proporciona subsistencia para la mayoría de la población, localizada en zonas rurales. Esta situación cambia cuando la actividad industrial empieza a desarrollarse, con frecuencia en torno a la extracción de recursos naturales. El crecimiento provocado por el desarrollo de la industria extractiva, lleva a que el exceso de población agrícola migre hacia los sectores emergentes, a menudo concentrados en regiones específicas. El exceso de oferta de trabajo resultante alimenta el emprendimiento de subsistencia en las aglomeraciones urbanas, en la medida en que el exceso de trabajadores busca crear oportunidades de autoempleo para ganarse la vida.

Emprendimiento en Economías basadas en la Eficiencia

A medida que el sector industrial se desarrolla, surgen instituciones que apoyan la industrialización y la formación de economías de escala a fin de conseguir una mayor productividad. Típicamente, las políticas económicas que buscan promover economías de escala dan lugar a instituciones económicas y financieras que favorecen a las grandes empresas. El aumento de la productividad económica lleva a la formación de capital financiero, y permite que puedan abrirse nichos en las cadenas de proveedores industriales. Esto combinado con el financiamiento desde un sector bancario emergente, amplía las oportunidades para el desarrollo de actividades manufactureras a pequeña y mediana escala. Por lo tanto, en una economía intensiva en escala, se espera que la actividad basada en la necesidad caiga gradualmente y de lugar a un sector manufacturero a pequeña escala emergente.

Emprendimiento en Economías basadas en la Innovación

Cuando una economía madura y aumenta la riqueza, se puede esperar que el énfasis en la actividad industrial gradualmente se desplace hacia la expansión del sector de servicios que cubre las necesidades de una población cada vez más rica ofreciendo los servicios normalmente esperados en una sociedad de elevados ingresos. El sector industrial evoluciona y mejora en variedad y sofisticación. Tal desarrollo está típicamente asociado con el incremento de la investigación y desarrollo y con la aparición de instituciones generadoras de conocimiento en la economía. Se abre así una vía para el desarrollo de una actividad innovadora y motivada por la busca de oportunidades y que no teme afrontar los desafíos que plantea la economía actual. Con frecuencia las empresas pequeñas e innovadoras disfrutan una ventaja productiva sobre las grandes empresas, permitiéndoles operar como “agentes de la destrucción creativa”. En la medida que las instituciones económico financieras creadas durante la fase de desarrollo basado en la escala son capaces de acomodar y apoyar la actividad emprendedora por oportunidad, pueden emerger empresas innovadoras que actúan como motores del crecimiento económico y creación de riqueza (Henrekson, 2005).

Emprendimiento: Actitudes, Actividad y Aspiraciones

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

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

Las actitudes emprendedoras son actitudes hacia el emprendimiento. Por ejemplo, en la medida en que la gente piense que hay buenas oportunidades para iniciar un negocio, o que se le asigne un status alto a los emprendedores, podrían ser consideradas actitudes emprendedoras. Otras actitudes importantes podrían incluir el nivel de riesgo que los individuos estén dispuestos a aceptar y la percepción de sus propias habilidades, conocimiento y experiencia en la creación de negocios.

Las actitudes emprendedoras pueden influir la actividad emprendedora pero también pueden ser influidas por ésta. Por ejemplo, la legitimidad del emprendimiento en la sociedad, expresada en actitudes emprendedoras positivas, pueden ser influenciadas por el hecho de conocer a una persona que haya iniciado un negocio recientemente. Esto puede ser función tanto del nivel de actividad emprendedora como de las redes sociales. Individuos que conocen a otras personas que recientemente han iniciado una empresa pueden, mediante la familiaridad con el proceso, ser más propensos a ver este proceso como legítimo.

Las actitudes emprendedoras son importantes porque expresan los sentimientos generales de la población hacia los emprendedores y el emprendimiento. Es importante que los países tengan personas que puedan reconocer oportunidades de negocios importantes, y que perciban que tienen las habilidades requeridas para aprovechar esas oportunidades. Más aún, si las actitudes nacionales hacia el emprendimiento son positivas, esto generará apoyo cultural, ayuda, recursos financieros y redes que beneficien a aquellos que son emprendedores o quieren iniciar un negocio.

La actividad emprendedora es polifacética, pero un aspecto importante es la medida en que la gente crea nuevas empresas, tanto en términos absolutos como relativos en relación a otras actividades económicas, tales como los cierres de empresas. Dentro de los nuevos negocios, se pueden distinguir diferentes tipos de actividad emprendedora. Por ejemplo, la creación de empresas puede variar según los sectores industriales, el tamaño del equipo fundador, si la nueva empresa es legalmente independiente de otros negocios, y las características demográficas de los fundadores, como sexo, edad o educación.

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

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

Condiciones Marco del Emprendimiento

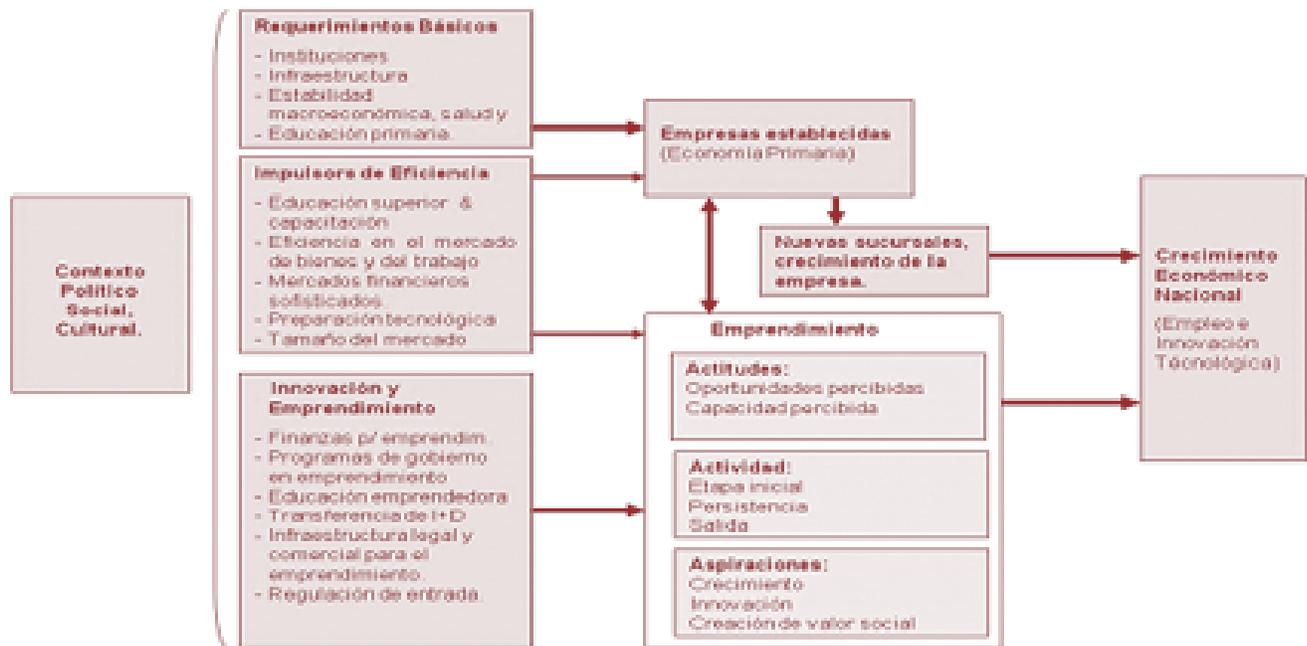
Las condiciones marco del emprendimiento reflejan las principales características del medio socio económico de un país que se espera tengan un impacto significativo en el actividad emprendedora. Al igual que en el modelo original del GEM, el modelo revisado mantiene que, en un país, se pueden dar diferentes condiciones para la actividad empresarial establecida y para los nuevos negocios. Lo nuevo del modelo revisado, es que estas condiciones se relacionan con la fase de desarrollo económico de los países. Las condiciones nacionales importantes para las economías basadas en factores de producción y las impulsadas por la eficiencia han sido tomadas del Informe Global de Competitividad 2008-2009 (Porter y Schwab, 2008). En lo que respecta a las economías basadas en la innovación, el modelo revisado del GEM hace una contribución al Informe Global de Competitividad sobre el desarrollo económico, identificando las condiciones marco que les son específicas para la innovación y el emprendimiento. Tal como Acs et al. (2003) proponen, es el mecanismo emprendedor el que convierte la innovación en producto. La falta de emprendimiento puede ser vista como un cuello de botella para que los países basados en la innovación logren un mayor crecimiento.

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

El Modelo GEM revisado se presenta en la Figura 2. Para las economías impulsadas por los factores de producción, el énfasis está puesto en requerimientos básicos: desarrollo institucional, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria. Estos requerimientos básicos ayudarán a sostener el emprendimiento por necesidad, pero podrán hacer muy poco para generar negocios por oportunidad. Conforme las economías progresan y las economías a escala se vuelven más relevantes, otras condiciones, que aseguran el funcionamiento adecuado del mercado, llamadas impulsores de la eficiencia, cobran importancia. Aunque esas condiciones no están directamente relacionadas con el emprendimiento en el sentido Shumpeteriano, sí lo están de manera indirecta dado que el desarrollo de los mercados también atraerá más emprendimiento. Para los países cuyo desarrollo económico es principalmente impulsado por la innovación, las condiciones marco cobran más relevancia como determinantes del desarrollo económico que como requerimientos básicos o impulsores de eficiencia.

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

Figura 2. El Modelo GEM Revisado.



Fuente: Bosma et al. (2009)

1.2. Definición de Emprendimiento

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

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

El GEM es un estudio social dirigido a individuos. Desde la perspectiva del GEM, las personas son los agentes primarios 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 comparaciones confiables 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 las incertidumbres estadísticas propias de los datos agregados (nacionales). Por ello, se publican intervalos de confianza de los índices de emprendimiento obtenidos. En contraste, los datos de los registros de empresas no requieren intervalos de confianza por suponerse que incorporan la práctica totalidad del universo de empresas. Sin embargo, existen, según el país, distintas fuentes de errores como, por ejemplo, el que algunos negocios pueden no estar registrados en las bases de datos, mientras que otros pueden estarlo solo por razones fiscales sin ocurrir una actividad emprendedora. El grado en el cual estas prácticas suceden varía mucho entre países.
- El GEM estudia a las personas que están formando un negocio u empresa (empresarios nacientes), así como a quien posee y administra negocios que ya han iniciado actividades. Esto incluye a trabajadores por cuenta propia y otros empresarios que no se registran necesariamente como empresas. El GEM además mide actitudes y opiniones acerca de la actividad emprendedora.
- El GEM no ofrece cifras sobre el número de negocios y la creación de nuevas empresas. Su objetivo es medir el espíritu emprendedor y la actividad emprendedora en las diversas fases de la existencia de los negocios. Por lo tanto, no es la fuente más apropiada para estudiar las características de las empresas. Para estos fines, los datos de los registros de actividades son preferibles a los del GEM (con la excepción de países como España y el Reino Unido, donde las muestras del GEM son muy amplias).
- Algunas características de los negocios, que no están generalmente disponibles en los registros de actividades, se pueden inferir del GEM. Algunos ejemplos son las motivaciones para ser emprendedores, el grado de innovación en las actividades emprendedoras y las expectativas de crecimiento. Sin embargo, estas características siempre deben ser derivadas de muestras suficientemente grandes, por lo que es útil combinar las muestras del GEM de varios años.

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

Figura 3: El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM.

Fuente: Reynolds et al. (2005)

El GEM mide esa dinámica empresarial con el índice TEA de las siglas en inglés Total Entrepreneurship Activity o Índice de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales También, considera a los emprendedores que son dueños y administran una empresa ya establecida que ha estado operativa más de 42 meses, denominándolos Emprendedores Establecidos (Figura 3). 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 altos niveles de emprendimientos establecidos y bajo grado de actividad emprendedora, supone la existencia de escaso dinamismo de la actividad emprendedora (Reynolds et al., 2005).

1.3. Metodología del proyecto GEM

La metodología del GEM no solo permite obtener una gran cantidad de información estandarizada sobre la actividad emprendedora de cada país sino también comparar entre los países participantes del proyecto. Esta metodología incluye información de las siguientes fuentes:

- La aplicación de una encuesta general a una muestra representativa de la población adulta entre 18 y 64 años, denominada Adult Population Survey (APS). La encuesta, estandarizada y traducida al idioma correspondiente de cada país y región, se aplica en la mayoría de países y regiones a través de una entrevista telefónica. El cuestionario incluye preguntas precisas acerca de la participación, las actitudes y las aspiraciones frente al emprendimiento. La muestra de la APS en cada país es de al menos 2.000 adultos y, si se incorporan sus regiones, se calcula una muestra representativa para cada una de ellas. En el caso de Antofagasta, la muestra fue de 521 individuos. La información recogida mediante esta fuente permite medir las actitudes, actividad y aspiraciones emprendedoras.

- Una amplia selección de datos nacionales estandarizados de diferentes fuentes tanto internacionales (Banco Mundial, Naciones Unidas, FMI) como nacionales y regionales. 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 por considerarse expertos en las condiciones relacionadas con el contexto emprendedor del modelo conceptual del GEM. Esta encuesta es conocida como National Expert Survey (NES).

El cuestionario incluye diferentes aspectos del contexto emprendedor del País/Región y se aplica todos los años. En la Región de Antofagasta, se entrevistó a 48 personas. Esta información permite estimar las condiciones generales del contexto emprendedor.

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

También es importante mencionar que, en el informe global, cada año se introduce un tópico especial en el cual se profundiza su análisis. En el año 2008 el tópico escogido fue Educación y Capacitación para el Emprendimiento¹.

1.4. Resumen de los principales resultados internacionales del GEM 2008.

En el estudio GEM 2008 participaron 43 países (cuadro 3) que fueron agrupados en las tres fases de desarrollo económico antes mencionadas, de acuerdo al Informe de Competitividad Global 2008-2009 (Porter & Schwab, 2008). Las fases de desarrollo económico se establecen según el PIB per cápita y en función de su dependencia de los recursos naturales estimada a partir de la participación de los bienes primarios en la exportación.

Cuadro 3. Grupos de países usados en el informe global GEM para el año 2008.

Economías basadas en factores de producción: Angola, Bolivia, Bosnia y Herzegovina Colombia*, Ecuador*, Egipto, India, Irán**

*Economías basadas en eficiencia: Argentina, Brasil, Chile, Croacia**, República Dominicana, Hungría**, Jamaica, Latvia, Macedonia, México, Perú, Rumanía, Rusia, Serbia, Sudáfrica, Turquía y Uruguay.*

Economías basadas en innovación: Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Islandia, Irlanda, Israel, Italia, Japón, República de Corea, Holanda, Noruega, Eslovenia, España, Reino Unido, Estados Unidos.

* Países en transición: de una economía basada en factores de producción a una basada en eficiencia.

** Países en transición: de una economía basada en la eficiencia a una basada en innovación.

La tabla 1 muestra varios indicadores del GEM referentes a las percepciones de las personas en relación al emprendimiento en cada uno de los 43 países del GEM en 2008. Algunos países tienen percepciones favorables del emprendimiento combinadas con bajas tasas en la intención de emprender. Ese es el caso de muchos países europeos basados en innovación. En otras palabras, a pesar de que las actitudes y las percepciones favorables hacia el emprendimiento son bastante altas, el atractivo de convertirse en un emprendedor parece ser bajo para muchos europeos en comparación con otras fuentes posibles de ingreso. Varias características nacionales pueden ser las causas subyacentes de este fenómeno. Podría ser la existencia de una cantidad de trabas burocráticas asociadas a la constitución de una empresa, las cuales estarían reduciendo el atractivo de emprender. Podría, también, ser que la protección del empleo sea alta, lo que desanimaría a los empleados con percepciones emprendedoras positivas a ser emprendedores. Otro efecto de la protección del empleo es que los potenciales emprendedores pueden pensar cuidadosamente antes de contratar empleados debido a las pérdidas sustanciales en las que incurrirían si sus empleados terminan siendo inadecuados para el trabajo o si tuviesen que reducir el número de trabajadores.

El miedo al fracaso es frecuentemente considerado como un componente cultural importante en detrimento de la actividad de nuevas empresas. Sin embargo, ese efecto no ha sido completamente confirmado.

¹ Los detalles de este tópico especial se encuentra en Global Entrepreneurship Monitor 2008 Executive Report (www.gemconsortium.org).

Cada año, el GEM le pregunta a una muestra aleatoria de individuos si el miedo al fracaso podría disuadirlos de comenzar un negocio. Esta pregunta tiene sentido si es que los individuos no están actualmente involucrados en un emprendimiento, pero perciben que existen buenas oportunidades de iniciar un negocio. Si el miedo al fracaso prevalece entre aquellos que, en principio, ven buenas oportunidades de iniciar un negocio, podría justificarse la intervención para reducirlo.

Para muchos países con economías basadas en recursos y en eficiencia, se ha observado que la diferencia entre las percepciones emprendedoras y las intenciones emprendedoras son relativamente pequeñas, incluso negativas. Esto sugiere que existen bajos costos de oportunidad para la actividad emprendedora y más emprendimiento basado en necesidad.

Tabla 1. Actitudes y percepciones emprendedoras en los 43 países del GEM 2008.

	Buenas oportunidades de iniciar un negocio en los próximos 6 meses ^{a)}	Temor a al fracaso frena la iniciación de un nuevo negocio ^{b)}	Conoce a persona que ha iniciado un negocio en los dos últimos años ^{a)}	Requiere conocimiento o habilidades para iniciar un nuevo negocio ^{a)}	Espera iniciar un nuevo negocio en los próximos 3 años ^{a)}	Actitudes percibidas por los individuos en los países	
						Emprendimiento considerado como una carrera deseable ^{c)}	Atención de los medios comunicacional emprendimiento ^{c)}
<i>Economías basadas en factores</i>							
Angola	74	45	71	44	27	49	46
Bolivia	52	49	38	67	38	81	60
Bosnia y Herzegovina	50	26	39	62	25	82	60
Colombia	65	41	34	54	60	92	78
Ecuador	50	35	33	66	37	79	57
Egipto	40	25	40	53	35	73	57
India	58	46	56	45	33	67	81
Irán	35	22	45	58	36	57	53
<i>Economías basadas eficiencia</i>							
Argentina	48	40	30	53	15	69	80
Brasil	44	43	44	49	26	68	78
Chile	30	34	41	54	29	80	44
Croacia	53	36	51	56	10	70	61
República Dominicana	58	31	54	70	30	92	64
Hungría	26	47	26	43	6	48	19
Jamaica	52	26	46	65	17	81	71
Latvia	37	37	33	23	7	75	71
Macedonia	47	35	46	52	39	80	66
México	59	31	50	55	26	66	52
Perú	60	38	50	66	34	82	71
Rumania	45	52	36	21	9	.	56
Rusia	39	66	33	14	3	60	50
Serbia	56	28	52	60	31	72	67
Sudáfrica	60	38	41	31	13	65	69
Turquía	47	39	27	44	21	72	63
Uruguay	57	33	40	58	17	71	67
<i>Economías basadas innovación</i>							
Bélgica	23	30	28	34	6	47	38
Dinamarca	69	43	43	30	5	57	32
Finlandia	54	32	46	30	5	46	71
Francia	34	53	33	25	13	63	48
Alemania	35	49	29	30	4	56	50
Grecia	35	55	35	46	13	76	55
Islandia	38	36	60	45	12	61	81
Irlanda	35	37	33	42	6	55	65
Israel	39	43	35	35	14	58	57
Italia	35	48	30	35	7	68	40
Japón	13	44	21	9	4	26	59
Corea	20	32	32	23	17	69	67
Holanda	54	33	32	30	4	85	61
Noruega	46	28	34	33	7	61	71
Eslovenia	55	33	50	44	7	58	67
España	32	52	36	43	5	68	43
Reino Unido	41	38	23	45	5	52	54
Estados Unidos	44	28	33	48	7	63	73

a) Denominador: población adulta activa no emprendedora 18-64 años

b) Denominador: población adulta activa no emprendedora 18-64 años que ve buenas oportunidades para iniciar un negocio.

c) Denominador: población 18-64 años.

Fuente: Bosma et al. (2009)

En el lado derecho de la tabla 1, se presentan los resultados de dos indicadores que miden las actitudes nacionales hacia el emprendimiento. El primero evalúa el porcentaje de habitantes que sienten que en su país el emprendimiento es considerado una opción de carrera deseable. Este indicador varía ampliamente en cada una de las tres fases del desarrollo económico. El segundo indicador se refiere a la popularidad del emprendimiento y pregunta por la percepción que tienen acerca de la cobertura que los medios de comunicación del país le dan al tema. En países que son economías basadas en recursos, estas actitudes no deberían ser la principal preocupación del gobierno. Sin embargo, en países que cuyas economías están fundamentalmente basadas en la eficiencia, se debería comenzar a prestar atención a las actitudes. La tabla 1 sugiere que las actitudes en Hungría pueden ser mejoradas, mientras que los países de América Latina, en general, tienen una actitud favorable al emprendimiento.

En los países basados en la innovación, algunas anomalías son visibles. Esto podría aportar pistas a los gobiernos sobre qué podrían hacer para estimular la actividad emprendedora. Por ejemplo, en Japón, la mayoría de las personas concuerda que existe una gran atención por parte de los medios de comunicación al emprendimiento, pero iniciar un negocio no es considerado una buena opción de carrera. El caso de Dinamarca es el contrario. Holanda, por su parte, muestra las tasas más altas de aprobación del emprendimiento como carrera, pese a que sólo el 4% de la población adulta (excluyendo a los emprendedores en etapas iniciales y a los establecidos) espera iniciar un negocio dentro de los tres próximos años. Es un país ejemplo en cuanto apoyo al emprendimiento, a pesar de que el mercado de trabajo también es favorable.

El caso de Chile es también interesante dado que, en general, la población considera que emprender es una opción deseable (80%). Sin embargo, sólo un 30% de la población adulta (excluyendo a los emprendedores) estima que hay buenas oportunidades y el 29% manifiesta que tenía intenciones de iniciar un negocio. Más adelante se analizarán estas actitudes y percepciones sólo para el caso de la Región de Antofagasta.

Respecto a la actividad emprendedora, la tabla 2 muestra la participación de cada uno de los países en las diversas fases del proceso emprendedor. No es una sorpresa que en las economías basadas en recursos, con muchas actividades de negocios de pequeña escala y de carácter local, la tasa de participación sea alta para la actividad emprendedora de etapas iniciales y para la actividad de negocios establecidos. Para Angola, sin embargo, la tasa de actividad de negocios establecidos es muy pequeña comparada con la de otras economías basadas en recursos, mientras que la tasa de negocios descontinuados es muy alta. Estos hallazgos pueden estar reflejando la reciente salida de Angola de una prolongada guerra civil y del estado de intranquilidad.

En Estados Unidos, hay más actividad emprendedora en etapas iniciales que en los países de la Unión Europea y Japón. La tasa de emprendimiento en etapas iniciales en Japón ha estado aumentando gradualmente en los años recientes y es, ahora, similar al promedio de la Unión Europea. Algunos países europeos y, de forma más notable, Bélgica, Alemania y Francia tienen consistentemente las tasas más bajas. Esto, tal vez, refleje que la aversión al riesgo es relativamente más alta entre los habitantes europeos y, al igual, su declarada preferencia relativa por el empleo frente al auto-empleo. Pero también indica que hay buenas alternativas de trabajo disponibles. En este sentido, es posible que en Europa, el comportamiento emprendedor se manifieste más dentro de las empresas establecidas, lo que se conoce como "intra-emprendimiento" o "emprendimiento corporativo".

Tabla 2. Tasas de Actividad Emprendedora en las diferentes etapas del proceso emprendedor, por países y fases de desarrollo.

	Tasa de Actividad Emprend. Naciente	Tasa de Nuevos Empresarios	Actividad Emprend. En etapas iniciales (TEA)	Tasa de Empresarios Establecidos	Tasa de Actividad Emprend. Total	Tasa de Discontinuidad de los Negocios	Tamaño de la Muestra
<i>Economías basadas en factores</i>							
Angola	19.3	4.1	22.7	4.1	26.0	23.4	1,490
Bolivia	17.4	14.3	29.8	19.1	45.6	10.5	1,879
Bosnia y Herzegovina	6.4	2.7	9.0	8.7	17.1	5.0	1,586
Colombia	13.8	11.7	24.5	14.1	36.7	7.1	2,000
Ecuador	8.7	9.1	17.2	11.9	28.1	5.9	2,142
Egipto	7.9	5.5	13.1	8.0	20.2	6.3	2,603
India	6.9	4.9	11.5	16.5	27.6	10.1	1,919
Irán	5.9	3.4	9.2	6.8	15.7	5.2	3,119
<i>Economías basadas en eficiencia</i>							
Argentina	8.5	8.5	16.5	13.5	29.6	10.2	1,731
Brasil	2.9	9.3	12.0	14.6	26.4	3.5	2,000
Chile	8.6	5.8	14.1	6.8	20.2	5.8	4,068
Croacia	4.9	2.8	7.6	4.8	12.3	2.9	1,696
República Dominicana	11.7	9.8	20.4	8.2	27.9	11.3	2,013
Hungría	3.8	2.8	6.6	5.3	11.8	1.1	1,994
Jamaica	9.0	7.1	15.6	9.1	24.3	8.9	2,399
Latvia	3.9	2.8	6.5	3.0	9.4	1.7	2,011
Macedonia	7.2	7.7	14.5	11.0	24.8	5.3	1,746
México	9.3	4.0	13.1	4.9	17.8	13.6	2,433
Perú	19.7	6.8	25.6	8.3	32.7	10.4	1,990
Rumanía	2.5	1.6	4.0	2.1	5.9	2.2	1,667
Rusia	1.7	2.0	3.5	1.1	4.4	1.1	1,660
Serbia	4.0	3.6	7.6	9.3	16.5	3.7	1,813
Sudáfrica	5.7	2.1	7.8	2.3	9.9	5.8	2,719
Turquía	3.2	3.0	6.0	4.8	10.7	3.9	2,400
Uruguay	7.7	4.4	11.9	7.9	19.3	9.1	1,645
<i>Economías basadas en innovación</i>							
Bélgica	2.0	0.9	2.9	2.6	5.3	1.5	1,997
Dinamarca	2.3	2.3	4.4	4.4	8.4	1.9	2,012
Finlandia	4.1	3.3	7.3	9.2	16.0	2.1	2,011
Francia	3.8	1.9	5.6	2.8	8.2	2.2	1,573
Alemania	2.4	1.5	3.8	4.0	7.7	1.8	4,751
Grecia	5.3	4.6	9.9	12.6	22.0	2.9	1,962
Islandia	6.5	3.6	10.1	7.1	16.7	3.4	2,002
Irlanda	3.3	4.3	7.6	9.0	16.3	3.6	1,924
Israel	3.5	3.1	6.4	4.5	10.6	3.2	1,778
Italia	2.0	2.7	4.6	6.5	11.0	1.8	2,970
Japón	3.2	2.3	5.4	7.9	12.7	1.0	1,879
Corea	3.5	6.5	10.0	12.8	22.6	4.7	2,000
Holanda	2.1	3.2	5.2	7.2	12.3	1.6	2,534
Noruega	5.0	4.0	8.7	7.7	15.8	3.4	1,614
Eslovenia	4.1	2.4	6.4	5.6	11.8	1.3	3,019
España	3.3	3.9	7.0	9.1	14.8	1.3	30,879
Reino Unido	3.1	2.9	5.9	6.0	11.7	2.1	5,892
Estados Unidos	5.9	5.0	10.8	8.3	18.7	4.4	3,441

Fuente: Bosma et al. (2009)

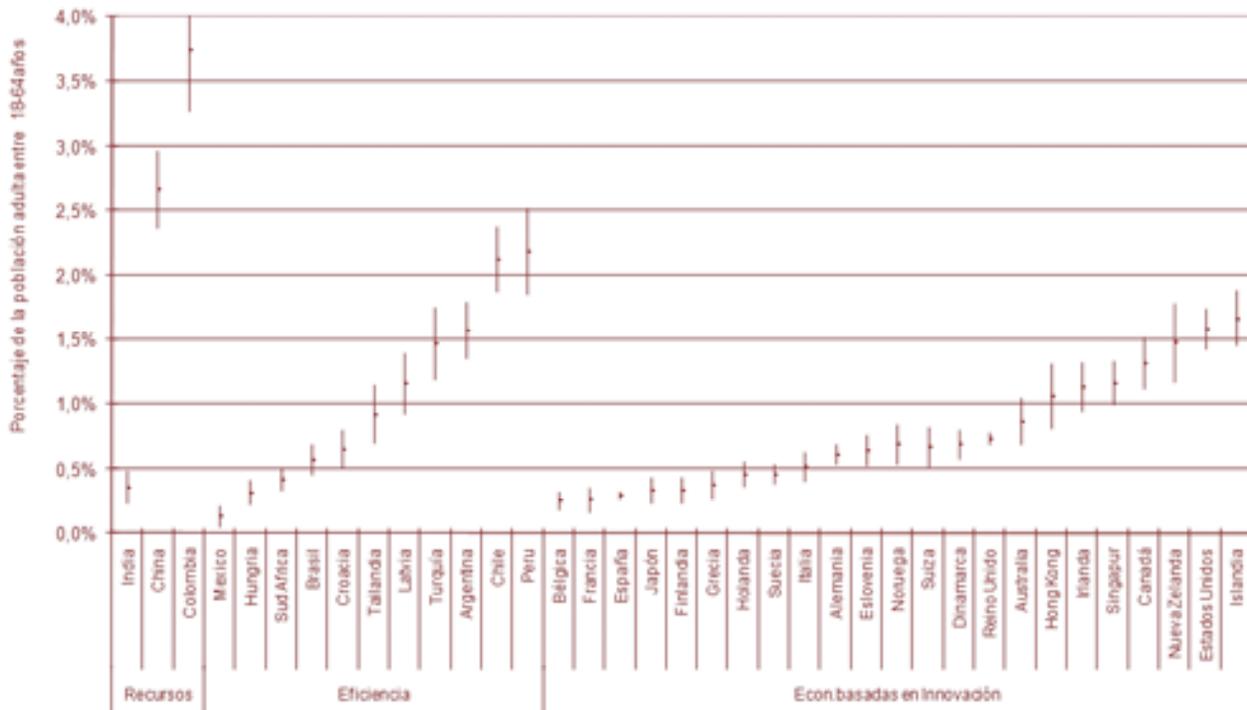
Chile presenta una pequeña disminución del indicador TEA respecto al año anterior de un 13,4% al 12,9%. Según Amorós y Guerra (2009), esta disminución se debe principalmente a la caída del indicador de nuevos empresarios de un 6,5% a un 4,8%. Si bien la actividad emprendedora naciente aumentó de 7,3% a un 8,2%, lo que estos indicadores analizados conjuntamente pueden estar representando es que en el ciclo o evolución de una etapa a otra, un porcentaje de emprendedores nacentes hacia nuevos empresarios no lograron consolidar sus negocios o abandonaron sus actividades emprendedoras y, a su vez, los nuevos empresarios también dejaron sus actividades emprendedoras. También se observa una disminución en los emprendedores establecidos del 8,7% en el año 2007 al 6,8% en el 2008. Si bien las disminuciones tanto en nuevos

empresarios como en establecidos no son muy considerables, aún es complejo inferir el cómo la situación económica general del país (y del mundo) está afectando la actividad emprendedora. Sin embargo, estos indicadores ya muestran algún signo de este fenómeno.

Por otro lado, el GEM para medir las aspiraciones emprendedoras utiliza indicadores relacionados con aspectos de competitividad e innovación y el deseo de hacer crecer el negocio. Respecto a este último, la metodología del GEM estima el porcentaje de la población adulta involucrada en la actividad emprendedora en etapas iniciales que manifestó tener expectativas de crear, al menos, un empleo durante los próximos 5 años.

Para el GEM un alto crecimiento implica la expectativa de los emprendedores en etapas iniciales de crear 20 ó más empleos en 5 años. Estas expectativas de alto crecimiento (HEA por su sigla en inglés) son muy escasas entre los emprendedores en etapas iniciales. De hecho, en promedio no más del 8% de los emprendedores manifiestan querer crear empleos a este ritmo. La figura 4 exhibe los indicadores HEA de una muestra de países que han participado en el GEM en el periodo 2002-2008 y cuya muestra en la encuesta a la población adulta permitió calcular un indicador significativo. Se observa que el indicador HEA como porcentaje de la población adulta no va más allá del 4%. Esta tasa puede variar entre países con ingresos similares. Entre las economías europeas, el Reino Unido y Alemania, claramente muestran índices superiores a Francia y España. En los países escandinavos, el nivel de HEA en Islandia es cuatro veces más que el de Finlandia. En economías basadas en la eficiencia y en los recursos, Colombia, China, Perú y Chile muestran las tasas más altas. De hecho el HEA de China es la mayor entre los países del GEM, a pesar de que no es estadísticamente diferente de los Estados Unidos, Nueva Zelanda e Islandia. La mayoría de los países de ingresos medios y bajos muestran menores niveles de HEA que los países de altos ingresos. Es destacable que la tasa HEA de la India es menos de un quinto que la China. Chile se sitúa con un HEA elevado, del 2,2% de la población adulta (Amorós y Guerra, 2009).

Figura 4. Tasa de emprendimiento en etapas iniciales con expectativas de Alto crecimiento (HEA).



Fuente: Bosma et al. (2009).

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

2.1. La Actitud emprendedora en la Región de Antofagasta

En relación con las percepciones individuales sobre el emprendimiento, la Encuesta a la Población Adulta (APS) pregunta a todas las personas de la muestra (emprendedores o no) si conocen a personas emprendedoras, si perciben buenas oportunidades, si ellos creen que tienen las habilidades y conocimientos para iniciar un nuevo negocio o empresa y si el miedo al fracaso es un impedimento para que inicien un nuevo negocio. Estas preguntas permiten hacer un balance sobre las percepciones, el potencial emprendedor, así como sobre las intenciones emprendedoras de los individuos no involucrados en la actividad emprendedora.

La tabla 3 muestra las respuestas obtenidas en la Región de Antofagasta y en Chile. El primer resultado destacable son las diferencias significativas existentes entre los individuos que no están involucrados en la actividad emprendedora y los que sí lo están, ya sea como emprendedores nacientes, nuevos o establecidos. Esta diferencia es especialmente acentuada entre los individuos no involucrados en la actividad emprendedora y los emprendedores nacientes, que es el grupo con una percepción más favorable sobre el entorno emprendedor. Un 73,9% de éstos conoce a alguna persona que ha iniciado un nuevo negocio durante los dos últimos años, frente a un 39,8% de los no emprendedores. Las diferencias con el resto de Chile no son significativas, a pesar de que en porcentaje los emprendedores de la Región superan al país en el conocimiento que tienen sobre otras personas que se encuentran iniciando un negocio.

La percepción de buenas oportunidades es parecida entre los distintos tipos de emprendedores en el país, variando entre un 36,4% en los emprendedores establecidos y un 40,5% entre los nacientes (tabla 3). La Región de Antofagasta destaca por el alto porcentaje de empresarios establecidos, que considera que habrá buenas oportunidades de negocios en la Región, un 60,7% frente al 36,4% del país.

Entre los emprendedores de la Región de Antofagasta existe una alta percepción de sus conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un nuevo negocio. De hecho, entre el 76% y el 86% de éstos declara poseer dichas aptitudes para iniciar un negocio, sin mostrar diferencias significativas entre grupos (tabla 3). Esta cifra, que parece exagerada, es, sin embargo, muy similar a la observada en el conjunto de Chile.

Finalmente, en Chile los no emprendedores tienen un mayor temor al fracaso. Casi un 40% afirma tener dicho miedo. Entre los emprendedores, el temor al fracaso está menos extendido, en todos los casos por debajo del 30%. Ya en la Región, el resultado es parecido al país cuando se trata de empresarios nuevos y establecidos, sin embargo en el caso de los empresarios nacientes, un 37% declara que el temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio, un porcentaje que incluso está ligeramente por encima de aquellas personas que no están involucradas en alguna actividad emprendedora.

Tabla 3. Percepción de los encuestados sobre los factores que influyen en el emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas)

<i>¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?</i>				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	39,8%	73,9%	66,7%	67,9%
Chile	42,8%	65,4%	61,8%	59,6%

<i>¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?</i>				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	13,4%	47,8%	36,4%	60,7%
Chile	21,4%	40,5%	39,2%	36,4%

<i>¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?</i>				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	52,9%	76,1%	84,8%	85,7%
Chile	54,0%	82,2%	84,8%	89,6%

<i>¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?</i>				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	34,4%	37,0%	27,3%	25,0%
Chile	39,2%	29,6%	27,6%	25,7%

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

La Encuesta a la Población Adulta también incluye preguntas sobre la consideración y el reconocimiento social de los emprendedores en la región y el país, en el entendido del estímulo que suponen para la actividad emprendedora. A este respecto, el 74% de los habitantes de la Región de Antofagasta considera que iniciar un negocio o empresa es una buena profesión. Esta percepción ha aumentado ligeramente con respecto al año pasado (72,2%), mientras que el reconocimiento y respeto sobre el éxito empresarial, ha disminuido ligeramente del 71,1% al 65% en el año. Además, más de un tercio de la muestra percibe que, en el ámbito nacional, los medios de comunicación informan con frecuencia sobre experiencias de emprendimientos exitosos, lo cuales, como se mencionó más arriba, podrían provocar un "efecto demostración", este porcentaje resultó significativamente inferior al del año anterior, un 65,8%, (tabla 4). Estas cifras están, además, ligeramente por debajo a las observadas en el conjunto del país.

Tabla 4. Factores de percepción general sobre el emprendimiento (porcentaje de respuestas afirmativas).

Preguntas:	Antofagasta	Chile
<i>En mi región la mayoría de las personas consideran que iniciar un negocio o empresa es una buena carrera o profesión</i>	74,0%	76,4%
<i>En mi región la mayoría de las personas que han sido exitosas en iniciar un negocio o empresa son bien reconocidas y respetadas.</i>	65,0%	66,9%
<i>En mi país se puede ver con frecuencia, en los medios de comunicación, historias de nuevos negocios o empresas exitosas.</i>	39,0%	43,0%

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

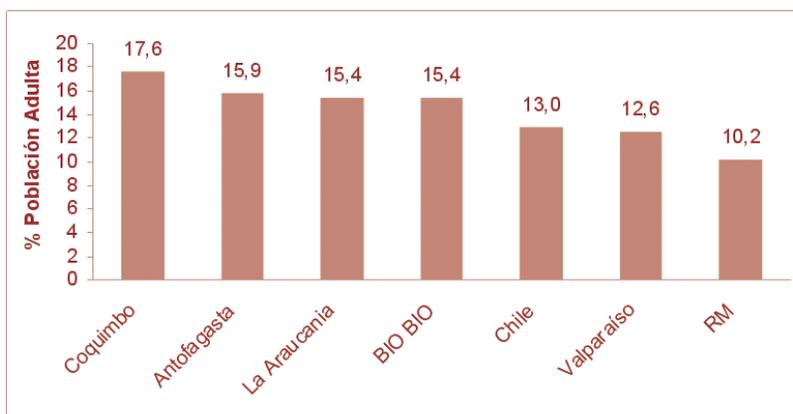
A pesar de ello, puede afirmarse que la percepción de la población adulta de la Región de Antofagasta sobre las capacidades y las oportunidades para emprender existentes es muy positiva. La Región es valorada mayoritariamente como un espacio favorable para el emprendimiento y las personas involucradas en actividades emprendedoras se consideran en porcentajes muy elevados capacitados para llevar a buen puerto sus negocios sin temor al fracaso. Entre la población existe además un fuerte reconocimiento social de la actividad emprendedora, sin embargo falta trabajar más en los medios de comunicación las historias de empresas exitosas.

2.2. La Actividad Emprendedora de la Región de Antofagasta

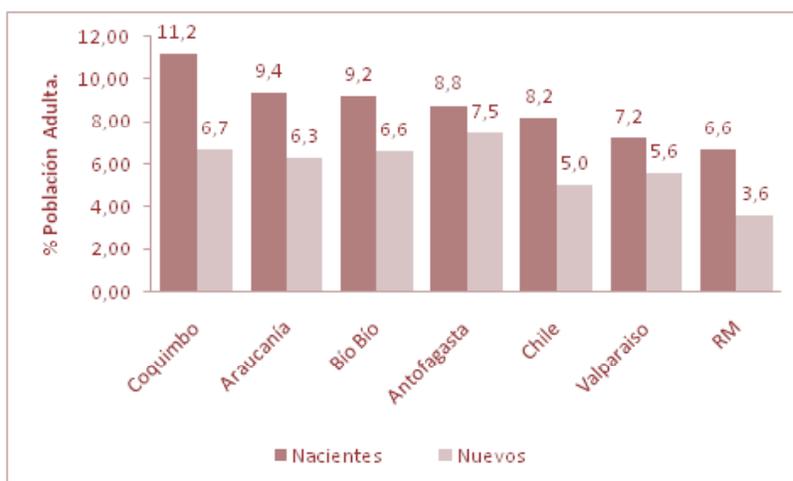
2.2.1 Tasas de emprendimiento

El índice de la actividad emprendedora en etapas iniciales en 2008 es del 15,9%, es decir que, en la Región de Antofagasta, aproximadamente, 16 de cada 100 individuos entre 18 y 64 años están involucrados en actividades emprendedoras en sus primeras etapas, ya sea como empresario naciente o nuevo empresario. El porcentaje obtenido por la región está por encima del país (13%) y ocupa el segundo lugar entre las seis regiones que participaron este año en el estudio, ligeramente superada por la región de Coquimbo. Si se compara con el año anterior, se ha producido un incremento de poco más de dos puntos porcentuales (figura 5). Respecto a estos resultados, cabe destacar que la Región Metropolitana presenta este año el menor índice de actividad emprendedora en etapas iniciales.

La figura 6, muestra las categorías que conforman la actividad emprendedora en etapas iniciales, es decir los emprendedores nacientes y los nuevos empresarios. Como se puede observar el primer grupo supera al segundo en todas las regiones que participaron del estudio, siendo Coquimbo la Región que presenta la tasa más alta de emprendedores nacientes, es decir de aquellos individuos que están involucrados en el establecimiento de su negocio. La Región de Antofagasta, se sitúa en el cuarto lugar, superando ligeramente la media nacional, Valparaíso y la Región Metropolitana. Un rasgo destacado de la Región de Antofagasta es que posee el mayor índice de nuevos empresarios (7,5%). También destaca que la brecha entre emprendedores nacientes y nuevos empresarios en la Región de Antofagasta, es la más baja. Este resultado es interesante pues refleja el dinamismo de la región y la sustentabilidad de los negocios en el tiempo, pues los nuevos empresarios son dueños o administradores de negocios con no más de 42 meses. Si se comparan estos resultados con el año anterior, se observa un incremento en la actividad emprendedora en etapas iniciales en la Región. Los emprendedores en etapas iniciales pasan de un 7,4% en 2007, a un 8,8% en 2008 y los nuevos empresarios de un 6,1% a un 7,5% en el mismo periodo.

Figura 5. Actividad emprendedora en etapas iniciales. Región de Antofagasta y otras regiones.

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

Figura 6. Actividad emprendedora en etapas iniciales en Antofagasta y regiones por tipo.

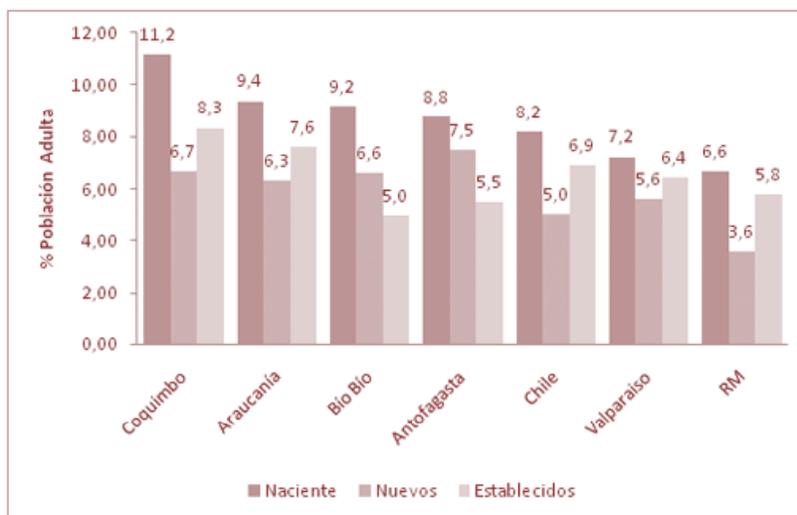
Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

El GEM considera que 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. Como se puede observar en la figura 7, proporcionalmente las tasas de empresarios establecidos superan a los nuevos empresarios en las regiones de Coquimbo, La Araucanía, Valparaíso, y Metropolitana y en el promedio del país, mientras que en las regiones del Bío Bío y Antofagasta, ocurre lo contrario. En el caso de la Región de Antofagasta, el porcentaje de emprendedores establecidos ha caído casi en tres puntos porcentuales, del 8,4% en 2007 al 5,4 en 2008. Este es un dato que plantea dudas sobre la capacidad de supervivencia de los negocios locales y preocupa, considerando que la encuesta en su momento todavía no había logrado capturar la crisis financiera, dado que fue aplicado entre los meses de junio y julio de 2008.

Si bien la Región de Antofagasta posee el mayor índice de actividad emprendedora en etapas iniciales después de Coquimbo, no debe olvidarse que este indicador del dinamismo regional tiene su contrapartida en el fracaso, muerte o simplemente discontinuación de los negocios. Según Atienza, Romaní y Aroca (2006), la Región es una de las que posee mayores tasas de nacimiento y muerte de Pymes ¿Cuál es la razón de esto?, ¿El propio dina-

mismo de los negocios?, ¿El contexto que no es proclive a la supervivencia de los emprendimientos? o ¿La falta de conocimiento de gestión de sus dueños? Con respecto a esta última interrogante, la percepción que tienen los emprendedores sobre sus conocimientos y habilidades es bastante positiva, de acuerdo a los resultados mostrados en el apartado anterior, la pregunta que surge entonces es ¿Por qué no son sustentables sus negocios en el tiempo? ¿Depende del tipo de negocio o quizás requieren de conocimiento más formalizado al respecto? Algunas de estas preguntas se analizarán más adelante.

Figura 7. Actividad Emprendedora en diversas etapas del proceso emprendedor.



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

En la tabla 5, se infiere a partir de la información recogida en el CENSO de 2002, aproximadamente cuántas personas de la Región de Antofagasta son, en estos momentos, empresarios nacientes, nuevos empresarios y empresarios establecidos de la Región. Es importante mencionar que estos datos deben tomarse con cautela dado el dinamismo demográfico de la Región durante los últimos años.

Tabla 5. Aproximación del número de habitantes de la Región de Antofagasta involucrados en alguna etapa de la actividad emprendedora.

Actividad Emprendedora	Índice	Nº Personas
<i>Emprendedores nacientes</i>	8,8%	26.985
<i>Nuevos emprendedores</i>	7,5%	22.999
<i>Personas involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales</i>	15,9%	48.757
<i>Emprendedores establecidos</i>	5,5%	16.866
<i>Personas involucradas en la actividad emprendedora</i>	20,9%	64.273

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a la población adulta 2008 y CENSO 2002.

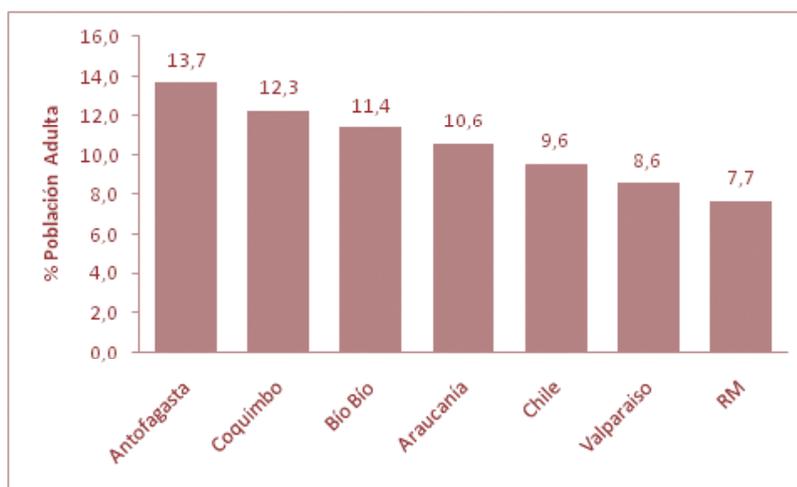
2.2.2. Motivos de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales

El proyecto GEM considera que los individuos que se involucran en alguna actividad emprendedora, ya sea como empresarios nacientes o nuevos empresarios, lo hacen porque identifican alguna oportunidad de negocio o porque no tienen otra opción laboral. De acuerdo con este criterio, se distingue entre el emprendimiento por oportunidad y el emprendimiento 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 negocio ².

La Región de Antofagasta muestra un fuerte contraste entre las tasas de emprendimiento por oportunidad y por necesidad. En el primer caso, se observa que la Región tiene la tasa más alta de emprendimiento en etapas iniciales motivadas por oportunidad (13,7%), superando en más de dos puntos porcentuales la obtenida el año 2007 (10,24%). Eso significa que, de cada 100 antofagastinos entre 18 y 64 años aproximadamente 14 emprenden por que identificaron una oportunidad en el mercado. Este porcentaje supera al resto de regiones que participaron en el estudio (figura 8). Llama la atención el bajo porcentaje obtenido en el año 2008, por la Región Metropolitana (7,7%), considerando que el año anterior superaba (12,6%) a las demás regiones incluyendo Antofagasta (Romaní y Atienza, 2008).

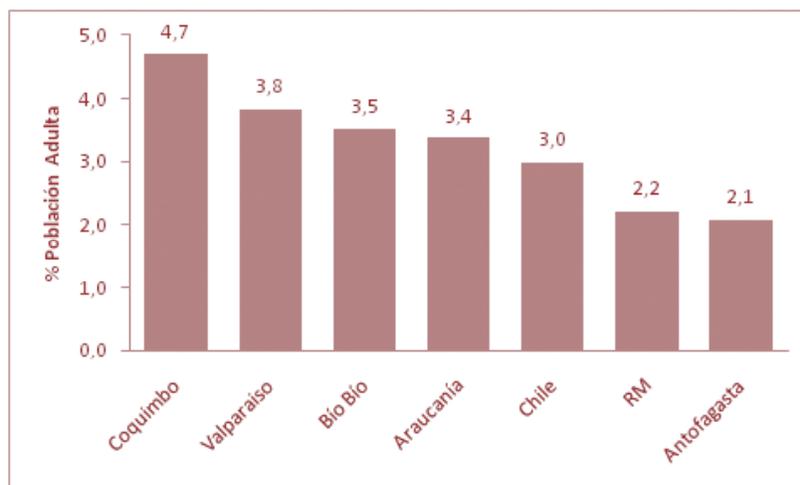
Por el contrario, cuando se consideran las tasas de emprendimiento por necesidad, la Región de Antofagasta pasa a ocupar, por segundo año consecutivo, el último lugar entre las regiones que participaron del estudio. La tasa de emprendimiento por necesidad en la Región es de 2,1%, cifra ligeramente por debajo de la obtenida el año 2007 (2,9%) (Figura 9). Llama la atención el resultado de la Región de Coquimbo, con una tasa de emprendimiento por oportunidad ligeramente inferior a la región de Antofagasta, y con la tasa más alta de emprendimiento por necesidad (4,7%). Una vez más estas tasas (oportunidad y necesidad) son un síntoma claro del crecimiento y dinamismo económico de la Región de Antofagasta durante los últimos años.

Figura 8. Actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad.



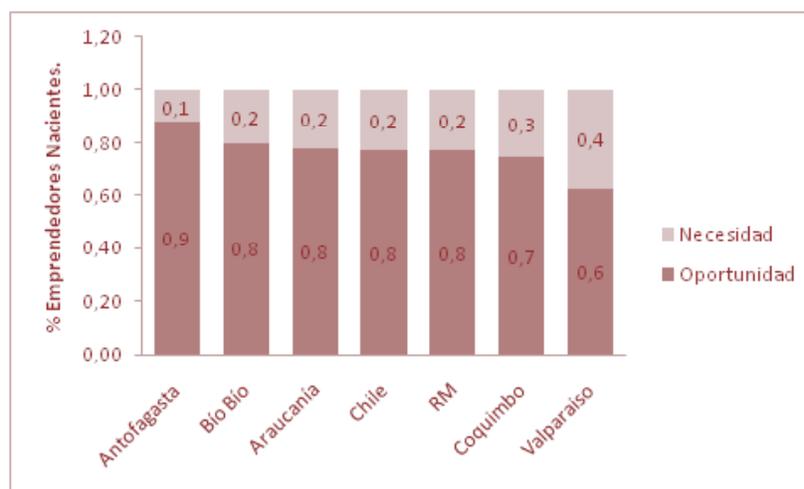
Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

² Ver Informe Global Entrepreneurship Monitor 2001 Executive Report, www.gemconsortium.org.

Figura 9. Actividad emprendedora en etapas iniciales por necesidad

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

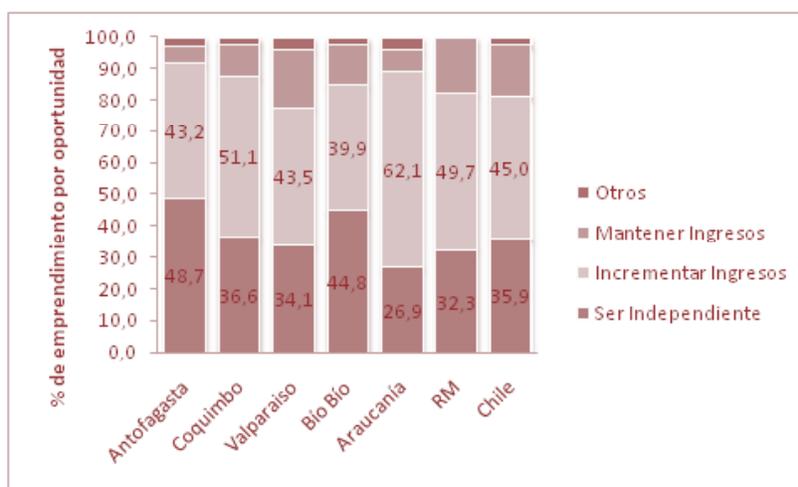
Cuando se hace esta misma clasificación solo para los empresarios nacientes, se observa que en la Región de Antofagasta el 90% de los mismos están involucrados en la apertura de su negocio porque identificaron una oportunidad de negocio y solo el 10% porque no le queda otra alternativa para subsistir. Situación diferente ocurre en la Región de Valparaíso por ejemplo, donde un 40% de los emprendedores están iniciando un nuevo negocio porque no les queda otra alternativa (figura 10). Estos datos evidencian una vez más el dinamismo económico de la Región anteriormente mencionado.

Figura 10. Emprendedores Nacientes por Oportunidad y Necesidad

Fuente: Encuesta a la población adulta 2008.

El GEM profundiza en sus categorías de emprendimiento por oportunidad y por necesidad y en 2007 redefine el concepto de emprendimiento por oportunidad en etapas iniciales. Desde ese año, este tipo de emprendimiento incluye el deseo de “ser independiente” y el de “querer aumentar los ingresos”, mientras que el deseo de “mantener el ingreso” no se considera una legítima manifestación del emprendimiento por oportunidad y, en consecuencia, no forma parte del indicador de oportunidad. Así, la figura 11 muestra los motivos de los emprendedores por oportunidad en etapas iniciales, donde se observa que la Región de Antofagasta, seguida de la Región del Bío Bío, tienen el mayor porcentaje de emprendedores por oportunidad motivados por el deseo de ser independiente. Por su parte, en la Región de la Araucanía el 62% de los emprendedores que identificaron una oportunidad de negocio lo hicieron motivados por el deseo de incrementar sus ingresos, mientras que el deseo de independencia en esta región pasa a un segundo plano. La región de Coquimbo es otra de las regiones donde el incrementar ingresos supera a la motivación de ser independiente. Los porcentajes obtenidos en la Región de Antofagasta, son similares a los obtenidos el año anterior.

Figura 11. Motivos del emprendimiento por oportunidad

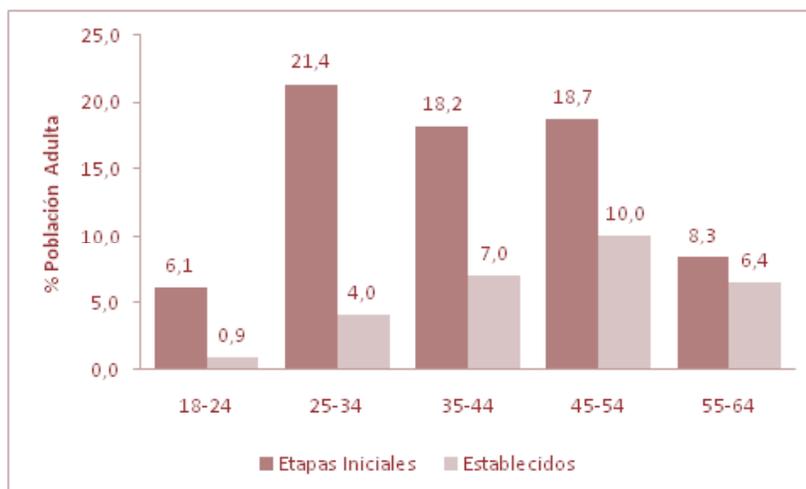


Fuente: Encuesta a la población adulta Chile 2008.

2.2.3 Características Demográficas de la Actividad Emprendedora

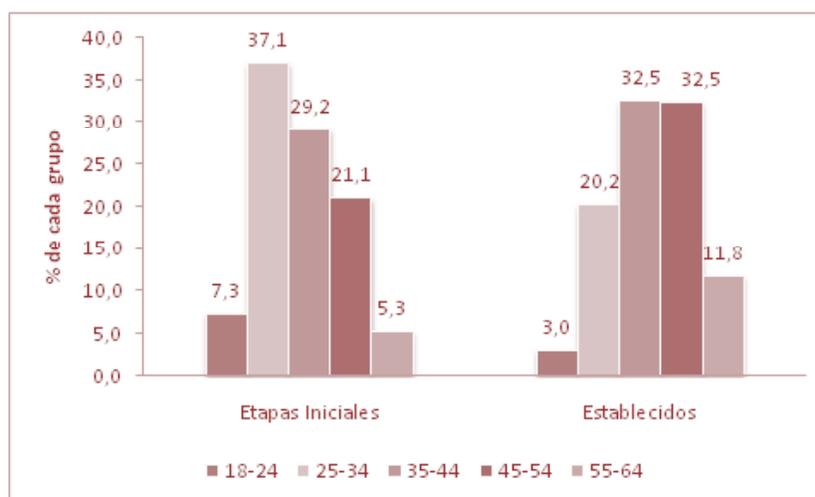
Indicadores de Edad y Género

La figura 12 muestra los rangos de edad de las personas involucradas en actividades emprendedoras en la Región tanto en las etapas iniciales como posteriores (establecidas). La edad promedio de ambos grupos no difiere significativamente, siendo 40 años en los emprendedores en etapas iniciales y 44 años en los establecidos. Estos resultados se mantienen con respecto a 2007. Si se comparan los datos obtenidos en la Región con los del país, se observa que no hay diferencias en el caso de los emprendedores en etapas iniciales pero sí cuando se trata de empresarios establecidos, el promedio de edad este tipo de emprendedores en el país asciende hasta los 49 años. Si comparamos los resultados del país con el promedio de los países del GEM, claramente se puede decir que en Chile el emprendimiento se inicia a una edad más tardía.

Figura 12. Tipos de actividad emprendedora por rangos de edad.

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

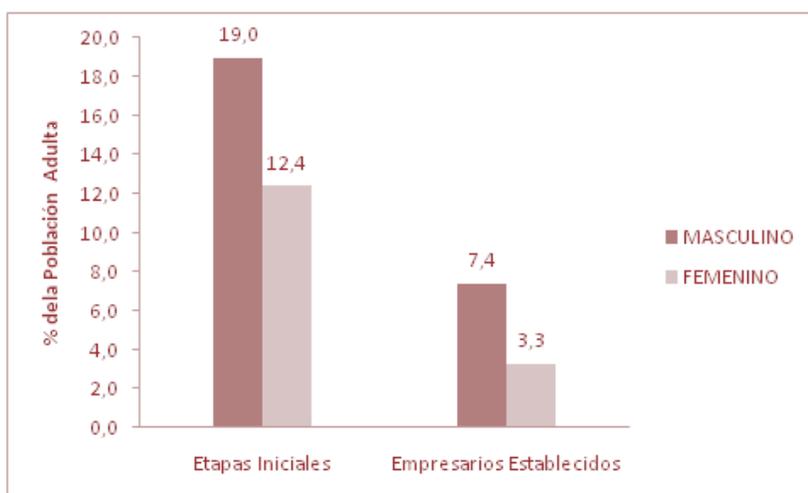
Si se calcula la proporción de cada rango de edad por tipo de actividad emprendedora, se observa claramente que el mayor porcentaje en el grupo de emprendedores en etapas iniciales se encuentra entre los 25 a 34 años (37,1%), mientras que en los empresarios establecidos, como es de esperar, el mayor porcentaje se sitúa entre los 35 y 54 años (65%) (figura 13).

Figura 13. Proporción de rangos de edad por tipo de actividad emprendedora

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

Desde la perspectiva de género, se observa un cambio importante con respecto a los resultados obtenidos el año anterior, en que no había diferencias significativas de género en el emprendimiento en etapas iniciales. En 2007, 12,5 de cada 100 adultos en la Región eran emprendedoras involucradas en las primeras etapas del proceso emprendedor, frente a 14 emprendedores hombres. Esta situación cambia en 2008, donde se observa un incremento considerable de hombres involucrados en actividades emprendedoras iniciales (19%), mientras que la proporción de mujeres permanece igual que el año anterior (12,4%), produciéndose una mayor brecha de género en el emprendimiento en sus primeras etapas (figura 14). Esta brecha de género se acorta en los emprendedores establecidos, donde la proporción de hombres respecto al año anterior cae del 12% al 7,4%, y la de mujeres cae, pero en menor proporción, del 4,5% al 3,3%. Llama la atención que la brecha que surge entre hombres emprendedores en etapas iniciales y empresarios establecidos, mientras que el año pasado esta brecha solo era relevante en el caso de las mujeres. Este aspecto y sus posibles causas se tratarán de analizar en mayor profundidad y detalle en el Informe Mujeres y Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta 2008-2009, el cual se publicará en su segunda versión este año ³.

Figura 14. Actividad Emprendedora por tipo y género



Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

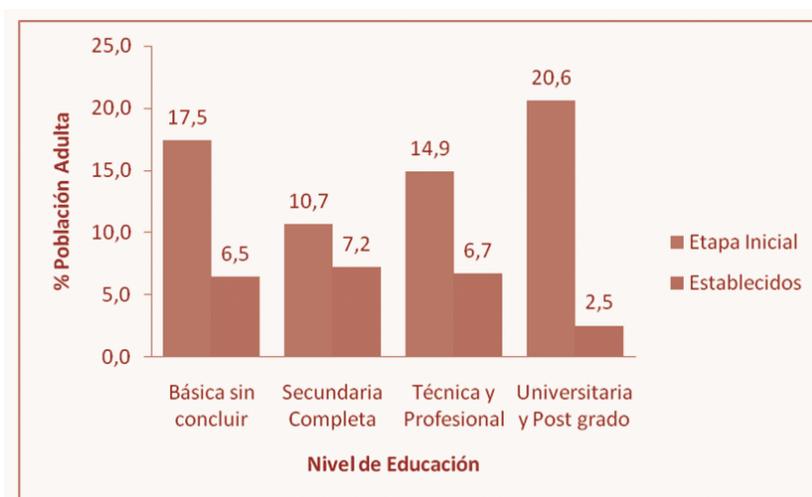
Indicadores de Nivel Educativo

El GEM utiliza indicadores estandarizados para medir el nivel educativo con el fin de poder compararlos internacionalmente. Se identifican cuatro categorías: educación básica sin concluir, secundaria completa, alguna educación post secundaria (educación técnica y profesional) y grado académico (educación universitaria y postgrados).

³ El primer informe sobre Mujeres y Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta 2007-2008, se puede descargar de www.cemp.ucn.cl

La figura 15, muestra los porcentajes de la población adulta de la Región de Antofagasta involucrada en alguna actividad emprendedora por nivel educativo. Resulta interesante observar que hay más involucrados en actividades emprendedoras en etapas iniciales con más calificación educativa, que empresarios establecidos. La brecha que destaca entre estos tipos de emprendedores surge al considerar la universitaria y postgrado. Hay un 20,6% de la población antofagastina que tiene educación universitaria y hasta postgrado y está involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales mientras que solo un 2,5% tienen el mismo nivel de educación y son empresarios establecidos. Estas diferencias son parecidas a las obtenidas el año pasado y se repite en el país (Amorós y Guerra, 2009). Es importante destacar también que en la Región de Antofagasta la proporción de emprendedores en etapas iniciales aumenta a medida que aumenta su nivel de educación a partir de la educación secundaria completa, mientras que la proporción disminuye en los empresarios establecidos a partir de ese mismo nivel de educación (figura 15).

Figura 15. Actividad Emprendedora por nivel educativo



Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

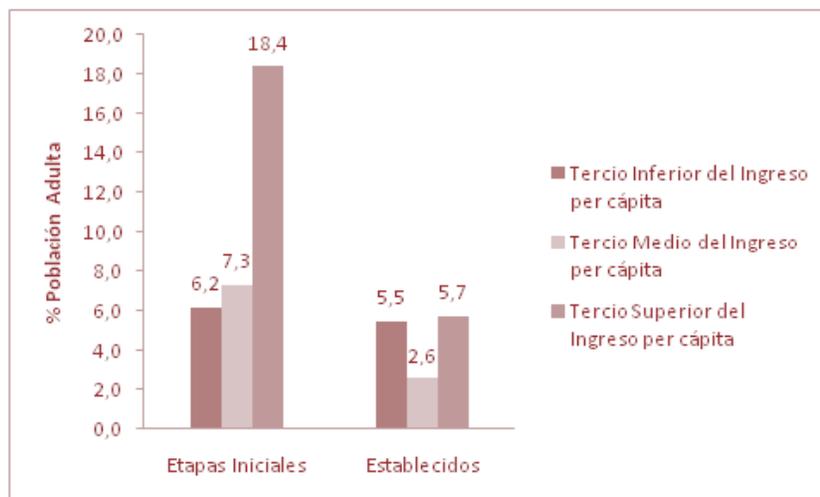
Nivel de Ingreso

Uno 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 hacer posible 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 tiene en cuenta las diferencias entre las rentas 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 2008, se ha producido en la Región de Antofagasta un ligero cambio en las proporciones de la población adulta en cuanto a su nivel de ingresos relacionados con la etapa de la actividad emprendedora en la que se encuentran. En el año 2007, el 10,8% de la población adulta del menor tercio de ingreso per cápita del país, estaba involucrado en actividades emprendedoras en sus primeras etapas. En 2008, la mayor proporción (18,4%) en esta etapa de actividad emprendedora se da en el tercio superior de ingreso. Una proporción muy inferior de la población adulta de este estrato de ingresos, un 5,7%, es empresario establecido en 2008 (figura 16). Existe una brecha entre la población con respecto al ingreso per cápita y la etapa del proceso emprendedor en la que se encuentran, parece que, a medida que aumenta el ingreso per cápita, aumenta

también la brecha en la etapa del proceso emprendedor en la que se encuentran, haciéndose más significativa en el tercio superior del ingreso per cápita. La explicación de estos resultados puede estar relacionada con el tipo de negocio que tienen los emprendedores, esto se averiguará en los siguientes apartados.

Figura 16. Nivel de ingresos y actividad emprendedora.

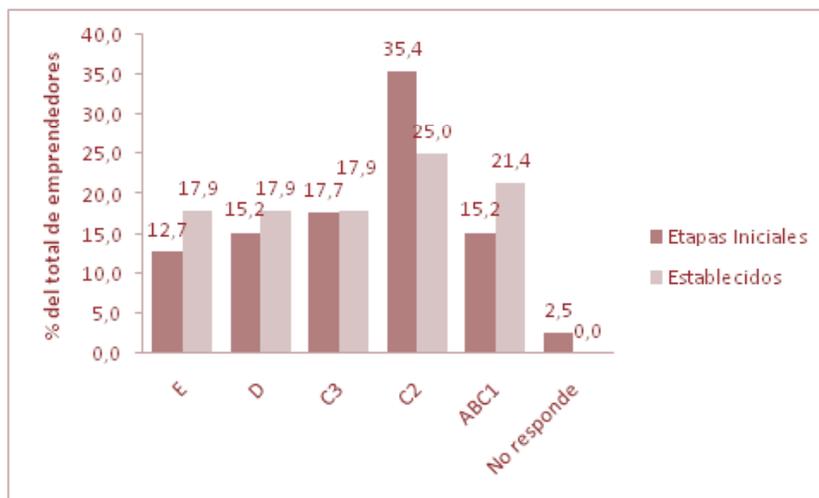


Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

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

- E: \$1 – 220.000;
- D: \$220.000 – 440.000;
- C3: \$440.000 – 670.000;
- C2: \$670.000 – 1.800.000; y
- ABC1: más de \$1.800.000.

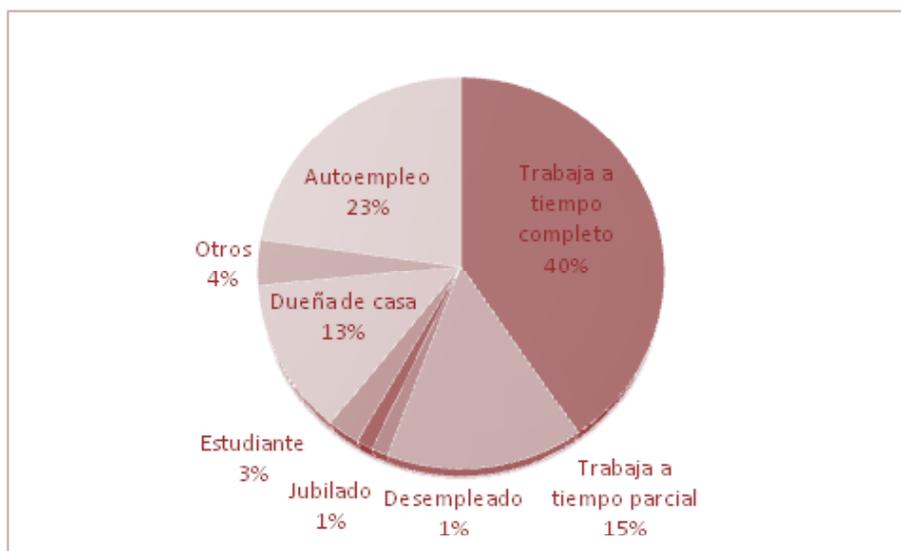
Cuando se utiliza esta clasificación, se observa que no hay diferencias significativas entre proporciones de emprendedores en las diferentes etapas del proceso emprendedor (etapas iniciales y establecidos) en los niveles socioeconómicos más bajos. Las diferencias entre grupos de emprendedores aparecen en los niveles socioeconómicos más altos, donde más de un tercio de los emprendedores en etapas iniciales tiene un ingreso familiar entre los \$670.000 y \$1.800.000 pesos (figura 17). Este porcentaje supera en casi 10 puntos al obtenido por los emprendedores establecidos en esa misma categoría socioeconómica. Sin embargo, como es de esperar el porcentaje de emprendedores establecidos con nivel socioeconómico ABC1 es superior a los emprendedores en etapas iniciales (21,4% frente a 15,2%). De estos resultados podría inferirse que la consolidación de los negocios conduce a grupos socioeconómicos más altos.

Figura 17. Actividad emprendedora según ingreso familiar.

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

Situación laboral de los emprendedores

En la Región de Antofagasta, el 40% de los emprendedores involucrados en las primeras etapas del proceso emprendedor, manifiesta estar trabajando a tiempo completo, un 15% trabaja a tiempo parcial y un 23% declara estar autoempleado, y solo un 1% de los emprendedores en esta etapa declara estar desempleado (figura 18). Destaca en este grupo la presencia de un 13% de dueñas de casa. Estos porcentajes difieren de los obtenidos el año anterior donde un porcentaje mayor (66%) declaraba trabajar a tiempo completo, un 20% a tiempo parcial y había una menor presencia de dueñas de casa (10%). Esta distribución cambia cuando se trata de los emprendedores establecidos, con un 50% que manifiesta trabajar a tiempo completo, un 25% a tiempo parcial y el 25% restante que declara estar autoempleado (figura 19).

Figura 18. Situación laboral de los emprendedores en etapas iniciales

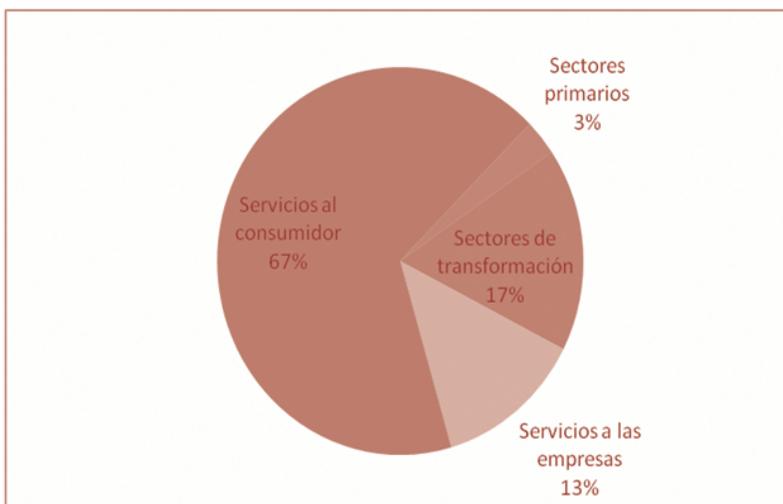
Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

Figura 19. Situación laboral de los empresarios establecidos

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

Sectores Industriales de la Actividad Emprendedora

La distribución sectorial del emprendimiento en la Región de Antofagasta continúa siendo semejante a la observada en 2007. Las actividades emprendedoras en etapas iniciales están orientadas mayoritariamente al sector de servicios (80%), predominando los prestados al consumidor final (67%) entre los que se encuentran las ventas al detalle, los restaurantes, los servicios personales y la hostelería, entre otros. Por su parte, el rubro de los servicios también incluye los prestados a las empresas que representan el 13% del total, y que incorporan los servicios financieros, los seguros, la actividad inmobiliaria y otros. El 20% restante se distribuye entre el sector de transformación (17%) y sectores primarios, especialmente minería, que representa el 3% (figura 20). Es importante señalar, por otro lado, que los resultados obtenidos en la Región, no difieren significativamente de los obtenidos en el país.

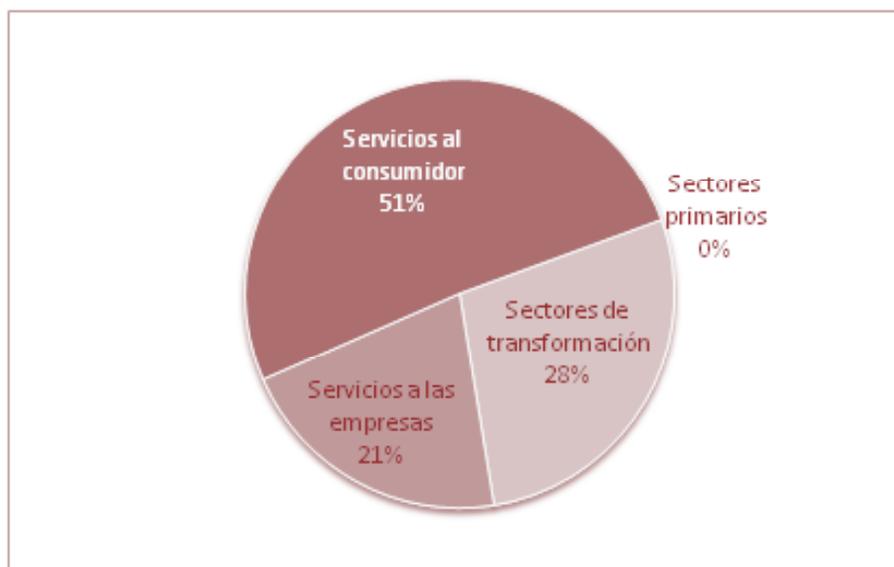
Figura 20. Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

Entre los emprendedores establecidos, prevalece el mismo patrón de distribución, si bien con una menor concentración relativa en el sector servicios donde se reduce la participación de los servicios a las personas hasta un 51% y aumenta la de los prestados a las empresas, que alcanzan el 21% del total. En este grupo, la orientación hacia actividades del sector primario desaparece y aumenta el sector de transformación hasta un 28% (figura 21).

Claramente se observa que el tipo de negocios que abordan los emprendedores regionales tanto nacientes como establecidos es de bajo valor agregado. En este sentido, nuevamente el desafío para la Región es cómo agregar valor a los negocios tanto de los emprendedores en etapas iniciales como al de los empresarios establecidos. Se considera que lo importante radica en saber “capturar” las oportunidades reales que hay en el mercado para que los emprendedores o potenciales emprendedores puedan generar negocios competitivos sin importar el sector.

Figura 21. Actividad emprendedora establecida por sector económico



Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

Cierre o culminación de la actividad emprendedora

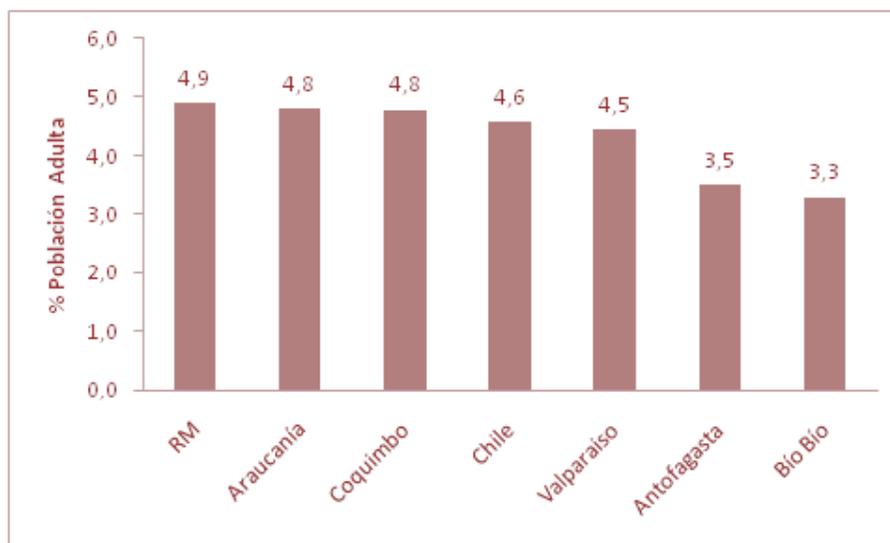
En el análisis del emprendimiento, tienen tanta importancia los factores relacionados con el nacimiento de las actividades como los que afectan a su cierre o culminación. Sin embargo, la investigación se ha orientado principalmente al estudio de los primeros, concentrando su atención en las experiencias exitosas aun cuando hay estudios que demuestran que las entradas y salidas de negocios en el mercado están altamente correlacionadas (Robinson, O’Leary y Rincón, 2006). Además el descontinuar o abandonar un negocio no necesariamente significa que el negocio fue un fracaso (Headd, 2003). Por ello resulta del mayor interés analizar sus principales características.

Al respecto el informe Global del GEM 2008 (Bosma et al., 2009), muestra que los problemas financieros fueron citados como una de las razones para salir del negocio por no menos del 55% de los encuestados, no obstante, esta razón fue declarada con más frecuencia por los encuestados en las economías basadas en eficiencia que en aquellas basadas en innovación. En los países con economías basadas en innovación, los

problemas relacionados con el financiamiento fueron los menos frecuentes, mientras que los más habituales estuvieron relacionados con la "rentabilidad del negocio", la "oportunidad de vender" y con "el retiro". Las razones personales fueron motivo para el 20% y el 25% de todas las discontinuaciones de negocios. Esas razones pueden incluir enfermedad, pérdida de un socio en un negocio, divorcio, o simplemente aburrimiento, entre otros. Estos motivos fueron más frecuentes en economías basadas en la eficiencia.

La figura 22 muestra la proporción de la población adulta en Chile y regiones que han discontinuado o cerrado su negocio en los últimos doce meses. Se puede apreciar que las regiones con menores tasas de cierre de negocios son la del Bío Bío y Antofagasta con 3,3% y 3,5%, respectivamente, mientras que el resto de regiones presentan tasas ligeramente superiores. Comparado con el año anterior, se puede decir que el número de personas que ha cerrado su negocio en 2008 ha sido mayor que en el año 2007 (3,5% en 2008 frente a 2,6% en 2007). Entre las razones más frecuentes citadas por los antofagastinos destacan: "el negocio no era rentable"; "razones personales", "algún incidente puntual", "problemas de financiamiento" entre otros.

Figura 22. Proporción de la población que ha discontinuado o cerrado su negocio en los últimos doce meses.



Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región de Antofagasta, 2008.

Llama la atención que un 24% de la población adulta mencione que "el negocio no era rentable", esto lleva a pensar en la falta de conocimientos de las personas para evaluar negocios, lo que deja como tarea pendiente para las Universidades el incorporar cursos sobre técnicas y herramientas de evaluación de proyectos. Pareciera ser los emprendedores, a pesar de que declaran tener conocimientos y habilidades para capturar oportunidades de negocios, carecen de herramientas y técnicas que les permitan evaluar adecuadamente dichas oportunidades a fin de evitar el cierre o discontinuidad de sus negocios.

2.3. Las Aspiraciones emprendedoras en la Región

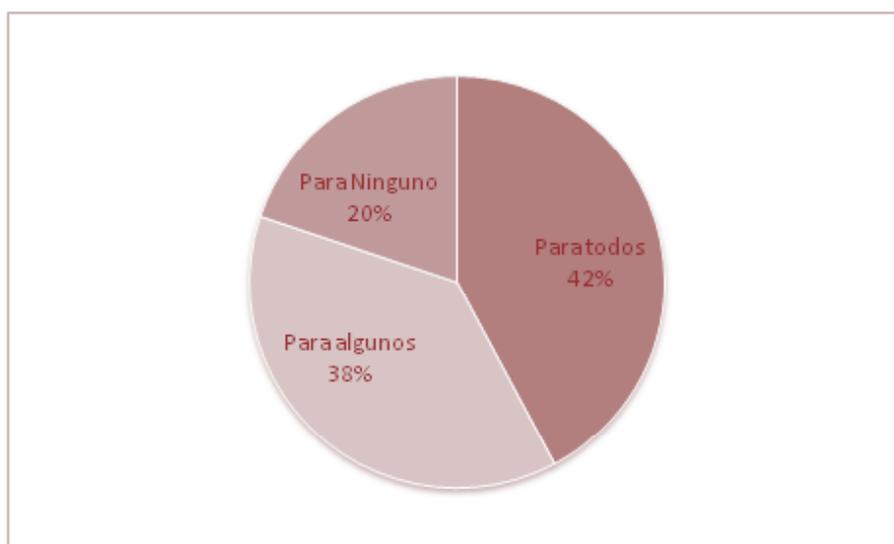
Este es el último aspecto a analizar en este apartado y como se mencionó anteriormente, el GEM ha venido estudiando diferentes indicadores que puedan ayudar a entender mejor la "naturaleza" de los empre-

dimientos y al mismo tiempo que puedan reflejar de mejor forma algunos aspectos más cualitativos de la actividad emprendedora. En ese sentido, los indicadores que usa el GEM para medir las aspiraciones emprendedoras tienen que ver con aspectos de competitividad e innovación y el deseo de hacer crecer el negocio.

Un aspecto importante de la dinámica emprendedora tiene que ver con la capacidad de generar innovación, competitividad y sustentabilidad en el tiempo. El economista Joseph Shumpeter (1934) sentó las bases para introducir la innovación como parte 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 la 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 23 muestra que el 42% de los emprendedores en etapas iniciales considera que su producto es nuevo para todos, esta cifra es mayor a la obtenida el año anterior (39%) y a la obtenida en el país en 2008 (algo más de 35%). Este elevado porcentaje podría mostrar una falta de conocimiento del estado del arte entre los emprendedores locales en etapas iniciales. Solo un quinto de los emprendedores en etapas iniciales piensa que su producto no es nuevo para nadie y un 38% considera que es nuevo para algunos. Estos resultados manifiestan que, al menos desde la perspectiva de los emprendedores en etapas iniciales, el 80% está aspirando a introducir alguna novedad en su producto o servicio, mientras que el resto no está introduciendo ninguna novedad. Sin embargo, estos resultados deberían tomarse con cautela considerando que los sectores hacia donde están orientando sus negocios no se caracterizan por ser innovadores o de alto valor agregado.

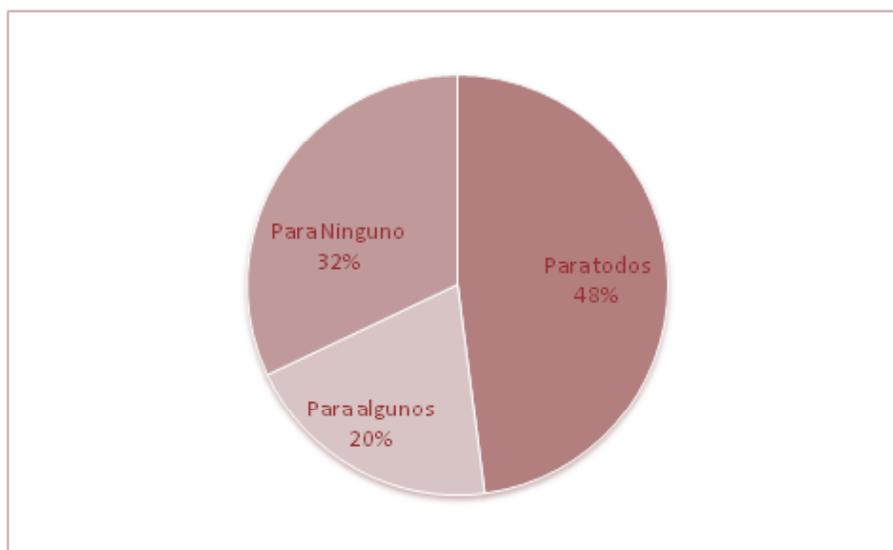
Figura 23. Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores en etapas iniciales.



Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

La figura 24 muestra los resultados de la percepción de los emprendedores establecidos respecto a la novedad de los productos o servicios para sus clientes. En este grupo es importante destacar que el porcentaje de emprendedores que considera que su negocio no ofrece ninguna novedad a sus clientes es superior al de los emprendedores en etapas iniciales (32% frente a 20%). Un 38% considera que es novedoso para algunos y un porcentaje mayor (48%) considera que es novedoso para todos. Estos resultados son significativamente diferentes a los obtenidos el año pasado, donde un 44% de emprendedores consideraba que su producto no ofrecía ninguna novedad a sus clientes. Nuevamente, se sugiere tomar con cautela estos resultados dado que el tipo de negocio de este grupo está orientado básicamente al retail y al servicio a empresas, donde la innovación no es precisamente su principal característica.

Figura 24. Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores establecidos.



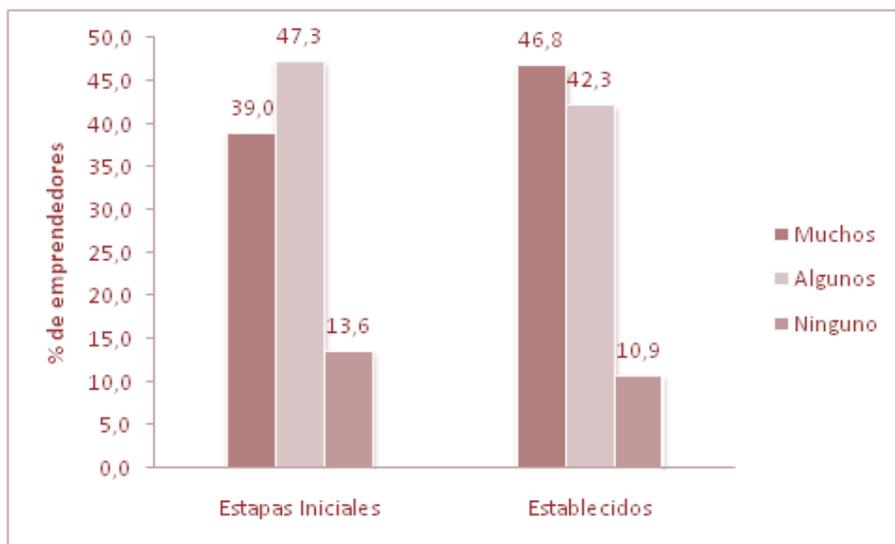
Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

El otro factor está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares. La figura 25 muestra que más del 47% de los emprendedores en etapas iniciales considera que tiene algunos competidores y 39% cree tener muchos competidores. La situación cambia ligeramente cuando se trata de emprendedores establecidos, el 46,8% de estos emprendedores cree que sí tiene muchos competidores y un 42,3% considera que tiene algunos. En ambos casos, la creencia de no tener competidores es menor del 14%. Considerando que el sector hacia donde orientan sus productos es el de servicios al consumidor final, estos resultados pueden revelar una falta de realismo de los emprendedores en etapas iniciales y llevan a pensar que hay poca capacidad de identificación de nichos de mercado efectivo, especialmente en el caso de los emprendedores en etapas iniciales.

El tercer factor incorporado por el GEM está relacionado con la capacidad de aprovechar las nuevas tecnologías de producción o de procesos. La figura 26 muestra que estas tecnologías se encuentran algo más difundidas entre los emprendedores en etapas iniciales que en los establecidos. Claramente se puede observar que el porcentaje de emprendedores del primer grupo que utiliza tecnología muy reciente o desde hace un año hasta cinco, es superior al porcentaje de emprendedores establecidos (33% y 41% frente a 24,6% y 29,1% respectivamente). Un porcentaje no menor en el grupo de empresarios establecidos (46,2%) todavía utiliza tecnologías con más de cinco años (figura 26). Cabe destacar que estos resultados comparados con los obtenidos el año anterior han mejorado bastante ya que en 2007 un 70% de los emprendedores

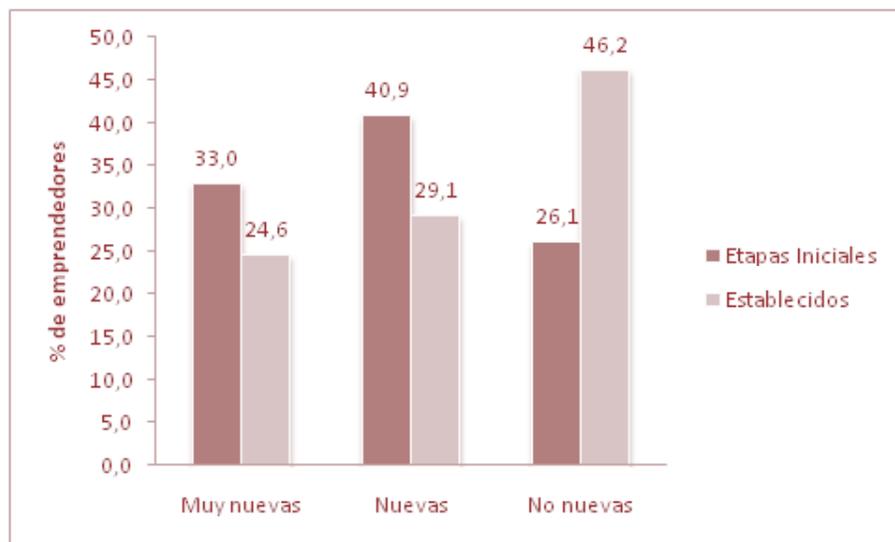
en etapas iniciales y un 84,5% de los empresarios establecidos hacían uso de tecnologías o procesos con más de cinco años de antigüedad. Estos resultados pueden interpretarse como una propensión mayor por parte de los emprendedores en etapas iniciales al uso de nuevas tecnologías.

Figura 25. Cantidad percibida de competidores que ofrecen productos o servicios similares.



Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

Figura 26. Uso de nuevas tecnologías o procesos.



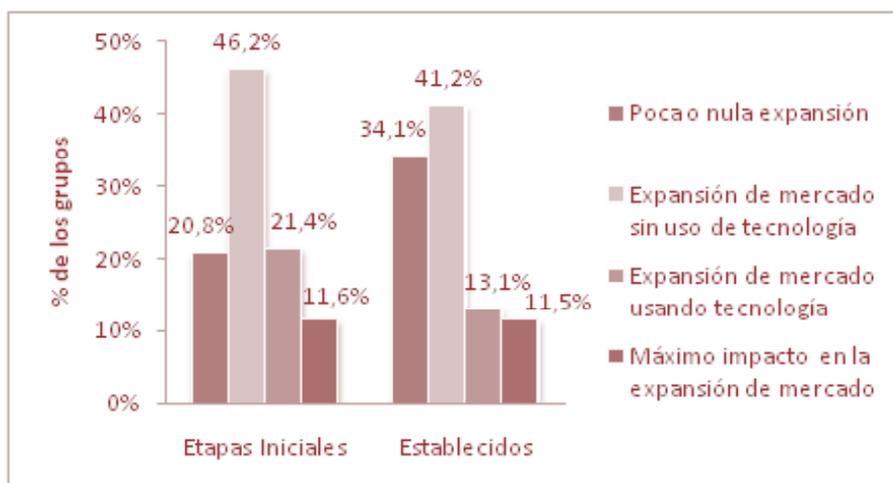
Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

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

1. Poca o nula expansión;
2. Expansión de mercado sin uso de tecnología;
3. Expansión de mercado usando tecnología; y
4. Máximo impacto en la expansión de mercado.

Se ha producido un cambio importante en la distribución de las expectativas respecto a la expansión del mercado tanto de los emprendedores en etapas iniciales como en los emprendedores establecidos, con respecto a los resultados del año 2007. Dentro del grupo de emprendedores en etapas iniciales, la proporción de emprendedores que aspira a poca o nula expansión de mercado cayó en más del 50% con respecto a 2007, pasando de 46,7% a 20,8% en 2008. Por su lado, la proporción de emprendedores que aspira a una expansión de mercado sin uso de tecnología ha permanecido constante. El incremento se ha dado en la proporción de emprendedores que aspira a expandir su mercado usando tecnología y a alcanzar un máximo impacto en la expansión de mercado, pasando del 3,1% y 4,1% en 2007 al 21,1% y 11,6% respectivamente en 2008 (figura 27). Si bien es cierto, que estas dos últimas aspiraciones la comparten menos de un tercio de los emprendedores en etapas iniciales, es un indicador interesante de un avance positivo en el uso de las tecnologías con respecto al año anterior y tiene relación con el aumento de la proporción de emprendedores que usan tecnologías con menos de cinco años, como se mostró en el gráfico anterior.

Figura 27. Aspiraciones en la expansión de mercado.

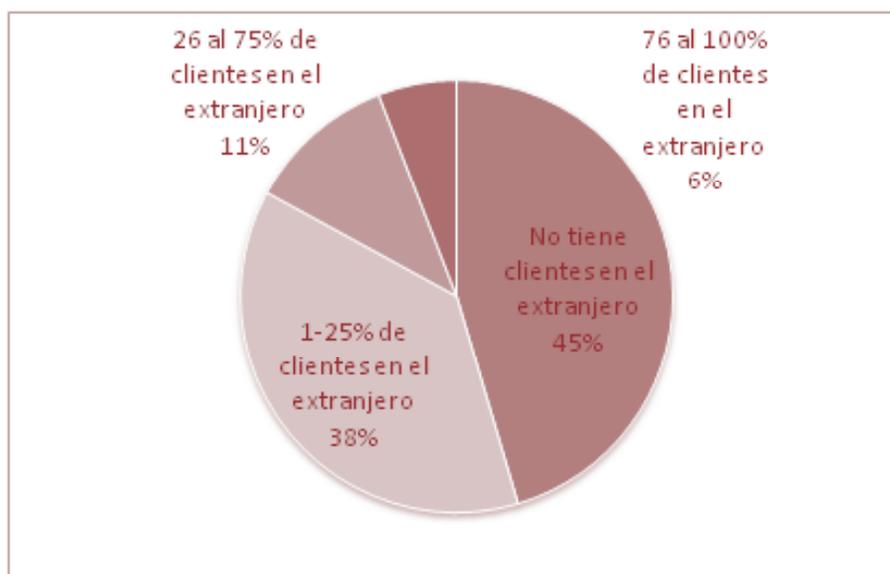


Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región de Antofagasta 2008.

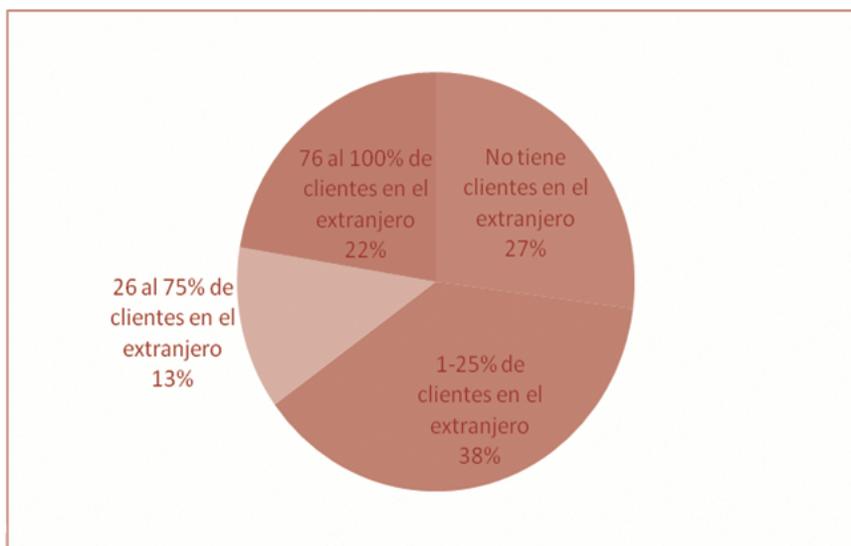
Una situación parecida se observa en el grupo de empresarios establecidos, donde la proporción de emprendedores que no aspiran a expandir su mercado o esperan expandir pero sin uso de tecnología, se ha reducido con respecto al año 2007, del 48,7% y 46,6% al 34,1% y 41,2% respectivamente en 2008, mientras que la proporción de empresarios establecidos aspirando a una expansión de mercado usando tecnología y provocando mayor impacto se ha incrementado con respecto al año anterior, del 2,3% y 2,5% al 12,1% y 11,5% respectivamente. Esto manifiesta, una vez más, que hay una mayor propensión de los emprendedores en etapas iniciales hacia la expansión de mercado usando tecnología, que los empresarios establecidos, a pesar de que la orientación de sus negocios sigue siendo de bajo valor agregado con poca novedad para los clientes. Sin duda, el gran desafío que debe afrontar la Región de Antofagasta es lograr que los nuevos negocios se orienten hacia sectores con una mayor incorporación de tecnologías y mayores expectativas de expansión. A este respecto, estudios como el de Atienza, Romani y Aroca (2006) han mostrado, a partir de una muestra de 558 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. La figura 28 muestra que los emprendedores en etapas iniciales parecen surgir con una mayor orientación hacia el exterior si comparamos los resultados con respecto al año anterior. La proporción de emprendedores con diferentes porcentajes de clientes en el extranjero suma el 55%. Mientras que solo un 45% declara que no tiene clientes en el extranjero. Esta proporción se reduce cuando se trata de empresarios establecidos, donde solo un 27% declara no tener clientes en el extranjero, mientras que el porcentaje de empresarios en este mismo rubro el año pasado era más del doble (71%). Igualmente, las proporciones de los emprendedores establecidos son mayores al de los emprendedores en etapas iniciales en lo que respecta al 26-75% y más del 75% de clientes en el extranjero (ver figuras 28 y 29). El que este resultado favorable de un año a otro, sea producto de una mayor competitividad de los emprendimientos regionales y no fruto de una nueva muestra, solo se podrá corroborar con la continuidad de este estudio durante más períodos ya que solo dos no son suficientes.

Figura 28. Clientes en el extranjero de los emprendedores en etapas iniciales



Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

Figura 29. Clientes en el extranjero de los emprendedores establecidos

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

Finalmente, un 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, un empleo en los próximos cinco años. En 2008, este indicador en la Región de Antofagasta es del 14,56%, cifra ligeramente superior a la del año pasado (12,34%). Entre estos emprendedores, el 39,4%, aspira a crear más de diez empleos en los próximos cinco años, porcentaje ligeramente superior al obtenido el año anterior (37,3%) y superior al obtenido en el país (28,8%). En el grupo de empresarios establecidos solo un 15,4% espera crear esa misma cantidad de empleos en los próximos 5 años.

El cuestionario de la población adulta también incorpora una pregunta relacionada con las expectativas de alto potencial de crecimiento, entendida como la creación de 19 o más empleos en los próximos cinco años. El 3,37% de los emprendedores en etapas iniciales de la Región tiene esa expectativa. Este indicador, muy relevante por su repercusión tanto a nivel económico como social, es objeto de un estudio más detallado en el proyecto GEM⁴, aun cuando resulte una proporción muy baja en todos los países. Este indicador en la Región supera al obtenido en el país (2,2%).

En resumen, los factores descritos anteriormente permiten observar que los emprendedores de la Región de Antofagasta tienen una alta valoración del grado de novedad de los bienes y servicios que ofrecen o piensan ofrecer, así como expectativas positivas respecto a su capacidad de competir en los mercados externos y de convertirse en generadores de empleo, especialmente, en este caso, los emprendedores en etapas iniciales. Sin embargo, aun cuando se observan mejoras con respecto al año pasado, la baja incorporación de nuevas tecnologías que manifiestan estar realizando arroja dudas sobre la futura competitividad de los emprendedores de la Región. En la misma dirección apunta la falta de realismo de los emprendedores respecto al grado de novedad de sus productos y servicios.

⁴ Ver GEM Report on High Expectation Entrepreneurship, disponible en www.gemconsortium.org.

2.4. Financiamiento del Emprendimiento en la Región de Antofagasta

Tan importante como conocer la actitud, actividad y aspiraciones emprendedoras en la Región, es saber cuál el monto medio que los emprendedores requieren para iniciar un nuevo negocio, cómo piensan financiar dicho emprendimiento y quién les financia realmente.

La literatura al respecto, señala que el monto de capital que los emprendedores necesitan para iniciar un negocio depende del tipo de negocio, las ambiciones del emprendedor, la localización del negocio y el país dónde va a iniciar el negocio. Solo a modo de ejemplo, el monto medio de capital necesario en los 42 países que participaron en el estudio del GEM de 2006, es de USD 65.000, aproximadamente unos 34.468.000 pesos⁵ (Bygrave y Quill, 2007).

En la Región de Antofagasta, los emprendedores nacientes requieren en promedio \$7.802.439 pesos (tabla 6). Un 45,4% de estos emprendedores está dispuesto a financiar todo, mientras que el resto solo puede financiar parte de sus necesidades de capital. Si comparamos estos resultados con el obtenido el año 2007, se observa que las necesidades de financiamiento de los emprendedores nacientes en 2008 han disminuido en un 23%. Igualmente, el porcentaje de emprendedores dispuestos a financiar todo también se ha reducido en 8,6 puntos, mientras que ha aumentado la proporción de emprendedores que aspiran a financiar solo parte de sus necesidades. Si comparamos con los resultados de Chile, se observa que las necesidades de capital para abrir una empresa son mayores en la Región que en el país. En promedio, el emprendedor chileno requiere \$6.087.3670, mientras que en Antofagasta necesita \$1.715.079 pesos más (tabla 6). También se puede observar los montos más bajos y los más altos de capital requeridos por los emprendedores tanto en la Región como el país. Existen diferencias significativas en Chile y Antofagasta al respecto. Sin embargo, la desviación típica de estos resultados son muy elevados por lo hay que tomarlos con cautela.

Tabla 6. Necesidades de Capital del emprendedor naciente para iniciar una empresa

Descripción	Chile	Antofagasta
Media	\$6.087.370	\$7.802.439
Mediana	\$2.500.000	\$3.000.000
Moda	\$2.000.000*	\$5.000.000
Desviación Típica	\$9.777.363	\$11.736.53
Mínimo	\$10.000	\$100.000
Máximo	\$80.000.000	\$50.000.000

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

*Existen varias modas, se muestra el menor de los valores.

Teniendo en consideración la necesidad media de capital necesario para abrir una empresa, se estimó la brecha de financiamiento existente en la Región, extrapolando los datos a partir del número de habitantes de la Región de Antofagasta y de Chile. La tabla 7 muestra que, en la Región de Antofagasta, los emprendedores que financian el 100% de sus necesidades de capital cubren el 23% del total de necesidades de capital, mientras que los emprendedores que no financian el 100% de sus necesidades cubren el 49,2% del total.

Como resultado, existe en la Región una brecha de financiamiento del 28,2% que requiere ser cubierta con financiamiento de terceros o recursos externos. En comparación, se observa en el resto de Chile un mayor porcentaje de las necesidades cubierto totalmente con autofinanciamiento (32,3% frente a 23,6%), mientras que el autofinanciamiento parcial representa solo un 33,7% en el país y casi un 50% en la Región. Esas diferencias hacen que las brechas de financiamiento tanto en el país como en la Región difieran, 34,0% y 28,2% respectivamente.

Tabla 7. Brechas de financiamiento en Chile y la Región de Antofagasta.

Descripción	Chile	Antofagasta
Necesidad Total de Capital para iniciar negocio	\$4.605.804.024.209	\$210.549.004.332
Autofinanciamiento del emprendedor	32,3%	23,6%
Financiamiento parcial del emprendedor	33,7%	49,2%
Brecha de Financiamiento	34,0%	28,2%

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008

La encuesta a la población adulta, también permite averiguar cómo pretenden financiar los emprendedores nacientes la brecha de capital que no pueden cubrir con recursos propios. La tabla 8 muestra las expectativas de los emprendedores nacientes respecto al financiamiento externo o de terceros. Tanto en el país como en la Región la mayoría de los emprendedores nacientes tienen la expectativa de financiar sus necesidades de inversión recurriendo al Banco (53,3% y 64,3% respectivamente), a pesar de que diversos estudios muestran que los Bancos no tienden a financiar las etapas iniciales de un emprendimiento, sino ya cuando la empresa ha pasado el denominado "valle de la muerte" (Atienza, ed., 2009, Atienza, Román y Aroca, 2006). También, un porcentaje importante de emprendedores nacientes en el país y en la Región (44,4% y 46,4% respectivamente), mencionó que espera recurrir a los programas de gobierno. Este resultado es importante dada la preocupación del gobierno por crear nuevas líneas de financiamiento para el emprendimiento en estos últimos años. La familia cercana y los parientes también son mencionados por la mayoría de los emprendedores cuando se trata de acudir a terceros en busca de financiamiento, sobre todo en la Región. Cabe destacar la mayor confianza que existe en la Región de Antofagasta en los amigos y en otras personas como potenciales fuentes de financiación (tabla 8).

Tabla 8. Expectativas de los emprendedores respecto a fuentes de financiamiento externas.

Fuentes externas de financiamiento	Chile	Antofagasta
Familia cercana	37,2%	28,6%
Parientes	17,8%	32,1%
Colegas de Trabajo	22,2%	17,9%
Extraños	7,2%	0%
Amigos y vecinos	20%	39,3%
Bancos	53,3%	64,3%
Programas de Gobierno	44,4%	46,4%
Otros	18,9%	28,6%

Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008

Por otro lado, hay que destacar que la cadena de financiamiento del emprendimiento parte con el primer eslabón denominado el financiamiento informal o de las cuatro F's⁶ (familia, amigos, emprendedor y extraños). Previamente, se mostró cuánto representa en aporte del propio emprendedor dentro de las necesidades de financiamiento total. A continuación, se presenta el resto del financiamiento informal realizado por los denominados inversionistas informales. La literatura al respecto muestra que la inversión informal es fundamental para el emprendedor (Bygrave y Quill, 2007 entre otros). En ese sentido, los inversionistas informales⁷ son una fuente de financiamiento adicional que puede contribuir de manera significativa a cubrir la brecha de financiamiento a la que se enfrentan los emprendedores. El proyecto GEM define al inversionista informal, en su sentido más amplio, como aquel individuo entre 18 y 64 años que ha invertido dinero propio en el negocio de otra persona durante los últimos tres años.

Se estima que, en Antofagasta, el 5,1% de la población adulta ha invertido en negocios de otros en los últimos tres años. Este porcentaje ha disminuido en casi tres puntos en comparación con 2007 (8,0%). Dentro de las características de los inversionistas informales en la Región se observa que:

- El 58% de los inversionistas informales son hombres.
- La edad promedio es de 36 años.
- El 45,8% tiene educación universitaria o postgrado.
- El 50% trabaja full time.
- El 83,3% pertenece al tercio superior del ingreso per cápita del país.

Estos inversionistas aportan en promedio \$2.567.083, siendo la mediana \$1.100.000 y la moda de un millón de pesos. Como se puede observar, en la tabla 9, la variabilidad de sus inversiones es bastante alta, oscilando entre los \$10.000 pesos y los \$10.000.000 pesos. Los resultados obtenidos no evidencian existencia de potenciales inversionistas ángeles en la Región, ya que, por definición, este tipo de inversionistas aporta cantidades superiores o iguales a 15 millones de pesos⁸.

Calculando el porcentaje de inversión promedio sobre las necesidades de capital de los emprendedores para poner en marcha su iniciativa emprendedora, se observa que la inversión informal representa, en el caso de la Región de Antofagasta, el 19,1% del financiamiento total requerido. Siendo así, existe un 8,1% de la necesidad de capital para abrir una nueva empresa que no está cubierta ni por el emprendedor ni por los inversionistas informales. Éste es el denominado "equity gap" que puede llevar a que parte de las iniciativas emprendedoras no se lleven a cabo. En el caso del país, ese "equity gap" es del orden de un 3,9%, esto debido a que el porcentaje de inversionistas informales es superior al de la Región.

Tabla 9. Monto de inversión de los Inversionistas Informales.

Media	2.567.083
Mediana	1.100.000
Moda	1.000.000
Desv. típ.	2.799.977
Mínimo	10.000
Máximo	10.000.000

Fuente: Encuesta a la población adulta Región Antofagasta.

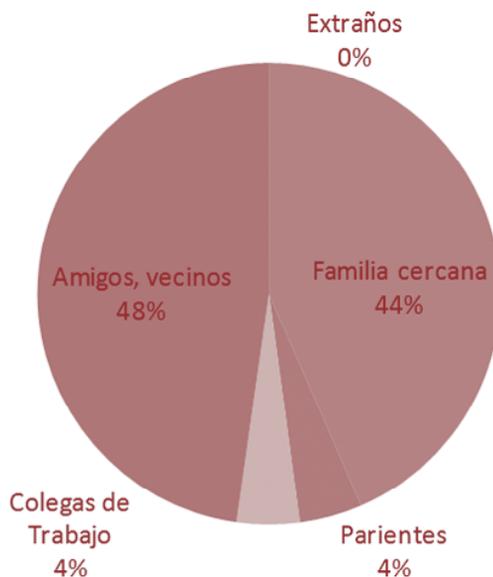
⁶ Se denomina 4 F's por las siglas en inglés: Friends, Family, Founder and Foolhardy strangers.

⁷ Generalmente, en el país suele asociarse el término "informal" con evasión de impuestos. Por eso, es importante aclarar que cuando se habla de "inversión informal" se refiere a la inversión directa que hace el inversionista en el proyecto o idea del emprendedor naciente por lo que no tiene nada que ver con evasión de impuestos.

⁸ Definición utilizada por la red de inversionistas ángeles Southern Angels (www.southernangels.cl)

Los inversionistas informales en la Región de Antofagasta apoyan básicamente a emprendedores con los que tengan algún vínculo familiar o de amistad y no invierten en extraños (figura 30). En Chile, los resultados son parecidos, el mayor porcentaje de inversionistas informales orienta su inversión a los familiares más cercanos (52%) y a los amigos (31%). Un porcentaje insignificante coloca en extraños.

Figura 30. Vínculo de los inversionistas informales con el emprendedor.



Fuente: Encuesta a la población adulta de la Región 2008.

Además de los inversionistas informales y sin tener en cuenta el sistema bancario tradicional, ¿cuáles son las otras fuentes existentes en la Región que pueden contribuir a disminuir la brecha de financiamiento?

En Antofagasta, existen los capitales semilla de Sercotec y de Innova Chile de CORFO. Los primeros son cofinanciamiento con montos de hasta 4 millones de pesos, a los que se puede postular a través del sitio web de esa institución ⁹. El capital semilla de Innova Chile ¹⁰ tiene dos líneas, la línea 1 y 2. Línea 1 es un cofinanciamiento de hasta \$6 millones de pesos, mientras que la línea 2 es de hasta \$40.000 millones. Para postular a estos cofinanciamientos, los emprendedores deben tener un proyecto innovador ya sea de producto, proceso o servicio y tienen que postular a través de un patrocinador ¹¹ y, en el caso de la línea 2, la decisión final se toma a nivel central. No existen otras fuentes alternativas para el financiamiento del Gap en la Región de Antofagasta.

El desarrollo de redes de inversionistas ángeles es todavía incipiente en el país (Romani, Atienza y Amorós, 2009) y más aún en la Región. Al respecto el Centro de Emprendimiento y la Pyme en conjunto con la CDP, las incubadoras (sedes Calama y Antofagasta) y la Universidad de Antofagasta, han hecho algunos intentos, organizando ruedas de negocios pero parece que tomará su tiempo.

⁹ www.sercotec.cl

¹⁰ Mayores detalles visitar www.corfo.cl

¹¹ Las incubadoras son patrocinadoras de capital semilla. En la Región existen dos incubadoras una en Antofagasta y la otra en Calama. Más detalles visitar: www.incuba2.cl.

Respecto a los Fondos de Inversión, los existentes están localizados en Santiago y además no invierten en la etapa inicial del emprendimiento, por lo que no son los más adecuados al inicio de la empresa. Los volúmenes de inversión de estos fondos superan las necesidades iniciales del emprendedor, por lo que invertir montos menores no justifica el costo operacional del Fondo (Amorós, Atienza y Romani, 2008).

En resumen, en la Región de Antofagasta, tanto las redes de inversionistas ángeles como los fondos de inversión de capital de riesgo, no son alternativas disponibles, por ahora, para el financiamiento del emprendimiento en su etapa inicial. Urge construir la cadena de financiamiento en la Región de forma que se logre, si es posible, eliminar o al menos minimizar el actual "equity gap" que tienen las iniciativas emprendedoras.

3. Resultados de la Encuesta a los Expertos.

3.1. Descripción de la Encuesta a Expertos.

Como se menciona en el apartado 1.1., el modelo GEM considera que el impulso emprendedor es potenciado o limitado por el contexto específico en el que se desarrolla la actividad emprendedora. Este contexto se resume en un conjunto de nueve¹² dimensiones que afectan directamente el desempeño del emprendedor tanto en la cantidad y la calidad de las oportunidades disponibles como 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 F's (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 instituciones 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.

¹² A partir del año 2007, algunos países establecen diez dimensiones añadiendo la Propiedad Intelectual como una dimensión separada. En este informe, se analiza la Propiedad Intelectual dentro de la dimensión Transferencia de I+D.

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

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

Para la evaluación de cada una de estas dimensiones, se utiliza una encuesta estandarizada, denominada National Expert Survey (NES) aplicada a expertos nacionales y regionales. En Antofagasta, el grupo de expertos estuvo formado por 48 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. Esta encuesta consta de 88 preguntas agrupadas en 16 categorías cuyas respuestas son escalas de likert¹³ de cinco puntos. 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 (completo desacuerdo) y +2 (completo acuerdo) según los siguientes rangos:

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

Para mostrar el comportamiento de variables más específicas dentro de cada dimensión, se mantiene la escala de likert original y se representa gráficamente el porcentaje de personas que manifiestan desacuerdo (completo o parcial) y acuerdo (completo o parcial). Dado que se busca identificar hacia dónde se desplaza el grueso de las respuestas, se descartan aquellas que no manifiestan “ni acuerdo ni desacuerdo”, y vuelven a calcularse los porcentajes con lo cual, además, se destaca la varianza de las respuestas.

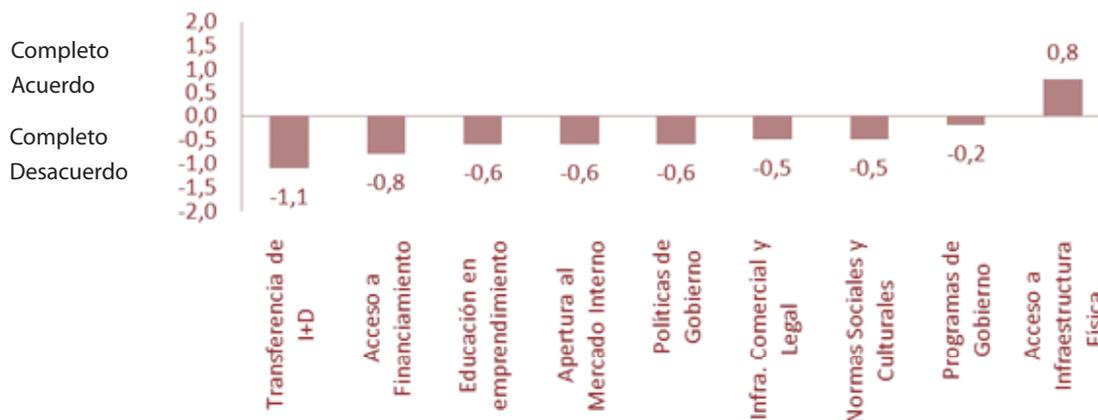
A continuación, se presenta un análisis general de la evaluación que los expertos de la Región de Antofagasta han hecho sobre el contexto emprendedor y cada una de sus dimensiones.

3.2. Evaluación General del Contexto Emprendedor

A juicio de los expertos, del análisis general de las nueve dimensiones del contexto emprendedor en el año 2008, se desprende que la Región de Antofagasta continúa sin ser un “espacio” favorable para el desarrollo del emprendimiento (figura 31), resultado éste que contrasta fuertemente con las percepciones del conjunto de la población adulta. Con la excepción del Acceso a Infraestructura Física, que ha tenido una valoración positiva (0,8), las demás dimensiones del contexto emprendedor regional han recibido una evaluación negativa. Entre ellas, la más crítica, por tener una ponderación menor que -1, es la Transferencia de I+D (-1,1). Sin embargo, si comparamos estos resultados con los obtenidos en el año 2007, se observa que, a pesar que persiste el contexto desfavorable para el emprendimiento desde la perspectiva de los expertos, sus visiones son menos negativas en todas las dimensiones. (figura 32).

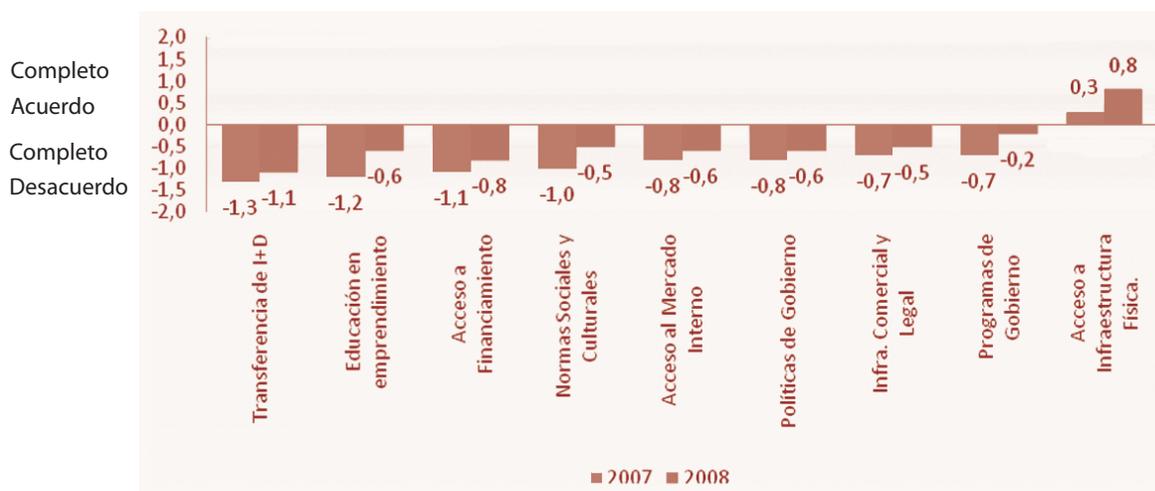
¹³ 1=Completo desacuerdo, 2=desacuerdo parcial, 3= ni acuerdo ni desacuerdo, 4= acuerdo parcial, 5= completo acuerdo.

Figura 31. Evaluación del Contexto Emprendedor en la Región de Antofagasta



Fuente: Encuesta a expertos de la Región de Antofagasta

Figura 32. Evaluación del Contexto Emprendedor en la Región 2008/2007

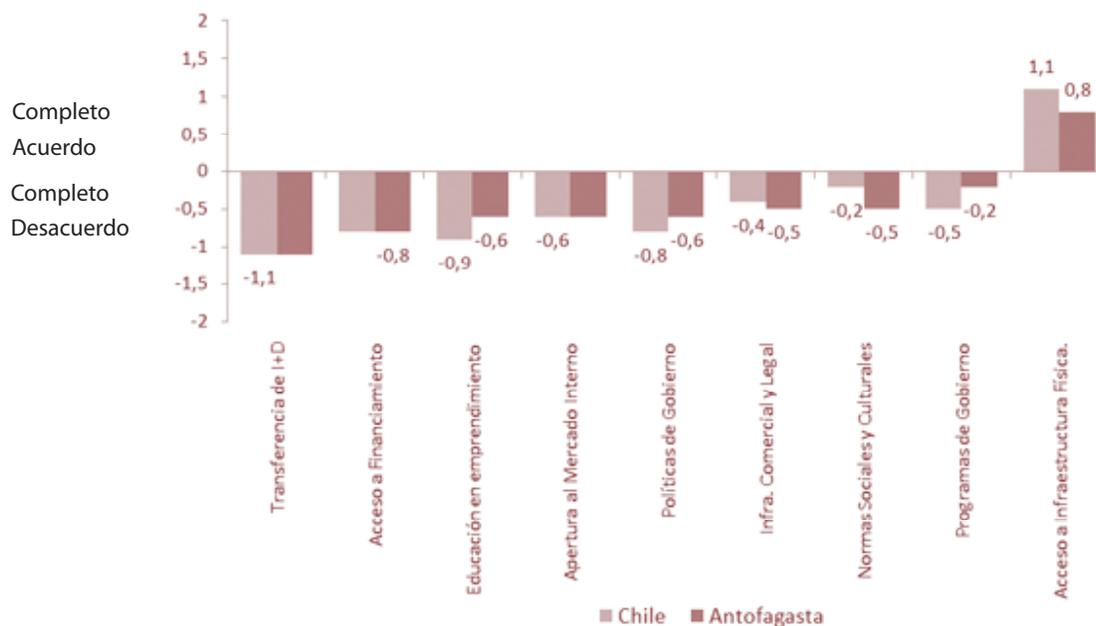


Fuente: Encuesta a expertos de la Región de Antofagasta

Entre los resultados más críticos en 2008 con respecto al año anterior continúa destacando la Transf. de I+D, que por segundo año consecutivo fue ponderada por debajo de -1 (muy bajo) y dentro de las nueve dimensiones fue la peor evaluada. Las dimensiones de Acceso a Financiamiento, Educación en Emprendimiento, Acceso al Mercado Interno y Políticas de Gobierno han sido evaluadas como bajas, con ponderaciones entre -0,8 y -0,6 (figura 32). Por su parte, las dimensiones como Normas Sociales y Culturales, Infraestructura Comercial y Profesional y Programas de Gobierno han tenido valoraciones medias entre (-0,5 y -0,2). Cabe mencionar que todas estas dimensiones fueron peor evaluadas el año 2007 y que la dimensión Educación y Capacitación para el Emprendimiento es la que ha sido valorada menos negativamente que el año anterior, pasando de una valoración de -1,2 (muy baja) a -0,6 (baja) en 2008. La única dimensión que por segundo año consecutivo fue valorada de forma positiva y mejor ponderada en 2008 (0,8: valoración alta) que en 2007 (0,3: valoración media) fue el acceso a Infraestructura Física.

A diferencia de 2007, donde la valoración de los expertos regionales estaba muy por debajo de la realizada por los expertos en el país, en 2008 se observa que la valoración de los expertos regionales es igual o mejor que la realizada por los expertos nacionales, con excepción de las dimensiones Normas Sociales y Culturales e Infraestructura Legal y Comercial, que han sido valoradas por debajo del país. Tanto para los expertos nacionales como regionales, las dimensiones que continúan siendo más preocupantes e incluso críticas son: la Transferencia de I+D, Educación en Emprendimiento y Acceso a Financiamiento, mientras que la mejor valorada por ambos grupos de expertos es el Acceso a Infraestructura Física (figura 33).

Figura 33. Evaluación del contexto emprendedor en Chile vs Región de Antofagasta 2008.



Fuente: Encuesta a expertos de la Región de Antofagasta

3.3. Evaluación de las Dimensiones del Contexto Emprendedor

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

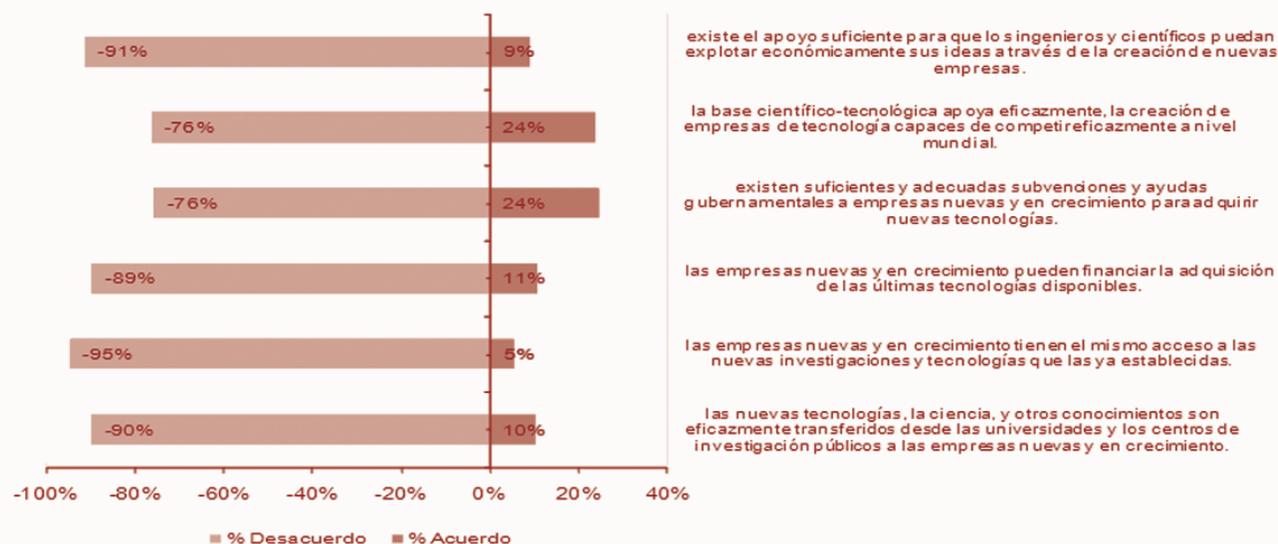
3.3.1. Transferencia de I+D (Evaluación: -1,1)

Esta dimensión, si bien es la que ha recibido la peor evaluación, ha mejorado ligeramente en comparación con año 2007, cuando fue de -1,3.

Más del 90% de los expertos regionales considera que las empresas nuevas y en crecimiento no tienen el mismo acceso a las nuevas tecnologías y a la investigación que las establecidas, y que no existe el apoyo suficiente para la creación spin off. Asimismo, un 90% considera que no hay transferencia tecnológica desde las Universidades hacia las empresas nuevas y en crecimiento y que éstas no pueden financiar la adquisición de las últimas tecnologías disponibles (figura 34).

Figura 34. Evaluación de la Transferencia de I+D

En mi Región, ...



Fuente: Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2008.

A pesar de esta percepción negativa generalizada de los expertos, es importante destacar algunos avances que ha habido en la Región en los últimos dos años, entre los que destacan la creación de la División de Planificación en el Gobierno Regional que tiene como misión la definición de las políticas públicas en Ciencia, Tecnología e Innovación. En Julio de 2007, se crea el Subcomité de Innovación con el objetivo de elaborar una Agenda Regional de Innovación, desarrollar iniciativas de ciencia y tecnología, promover una cultura de la innovación y del emprendimiento y coordinar con los diferentes actores que participarán en el sistema regional de innovación (ARDP).

Una de las fuentes de financiamiento de la Agenda Regional de Innovación es el Fondo para la Innovación y Competitividad (FIC) regional, cuyo monto en 2008 ascendió a \$2.758.000.000 pesos, distribuido de la siguiente manera: Innova Chile de CORFO (51%), CONICYT (29%), Universidades (20%)¹⁴. Se espera que estos recursos contribuyan a mejorar la competitividad en la Región y promuevan la cultura de la innovación y el emprendimiento en la Región.

En el ámbito de la Investigación Científico-Técnica las universidades regionales están haciendo importantes esfuerzos reflejados en el incremento de publicaciones en revistas indexadas (ISI o SCIELO). Solo a modo de ejemplo, la UCN aumentó el número de sus publicaciones en revistas de corriente principal de 108 en 2007 a 169 en 2008, un incremento del 56,5% en un año. Ha habido también un incremento en el número de recursos humanos avanzados, pasando de 131 doctores en el año 2006 a 140 en 2008.

La inexistencia de transferencia tecnológica desde las Universidades hacia las empresas nuevas y en crecimiento, se confirma en el estudio sobre la Pyme de la Región de Antofagasta realizado por Atienza, Romaní y Aroca (2006) y Atienza, ed.(2009), donde se observa que menos de un 5% de estas empresas ha realizado algún tipo de acuerdo con las Universidades y Centros de Investigación de la Región, lo cual conduce a que las Pymes casi no consideren a las universidades regionales como fuentes para innovar.

¹⁴ Información entregada por la Agencia Regional de Desarrollo Productivo, Región de Antofagasta.

Pese a ello, es importante destacar la labor realizada por la CDP en conjunto con las universidades regionales (UCN y UA) a través del Programa de Vinculación Universidad Empresa (PVUE), creado en 2006 con el objetivo de que alumnos de ambas universidades puedan contribuir al desarrollo tecnológico de las pequeñas empresas transfiriendo sus conocimientos en las áreas que requieran, a través de la realización de sus trabajos de tesis en la empresa. Este programa partió con la participación de siete alumnos y cinco empresas, y, hasta hoy, ya han participado más de 33 alumnos de ambas universidades y 21 empresas regionales, obteniendo importantes resultados, entre ellos el envío de dos proyectos de empresas a fondos de Innova Chile y un estudiante incorporado en una de las empresas participantes en el programa¹⁵. En paralelo a este esfuerzo, algunas facultades de las Universidades regionales tienen acuerdos específicos con varias empresas con el mismo objetivo. Sin duda, se trata de un esfuerzo que requiere avanzar hacia acuerdos más complejos que incrementen la relación entre los centros académicos de investigación con el mundo empresarial, así como la transferencia de conocimientos de las grandes empresas hacia las empresas nacientes y en crecimiento.

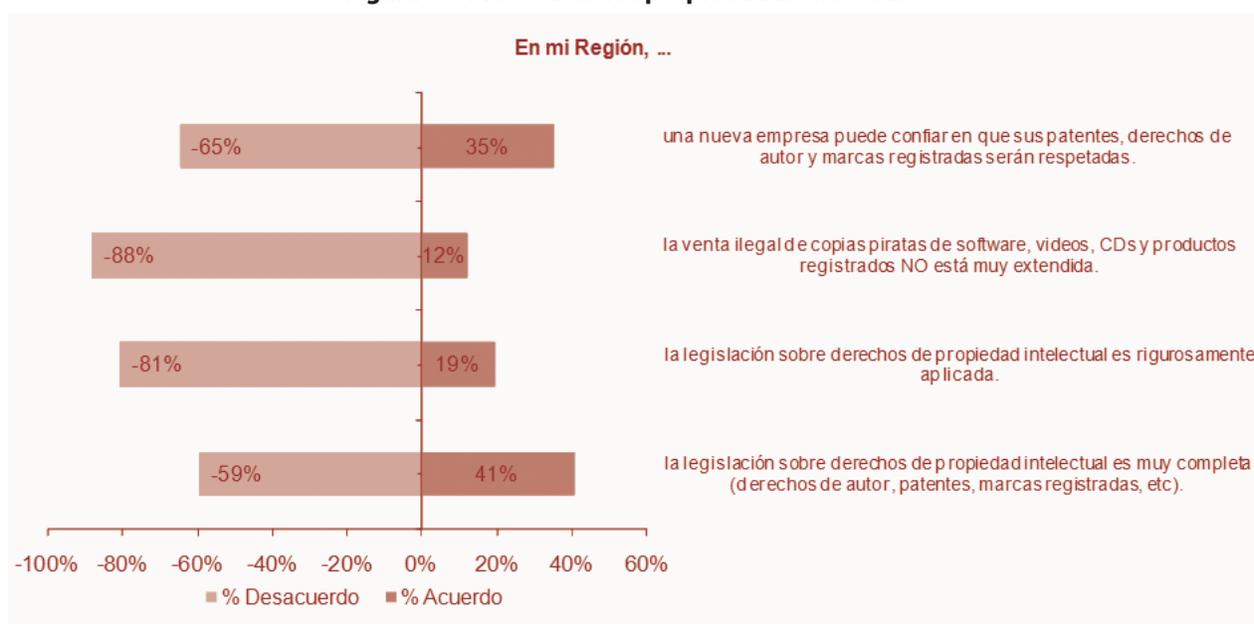
Con respecto a la percepción sobre la falta de subsidios gubernamentales adecuados para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir nueva tecnología y a la incapacidad de acceder a financiamiento para la adquisición de la última tecnología disponible, si bien es generalizada la percepción, también hay que tener en consideración la oferta de productos puestos a disposición por Innova Chile de CORFO tanto para los Centros de Investigación como para las empresas que innovan. En los últimos dos años, se han creado nuevas líneas de apoyo para innovación empresarial individual, consorcios tecnológicos, misiones tecnológicas, consultorías especializadas, centros de difusión y transferencia tecnológica, etc¹⁶. Se espera que estas líneas contribuyan en el mediano plazo a mejorar la transferencia de I+D en la Región.

Por otro lado, es importante mencionar que la transferencia de conocimiento está directamente relacionada con la protección de la propiedad intelectual. Sin embargo, un 65% de los expertos regionales piensa que las empresas nuevas y en crecimiento tienen escasas garantías de protección de las patentes, derechos de autor y marcas registradas y un 59% considera que las regulaciones existentes no cubren todos los aspectos necesarios. A ello debe añadirse que más de un 80% cree que la legislación sobre derechos de propiedad no se aplica de manera rigurosa y que la venta ilegal de productos registrados está muy extendida (figura 35). Según la información de la Agencia Regional de Desarrollo Productivo, la protección de los diseños industriales y las invenciones, no se encuentra aún internalizada por las pymes regionales, debido entre otros factores a los excesivos plazos de tramitación (promedio de 5 años) y a los altos costos del proceso (se debe repetir el proceso en cada país). Esto hace que en la Región existan pocas patentes vigentes o en proceso de tramitación.

¹⁵ Información recogida de la Corporación para el Desarrollo Productivo CDP, Región de Antofagasta.

¹⁶ Para mayores detalles ver www.corfo.cl

Figura 35. Protección a la propiedad intelectual.



Fuente: Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2008.

Una crítica que se repite entre los expertos es la carencia de un marco institucional apropiado para la defensa de la propiedad intelectual en las regiones. Si bien el sistema de Propiedad Industrial es regulado por el Estado a través de leyes, hay solo una oficina en Santiago que se ocupa de esta materia para todo el país, el Departamento de Propiedad Industrial (DPI). En la Región, el representante de esa institución es el Seremi de Economía. Las estadísticas de patentes, por ejemplo, tienen una realidad e historia centralista, no existiendo datos oficiales regionalizados. Las bases de datos existentes en el DPI no permiten, al menos de forma directa, obtener datos regionales. Solo es posible saber qué sectores empresariales tienen una mayor presencia dentro del grupo de inventores nacionales; cómo se concentra la generación de patentes en un grupo reducido de empresas; y que, por sectores, es la minería la que genera mayor número de patentes por empresa.

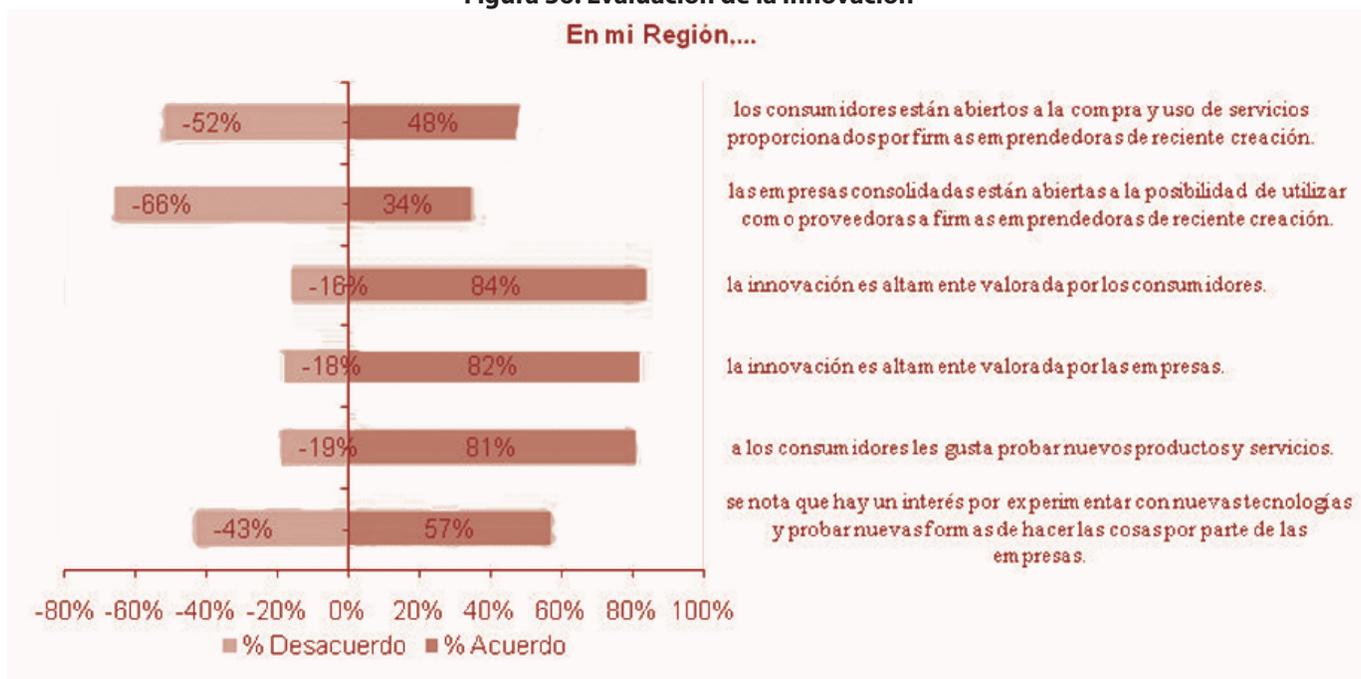
En 2005, fue creada la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación de Chile (OTRI Chile), organización que gestiona la protección y transferencia de resultados de investigación científica aplicada a los requerimientos de la industria nacional e internacional. Ese mismo año inició sus actividades la OTRI Región de Antofagasta en la UCN y, desde entonces, la actividad de patentamiento ha crecido significativamente. Hasta la fecha, se han ingresado seis solicitudes nacionales en el Departamento de Propiedad Industrial (DPI)¹⁷, dos de las cuales han generado ya solicitudes internacionales en seis países, y siete más se encuentran en etapa de redacción, para su ingreso próximo. Otras trece solicitudes se encuentran en etapa de evaluación del estado del arte, previa a su redacción y presentación al DPI y ocho iniciativas más de invención se encuentran en estudio. La sede regional de la OTRI representa sin duda un papel clave en la generación de un marco institucional apropiado para la protección de la propiedad intelectual en la Región, por lo que es conveniente difundir su existencia entre los emprendedores locales.

¹⁷ En Septiembre de 2008 se aprueba la Ley que crea el Instituto Nacional de Propiedad Industrial que funcionará a partir de Enero de 2009 y reemplazará a la DPI.

De acuerdo a las declaraciones del representante de la OTRI en la Región de Antofagasta, Sr. Hernán Ángel, el mayor crecimiento de solicitudes o estudios de patentes provienen del sector de las Pymes, tanto de Calama, Tocopilla como de Antofagasta. Como hito importante, destacó que en Septiembre de 2008 fue otorgada la primera patente internacional, con ella se inicia una nueva etapa: la comercialización de la misma en el área de Metalurgia. Asimismo, el gobierno a través de Innova Chile de CORFO, ofrece una serie de subsidios que apoyan el acceso a distintos mecanismos de obtención y protección de los derechos de propiedad industrial, en Chile y en el extranjero, asociados a los procesos de invención e innovación¹⁸.

Con respecto a la Innovación, existe consenso entre la mayoría de los expertos sobre la valoración de la innovación por las empresas y consumidores, y que a estos últimos les gusta experimentar productos o servicios nuevos (figura 36). No obstante más del 50% de ellos considera que los consumidores no son abiertos a la compra y uso de productos o servicios ofrecidos por una empresa nueva. Igualmente, consideran que las empresas consolidadas no son abiertas a la posibilidad de contratar como proveedora a una empresa recién creada. Esto refleja la desconfianza de las empresas regionales sobre las nuevas empresas y su capacidad de innovar lo que puede traducirse en un obstáculo.

Figura 36. Evaluación de la Innovación



Fuente: Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2008.

3.3.2. Acceso al Financiamiento (Evaluación: -0,8)

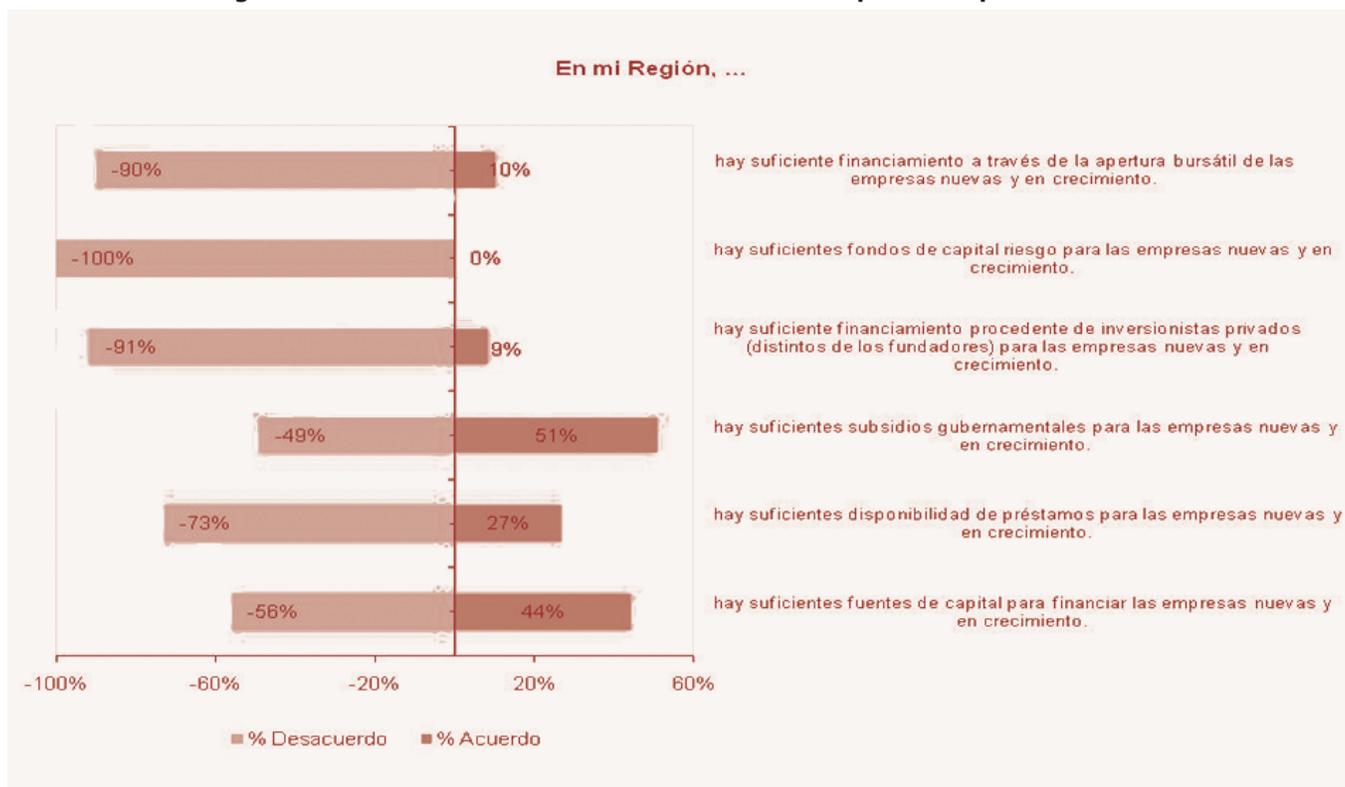
La evaluación que los expertos regionales han hecho de esta dimensión ha sido menos negativa que el año pasado (-1,1), aunque sigue siendo una de las peores evaluadas junto con Educación y Capacitación (-0,6) y Transferencia de I+D (-1,1). No hay diferencia con respecto a la evaluación de los expertos nacionales.

¹⁸ Para mayores detalles ver www.corfo.cl

En la Región, destaca la valoración negativa de las fuentes no tradicionales de financiamiento como inversionistas privados, denominados también inversionistas ángeles (entendidos como personas naturales ajenas a los fundadores) y los Fondos de Capital de Riesgo, todos los cuales tienen su sede en Santiago (Romaní, 2007). Este elevado grado de centralización del sistema financiero en el país, sin duda influye en los resultados (figura 37). Si bien es cierto que los emprendedores pueden ponerse en contacto on line con dichas fuentes, no es lo mismo si estas estuvieran localizadas en la Región. Lo mismo ocurre con la línea 2 del Capital Semilla otorgada por Innova Chile de CORFO, cuyos proyectos son evaluados en Santiago y que requieren que los patrocinadores viajen a la capital para presentar dichos proyectos, lo que supone un gasto adicional y obstaculiza su acceso.

Por otro lado, el 90% de los expertos percibe que la apertura en la bolsa no está siendo una fuente de financiamiento para las empresas regionales nuevas y en crecimiento. Esto se explica porque el hacer una oferta pública de acciones es un proceso demasiado costoso y con muchas exigencias fuera del alcance de las empresas nuevas y en crecimiento. La Bolsa Emergente, creada en el año 2001, con incentivos fiscales para apalancar a las pequeñas empresas, no ha cumplido el objetivo para el cual fue creada ya que ha acogido a empresas grandes dejando de lado a las empresas pequeñas. Alrededor de un 70% estima que no hay suficiente acceso a créditos bancarios, y más del 50% considera que, en general, no hay suficientes fuentes de capital para financiar empresas nuevas y en crecimiento, a pesar de que el 51% de los expertos considere que hay suficientes subsidios del gobierno para las empresas nuevas y en crecimiento (figura 37).

Figura 37. Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento.



Fuente: Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2008.

Es verdad que, en estos momentos, existen más de 100 instrumentos de apoyo del gobierno tanto para empresas en etapas iniciales como ya establecidas que sean innovadoras, es decir que incorporen mejoras en el producto, proceso o servicio que prestan a sus clientes (anexo 1). Lamentablemente el acceso a dichos recursos, según declaraciones de algunos emprendedores que postularon a dichos subsidios, es excesivamente burocrático. Desanima no solo el ver el tamaño del formulario que tienen que llenar para acceder a dichos recursos, sino el tiempo que se tarda en evaluar cada postulación. En ese sentido, se hace un llamado a quienes elaboran las bases de dichos programas para simplificar los formularios, en la medida de lo posible, y para reducir el periodo de evaluación. Actualmente, se hace necesaria la contratación de una persona que sólo se dedique a llenar dichos formularios, lo que reduce su accesibilidad a los emprendedores que están partiendo.

La falta de acceso a recursos no tradicionales en la Región, principalmente los relacionados con inversionistas ángeles y fondos de capital de riesgo, como fue mencionado anteriormente y también en el informe del año 2007, pone de manifiesto la urgencia de trabajar en la formación, vinculación y fortalecimiento de cada uno de los eslabones que constituye la cadena del financiamiento para el emprendimiento innovador, desde la creación de una red de inversionistas privados que estén dispuestos a colocar sus recursos, experiencia y redes de contacto en emprendimientos que se generen en la macro zona norte del país, hasta la creación de un fondo de capital de riesgo que esté dispuesto a apalancar las necesidades de aquellos emprendimientos con fuerte potencial de crecimiento para que puedan llegar hasta a abrir su capital en la Bolsa Emergente. En este sentido, las alternativas no tradicionales de financiamiento pueden representar un papel relevante en el ámbito regional como medio para superar el centralismo. Este es un trabajo de mediano a largo plazo y la acción conjunta de universidades, empresas y gobierno es fundamental para llevarla a cabo.

3.3.3. Educación y Capacitación para el emprendimiento (Evaluación: -0,6)

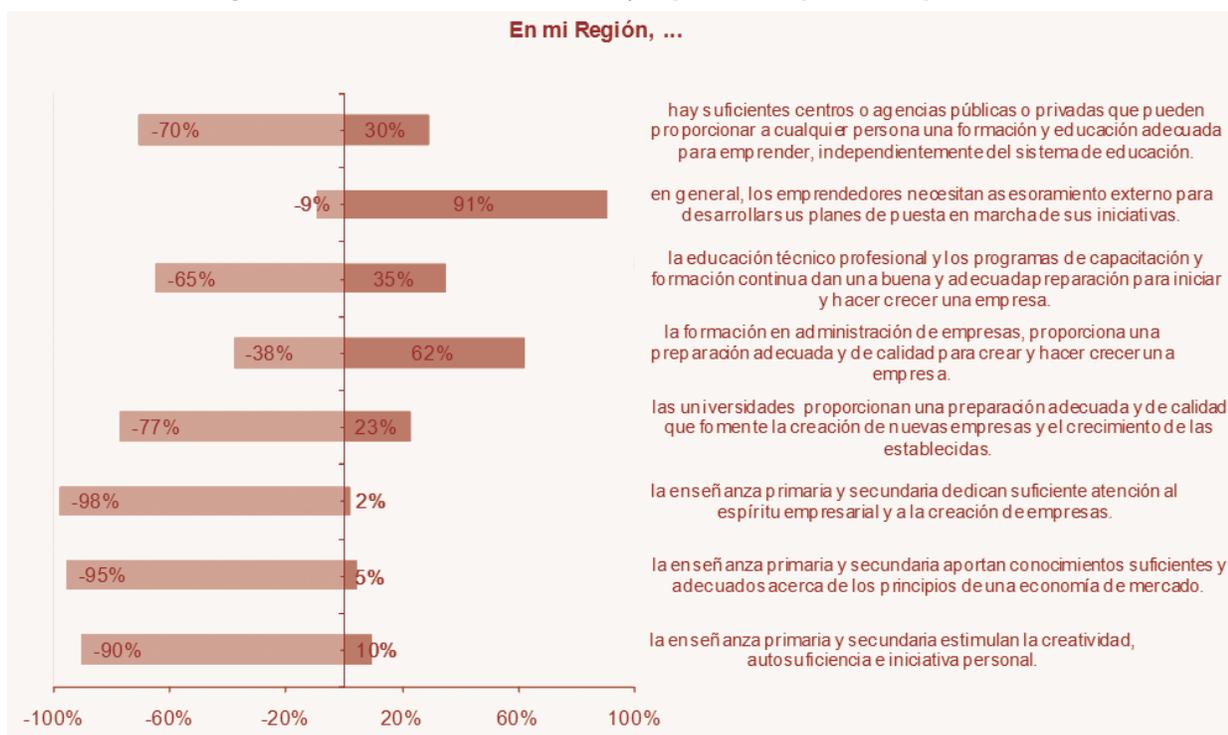
La dimensión Educación y Capacitación para el emprendimiento obtuvo la tercera valoración más baja después de la Transferencia de I+D y el Acceso al financiamiento, sin mostrar diferencias significativas respecto a la realizada por los expertos nacionales (figura 33). A pesar de la percepción negativa, es importante destacar que ésta ha disminuido en un 50% con respecto al año anterior (-1,2), lo que es un síntoma de que ha habido algunos avances en materia de educación y capacitación, aunque todavía continúa siendo una tarea pendiente en la Región.

Esta dimensión fue evaluada en cinco niveles:

- Educación primaria y secundaria.
- Educación técnico profesional y programas de capacitación.
- Educación universitaria.
- Facultades de negocios en las Universidades.
- Asesoría externa para los emprendedores.

Para la mayoría de los expertos de la Región de Antofagasta los programas de educación formal en todos los niveles (primario, secundario, universitario y técnico), no están incorporando los conocimientos, técnicas y habilidades necesarios para la creación de empresas nuevas. Es especialmente preocupante el juicio realizado sobre la educación primaria y secundaria. En ambos casos, más del 90% de los expertos considera que la educación que están entregando no es apropiada para fomentar el emprendimiento (figura 38).

Figura 38. Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento



Fuente: Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2008.

Como se mencionó en el informe del año anterior, la percepción de este problema en el ámbito universitario es muy reciente. En la región, solo algunas de las Facultades y Escuelas de las dos principales universidades (Católica del Norte y Universidad de Antofagasta), han incorporado el Emprendimiento en sus mallas como curso optativo. Lo ideal sería que fuera un ramo transversal y obligatorio para todas las carreras. Se espera que esto ocurra en los próximos años, a fin de promover la cultura emprendedora en la Región.

Una percepción de los expertos que ha mejorado bastante con respecto al año anterior es la formación en administración, dirección y gestión de empresas. Más del 60% de los expertos regionales considera que la formación en dichas áreas proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas. Igualmente, es importante destacar que más del 90% de los expertos considera que los emprendedores necesitan asesoramiento externo para desarrollar sus planes y puesta en marcha de sus iniciativas. Por lo tanto, cabe a las instituciones de enseñanza superior diseñar programas de educación a la medida de las necesidades de los emprendedores regionales.

Está pendiente, por tanto, una mayor toma de conciencia de las organizaciones educativas sobre la conveniencia de desarrollar una cultura emprendedora en la Región a partir de su incorporación en las mallas curriculares de sus programas. Un ejemplo empírico de cómo la educación en emprendimiento cambia la percepción de los estudiantes es el caso de la labor realizada por la Empresa Momento Cero S.A. (Cuadro 4).

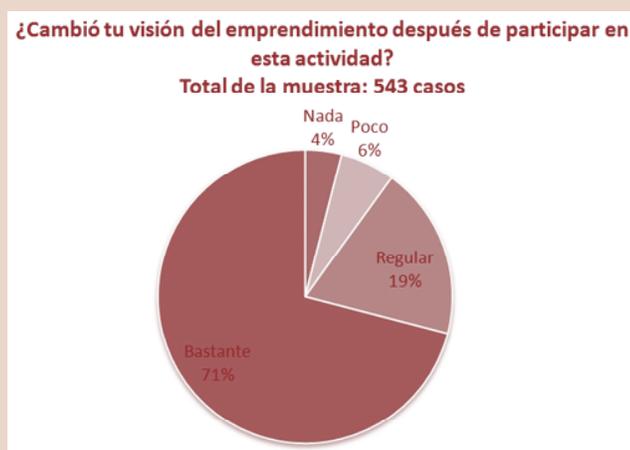
Cuadro 4. Educar para Emprender: Caso Momento Cero

Momento Cero S.A. (Mo.0), empresa privada formada por profesionales jóvenes (algunos de ellos de la región) dedicada al desarrollo de recursos para el aprendizaje que fomentan el espíritu emprendedor ha sido pionera en su tipo en Chile y Latinoamérica.

Desde sus inicios (2005), se han dedicado a expandir el tema del emprendimiento, no sólo desde la perspectiva empresarial, sino también entregando una visión más amplia de este concepto. Así, propuso ver el “espíritu emprendedor” como una forma de enfrentar la vida, fomentando la proactividad, el trabajo en equipo, la resolución de problemas, generación de planes de acción y el asumir riesgos de manera responsable en cualquier campo en que los individuos sientan motivación por desarrollar sus ideas, iniciativas y proyectos. Sin embargo, Mo.0 ha sido insistente en reconocer el importante papel que tienen los emprendedores de negocios.

La metodología que desarrolla Momento Cero se sustenta en los siguientes elementos: motivación (se aborda a través de la realización de Charlas), comunicación (Revista Mo.0) y didáctica (talleres y juego “El Plan”). Aspecto fundamental de este proceso es la realización de un adecuado diagnóstico inicial, que brinda claridad y certeza respecto a la pertinencia de generar ciertas acciones determinadas que sean efectivas, ahorrando tiempo y recursos como consecuencia de ello.

La calidad del trabajo que realiza la empresa queda reflejada en sus indicadores de desempeño. La siguiente figura muestra los resultados medidos durante 2008 en actividades realizadas en la región de Antofagasta con personas entre 18 y 64 años de edad.



Fuente: Momento cero

Desde 2005 hasta hoy, en la región de Antofagasta, Mo.0 ha desarrollado 53 actividades (28 en colegios, 9 en universidades, 4 en empresas y 12 en seminarios) a las que han asistido más de 5.000 personas. Adicionalmente, dos de sus socios cofundadores (antofagastinos) poseen cápsulas informativas y charlas motivacionales de emprendimiento que se han exhibido durante los últimos dos años a través de un canal regional de televisión, permitiendo una amplia difusión y extensión a nivel masivo en la materia.

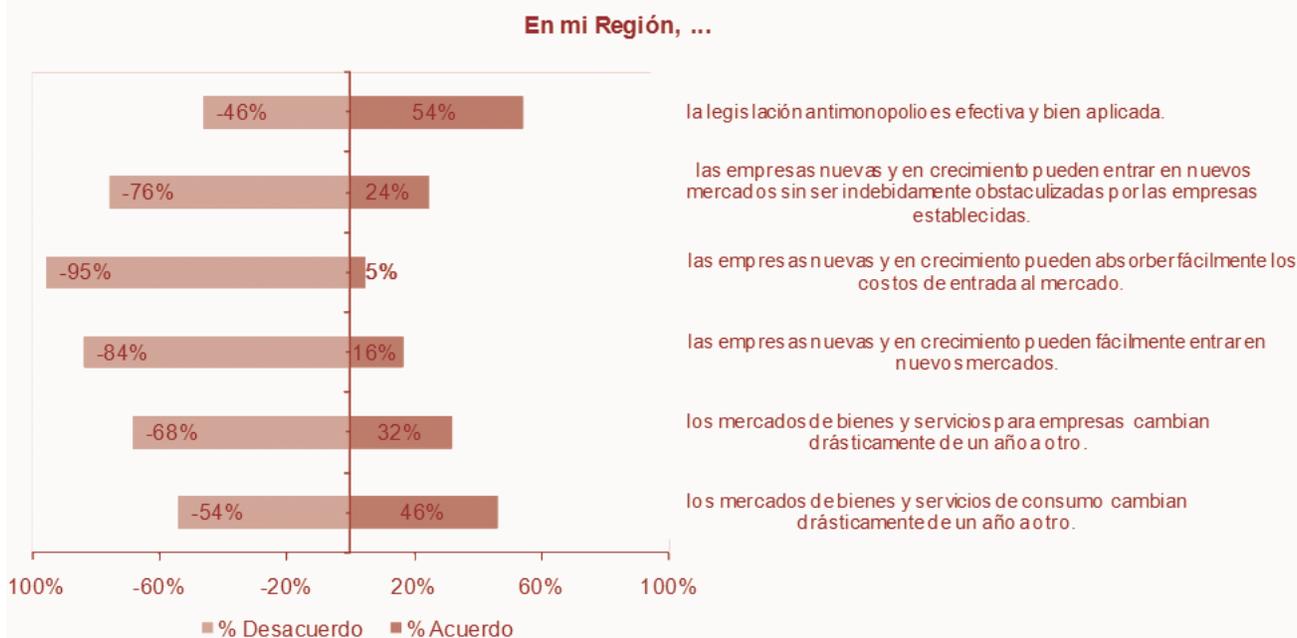
Por otra parte, editan Revista Mo.0, publicación educativa de emprendimiento e innovación, única en Chile, inscrita en el registro de publicaciones periódicas CRA MINEDUC, la que se distribuye por suscripción pagada a más de 300 establecimientos educativos de las 15 regiones de Chile, además de universidades, empresas, ejecutivos, empresarios y público interesado en temáticas de emprendimiento. Además, se encuentran próximos al lanzamiento de una nueva innovación, el juego de emprendimiento “El Plan”, proyecto por el cual la empresa se adjudicó un Capital Semilla (línea 2) de Innova Chile CORFO en 2008.

Momento Cero ha sido merecedor de importantes reconocimientos como Premio al Emprendimiento Social 2005; seleccionado como uno de los 50 casos ejemplares de innovación en educación en el libro "Innovaciones Made in Chile", 2008; su gerente general, Kenneth Gent, es uno de los 100 Jóvenes Líderes 2008. Además, la empresa trabaja en conjunto con algunas de las principales universidades y empresas del país.

3.3.4. Apertura del Mercado Interno (Evaluación: -0,6)

Esta dimensión, por segundo año consecutivo, sigue siendo evaluada negativamente, a pesar de presentar un resultado menos negativo que el año anterior (-0,8). Influyen en éste los aspectos relacionados con las barreras de entrada de los nuevos negocios al mercado interno. Más del 90% de los expertos considera que las empresas nuevas y en crecimiento difícilmente pueden absorber los costos de entrada al mercado. Una proporción igual de expertos nacionales consideran lo mismo. Por otro lado, los expertos regionales destacan que el carácter relativamente estable de los mercados de consumidores y empresas dificulta la entrada al tener que competir las nuevas empresas con las ya establecidas (figura 39).

Figura 39. Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes.

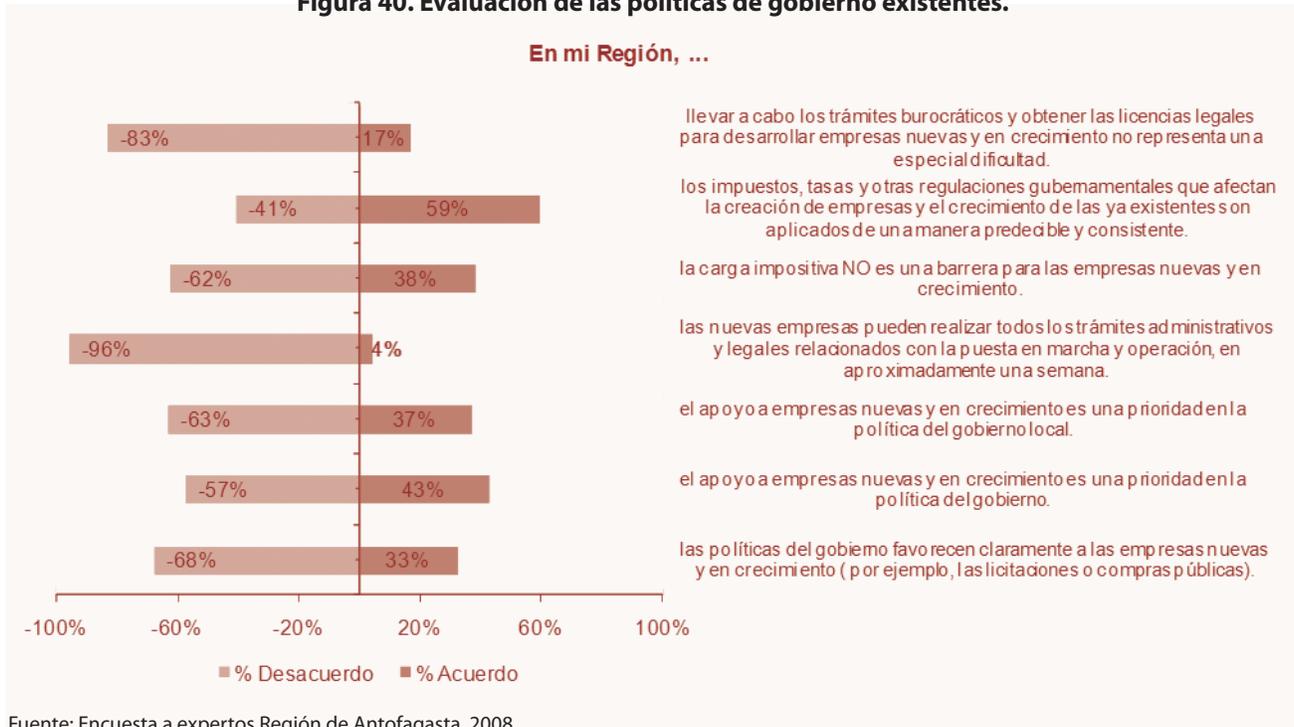


Fuente: Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2008.

3.3.5. Políticas de Gobierno (Evaluación: -0,6)

Esta dimensión también ha tenido una de las evaluaciones más bajas por parte de los expertos regionales, a pesar de que el año pasado la evaluación fue más negativa (-0,8). Influyen en este resultado, el exceso de burocracia en la obtención de permisos y licencias y el tiempo que se demora para la apertura de un negocio, mencionados por el 86% y 96% de los expertos regionales, respectivamente (figura 40).

Figura 40. Evaluación de las políticas de gobierno existentes.



Dichos aspectos pueden ser considerados como los principales obstáculos que limitan el emprendimiento. En Chile, por ejemplo, los emprendedores nacientes tienen que realizar nueve trámites y esperar aproximadamente 27 días para abrir una empresa. Aun cuando este tiempo es relativamente breve en comparación con el resto de América Latina, existen países como Francia, Estados Unidos y Dinamarca donde los trámites se reducen a cuatro días y donde la apertura del negocio se logra en una semana (Banco Mundial, 2008).

A pesar de la preocupación declarada por el gobierno durante los dos últimos años respecto a la promoción del emprendimiento, solo un 43% de los expertos considera que las políticas de apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento son prioritarias para el gobierno nacional, mientras que más del 60% considera que no son prioritarias para el gobierno local. El mismo porcentaje considera que las políticas públicas actuales no favorecen a las nuevas empresas y que la carga impositiva que las afecta es un obstáculo para las empresas nuevas y en crecimiento (figura 40).

3.3.6. Infraestructura Comercial y legal (Evaluación: -0,5)

La evaluación sobre esta dimensión del contexto emprendedor si bien ha mostrado una leve mejora con respecto al año anterior (-0,7), todavía sigue siendo negativa y está por debajo de la evaluación del país (-0,4). El resultado más crítico se relaciona con el costo de utilizar a los subcontratistas, proveedores y consultores. Para el 86% de los expertos regionales, las empresas nuevas y en crecimiento no son capaces de absorber estos costos. Pero no solamente es el costo, sino también la escasa mano de obra calificada existente en la Región y, si a esto se le agrega la dificultad de acceder a buenos servicios bancarios, la evaluación resulta crítica (figura 41). En todas estas variables y en especial en las referidas a la cantidad y calidad de los servicios, las diferencias con respecto al país son muy significativas. Esto refleja una vez más la falta de servicios especializados a las empresas en la Región. Esta percepción pone en primer plano la necesidad de promover proyectos que fortalezcan y diversifiquen la oferta de estos servicios avanzados. En la Región, existen varias instituciones orientadas a fortalecer dicha oferta, entre ellas destaca el CEDUC de la UCN, que se ha instalado en Antofagasta y que se espera contribuya a minimizar la brecha de falta de profesionales especializados. Por otro lado, se debe destacar también que con el programa nacional de becas Chile Bicentenario, aumentará en el mediano plazo la oferta de Recursos Humanos especializados en la Región.

Figura 41. Evaluación de la infraestructura comercial y legal.

3.3.7. Normas Sociales y Culturales (Evaluación: -0,5)

Esta dimensión ha obtenido una valoración claramente menos negativa por los expertos regionales con respecto al año anterior (-1,0). La percepción sobre la cultura regional continúa siendo pesimista para más del 70% de los expertos regionales, porque consideran que no fomenta la creatividad e innovación y no estimula a los emprendedores a ser más arriesgados. Asimismo, más del 60% de los expertos considera que la cultura regional no enfatiza en la iniciativa personal ni en que el individuo es el responsable de gestionar su propia vida. Sin embargo, más del 50% de los expertos regionales consideran que la cultura regional sí apoya y valora el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal (figura 42).

Existe una fuerte relación entre el proceso de socialización del individuo y el emprendimiento, especialmente en los emprendedores nacientes. La socialización puede propiciar la apertura para todas las disciplinas, entendiendo que, sin la libertad de desafiar lo existente, no hay emprendedores. Ser emprendedor es una actitud de vida y está relacionada con aptitudes transversales, como el liderazgo, trabajo en equipo, proactividad, necesarias en cualquier ámbito. Todas esas aptitudes se van adquiriendo durante el proceso de socialización con la familia, los amigos, las instituciones educativas, etc. Un emprendedor, ejercerá sus talentos adquiridos de acuerdo con la cultura en donde se desenvuelve, lo que hace que adopte comportamientos diferentes. Es en este aspecto, que la educación en emprendimiento cobra importancia. Esto significa formación docente e incorporación en la malla curricular tanto en las instituciones de enseñanza básica como superior, solo de esta manera se logrará formar una cultura emprendedora en la Región. Paralelo a la educación en emprendimiento, a nivel de sociedad es deseable la promoción de ciertos valores como la responsabilidad, el respeto, la honestidad y la perseverancia entre otros. En ese sentido, es cada vez más normal ver en los canales regionales, a empresarios exitosos ya sea como comentando en algún coloquio o simplemente contando su historia de vida. Esto ha contribuido a la mejora en la valoración de los expertos sobre el ser empresario.

Más del 80% de los expertos regionales piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos, y los exitosos (los que han logrado permanecer en el mercado y se han internacionalizado), gozan de gran reconocimiento y prestigio social. Así como, consideran que hoy es más frecuente ver en los medios de comunicación noticias sobre empresarios exitosos (figura 43). Hace unos años atrás ser empresario no

era considerado como una opción profesional, ya que lo más importante para una familia es que sus hijos estudiaran una carrera para ser empleados y no se valoraba el hecho de ser el dueño del negocio propio. Ahora esa mentalidad está cambiando y esto es percibido por los expertos regionales quienes consideran que actualmente, ser empresario también es una opción profesional deseable y que la creación de nuevas empresas es una forma adecuada de prosperar.

Figura 42. Evaluación de las normas sociales y culturales proclives al emprendimiento.

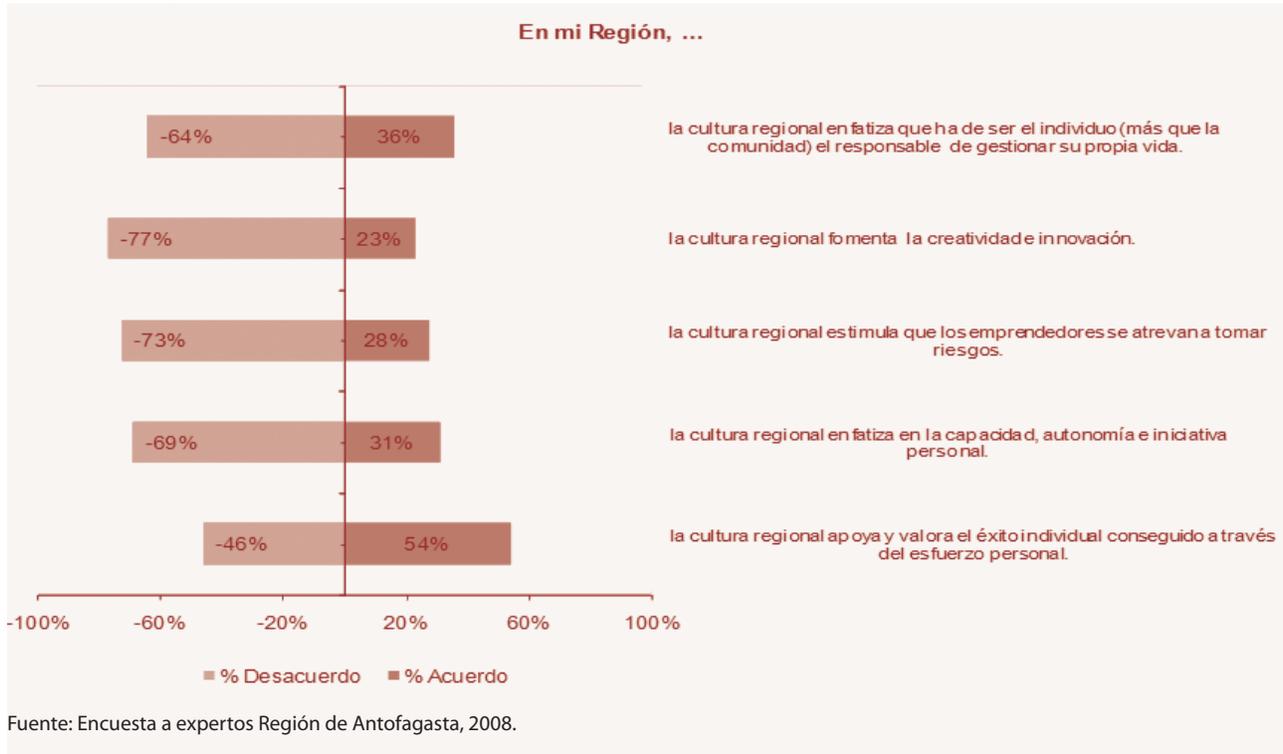
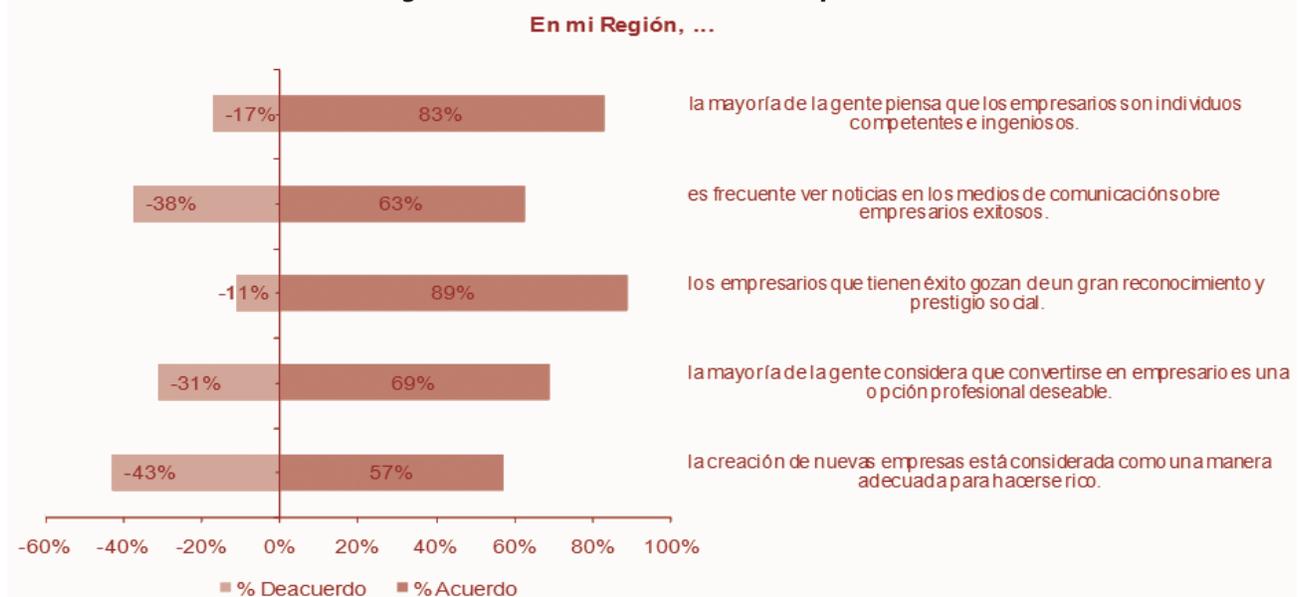


Figura 43. Valoración social de ser empresario.



3.3.8 Programas de Gobierno (Evaluación: -0,2)

La evaluación de los expertos sobre esta dimensión es la menos negativa de todas las dimensiones, y ha disminuido en un 71% con respecto al año anterior (-0,7). Influyen en este resultado la percepción que tienen los expertos regionales sobre la necesidad de que exista un solo organismo público que concentre toda la información respecto a las líneas de apoyo a empresas nuevas y en crecimiento, un 76% de los expertos percibe tal necesidad. Por otro lado, debe destacarse que, a pesar del esfuerzo realizado por el gobierno para diseñar y poner en marcha programas de fomento al emprendimiento en el país y en regiones, éstos parecen no responder a las necesidades y, además, no llegan al público objetivo para el cual se ha diseñado el programa, por diversas razones. Este sentimiento es compartido por más del 60% de los expertos regionales (figura 44)

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



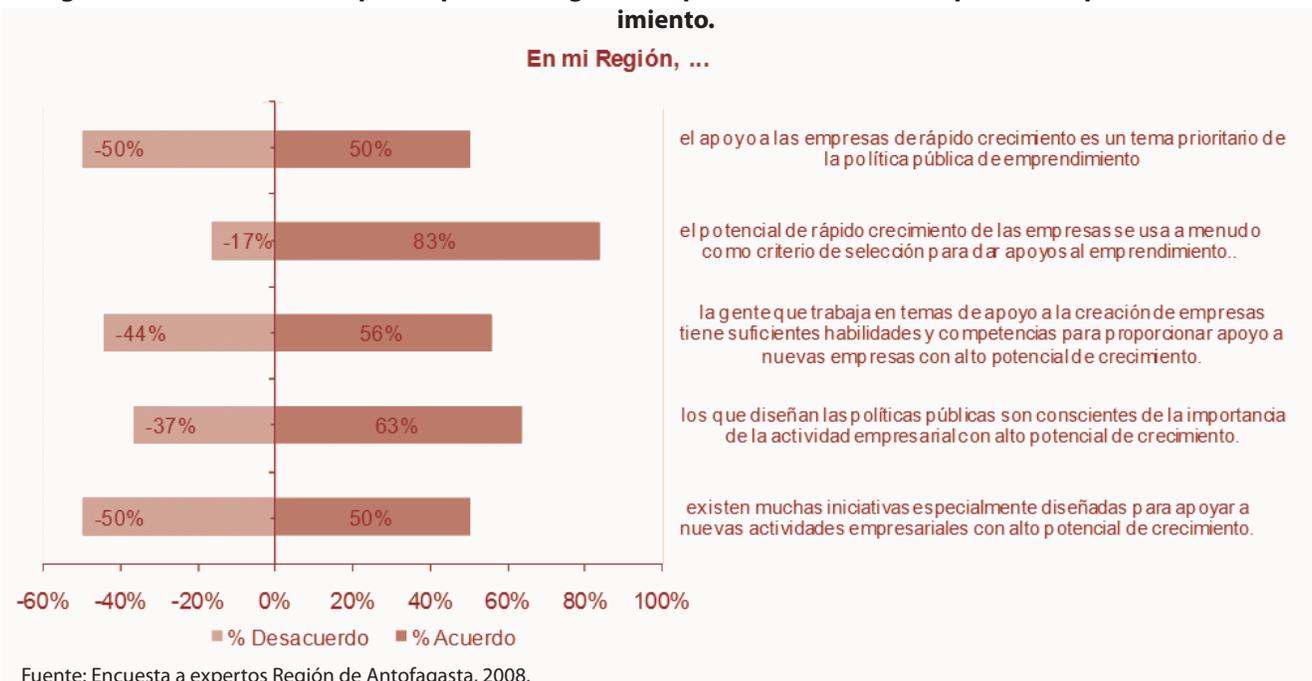
Fuente: Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2008.

Hoy en día, existe en el país, un centenar de programas canalizados por 22 instituciones públicas, que contemplan diferentes líneas de apoyo al emprendimiento (ver www.paraemprender.cl), no obstante más del 60% de los expertos considera que estos programas no son efectivos. Por otro lado, para más del 70% de los expertos regionales el Parque Científico-Tecnológico en Antofagasta (que es un proyecto que está tratando de consolidarse) y las incubadoras de negocios, sí aportan apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas. Al respecto, las incubadoras de negocios tanto en la sede de Antofagasta como de Calama, desde su creación en 2006, han desempeñado una importante labor en la Región organizando diversos talleres y concursos de Planes de Negocios, muchos de los cuales han terminado en financiamientos de Capital Semilla línea 1 y 2 de Innova Chile de CORFO, así como de Bancos e inversionistas privados. En el caso de Incuba2 sede Calama, solo en 2008 se presentaron 7 proyectos a la línea 1 del Capital Semilla, de los cuales se adjudicaron dos y cinco fueron rechazados; y 8 proyectos a la línea 2 de los cuales dos se adjudicaron y dos fueron rechazados, estando aun en evaluación cuatro proyectos. Es destacable que, entre las líneas 1 y 2, ese año se consiguió capital público, equivalente a 92 millones de pesos, y privado, alrededor de 75 millones de pesos¹⁹.

¹⁹ Según la información recibida de Incuba2 sede Calama.

Uno de los aspectos que más influyen en el dinamismo emprendedor de un país es el apoyo a las denominadas “empresas gacela”, es decir, aquellas empresas que tienen fuerte potencial de crecimiento porque son las que generan mayor impacto en la economía, ya sea por la generación de empleo, producto o capacidad exportadora (Hisrich, Peters y Shepherd, 2005). Por ello, la encuesta a expertos del GEM les solicita evaluar si los programas de gobierno contemplan algún tipo de apoyo para este tipo de empresas. Al respecto, más del 80% de los expertos considera que el alto potencial de crecimiento es usado como criterio de selección para apoyar a los emprendimientos, el 63% de los mismos reconoce que los responsables de las políticas son conscientes de la importancia que tienen las actividades emprendedoras con fuerte potencial de crecimiento. El 56% considera que las personas que trabajan en estos temas tienen las competencias y un 50%, considera que los programas orientados a estas empresas son prioritarios y que existen muchas iniciativas de apoyo para este segmento de empresas (figura 45).

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



3.3.9. Acceso a infraestructura física (Evaluación: 0,8)

Esta dimensión es la única que ha sido valorada positivamente durante los dos últimos años, mejorando, además, su evaluación de 2008, pues pasó de 0,3 a 0,8. Comparada con la evaluación realizada por los expertos en el país (1,1), la valoración de los expertos regionales es menor, no siendo significativa dicha diferencia. En la Región, más del 85% de los expertos considera que las empresas nuevas y en crecimiento pueden absorber los costos de servicios básicos y no es excesivamente caro acceder a sistemas de comunicación como teléfono, internet, etc. (figura 46). Más de un tercio de los expertos regionales considera que una empresa nueva o en crecimiento no puede tener acceso a servicios básicos en solo un mes, y que la infraestructura física no proporciona un buen apoyo a este tipo de empresas. En cualquier caso, el contraste con los resultados del país, vuelve a ser marcado, en el sentido que las empresas de la Región no solo tienen que esperar más tiempo para obtener estos servicios, si no también incurrir en mayores costos de funcionamiento. Tampoco deben olvidarse a este respecto las carencias en la Región respecto a infraestructura de transporte, servicios y obras públicas.

Figura 46. Evaluación del acceso a infraestructura física.

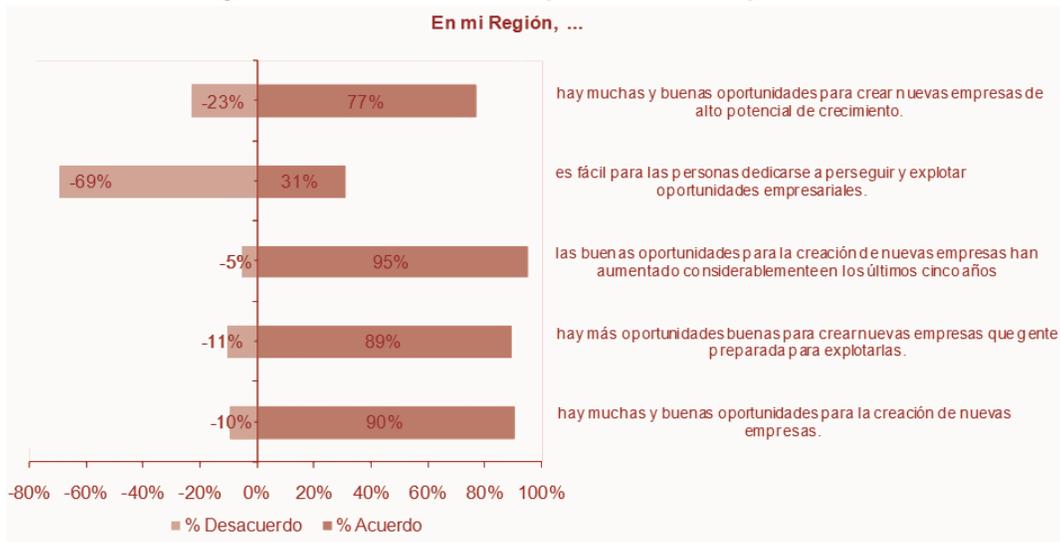
Fuente: Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2008.

3.3.10. Oportunidades para el Emprendedor y Capacidad Emprendedora

Junto a las dimensiones del contexto emprendedor, también se preguntó a los expertos regionales sobre su percepción de las oportunidades para emprender y las habilidades y motivaciones existentes para aprovecharlas. Como se mencionó anteriormente, las oportunidades se refieren tanto a la existencia como a la identificación de éstas en el mercado local; y las capacidades tienen que ver con la motivación de los individuos para empezar nuevas empresas y con el grado de conocimientos, experiencia y habilidades requeridos para llevar a cabo la iniciativa emprendedora.

Oportunidades Disponibles

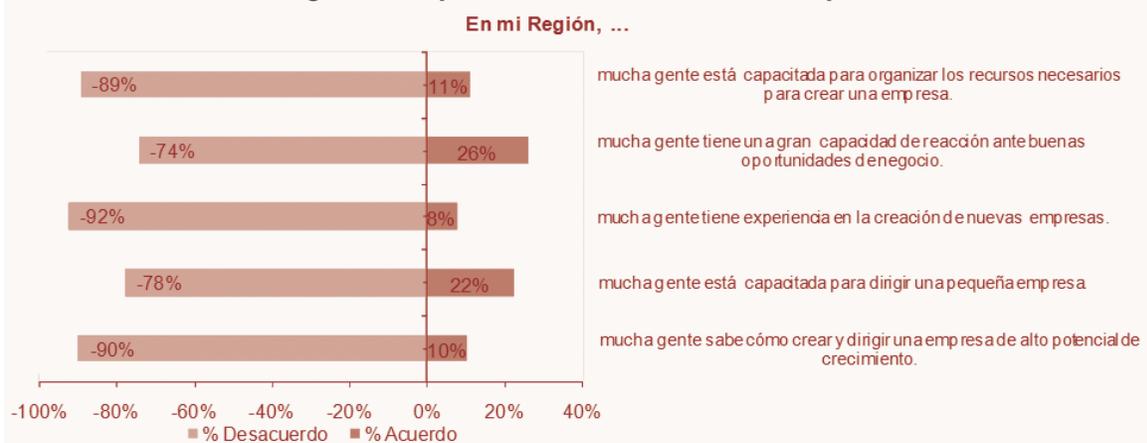
La evaluación de los expertos sobre las oportunidades disponibles en la Región ha mejorado con respecto a los resultados obtenidos el año pasado. En 2008, los expertos coincidieron con el conjunto de la población en considerar que la Región de Antofagasta ofrece, en estos momentos, buenas oportunidades de negocio y que, durante los cinco últimos años, dichas oportunidades han aumentado. Sin embargo, el 69% de ellos afirma que no es fácil para las personas aprovechar esas buenas oportunidades y el 89% cree que hay más oportunidades que personas que puedan beneficiarse de éstas (figura 47). Cuando se comparan estas expectativas con las expresadas por la población adulta de la Región (tabla 3), se observa que el juicio de los expertos es bastante más severo, si bien en ambos casos es positivo y se percibe un entorno en donde existen oportunidades para emprender. La pregunta que queda pendiente por responder es: ¿la población de la Región tiene o no las capacidades para capturar esas oportunidades?

Figura 47. Evaluación de las oportunidades disponibles.

Fuente: Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2008.

Capacidad de formar una empresa.

La evaluación de los expertos sobre la capacidad de los antofagastinos de formar una empresa ha empeorado con respecto a la realizada en año anterior. En 2008, aproximadamente un 90% de los expertos considera que mucha gente no tiene la capacidad de organizar los recursos necesarios para crear ni dirigir un nuevo negocio, tampoco sabe cómo crear y dirigir una empresa con potencial de crecimiento. A ello se une la escasa capacidad de reacción ante las oportunidades y la falta de experiencia, señalada por más del 70% de los expertos regionales (figura 48). Estos resultados, aunque son más críticos que los obtenidos por el país, no difieren de manera significativa. Se ponen de manifiesto las carencias en educación y capacitación como una de las principales limitantes del emprendimiento en la Región de Antofagasta. Universidades, colegios y centros de capacitación deberían tenerlo en consideración al diseñar sus mallas curriculares en las diferentes disciplinas y carreras que imparten. Con una buena educación que contemple el emprendimiento como una disciplina transversal y con docentes capacitados en la enseñanza del emprendimiento, esta percepción puede cambiar y se puede hacer de Antofagasta una Región emprendedora con profesionales capaces de capturar las buenas oportunidades que se presenten en la Región y de llevar adelante su empresa, dando empleo, aumentando su facturación, exportando y, de esta manera, contribuir al desarrollo regional.

Figura 48. Capacidad de formar una nueva empresa.

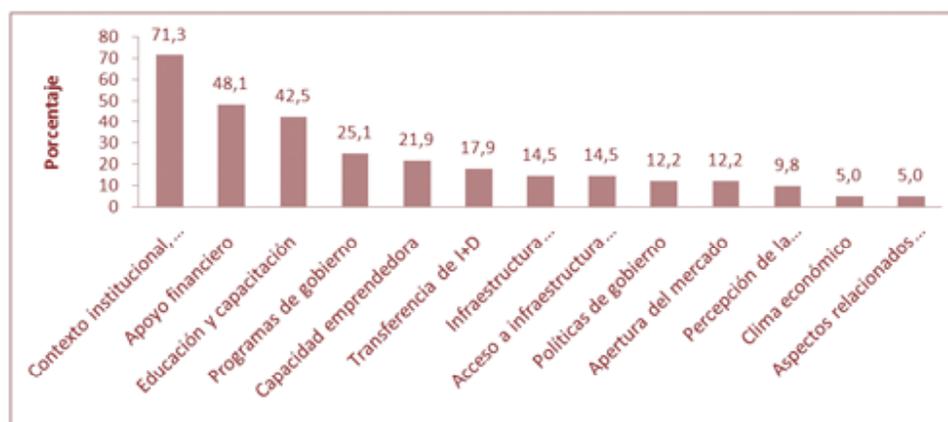
Fuente: Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2008.

3.3.11. Factores que limitan o perjudican el emprendimiento en la Región

En la encuesta a expertos, también se incorporan preguntas abiertas donde se les solicita que mencionen tres factores que limitan el emprendimiento, 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 realiza una suma de cada una de las frecuencias porcentuales por factor y se resumen de acuerdo a los más mencionados.

El factor más citado como limitante o perjudicador del emprendimiento en la Región es el contexto institucional, político y social mencionado por el 73% de los expertos; le siguen el apoyo financiero y la educación y capacitación, con más del 40% de menciones cada uno. Otros factores señalados en menor proporción son los programas de gobierno, la capacidad emprendedora, y la transferencia de I+D entre otros (figura 49). Al parecer las trabas institucionales, percibidas como exceso de burocracia, rigidez en los servicios, trámites engorrosos y el centralismo santiaguino, son los principales aspectos que limitan el emprendimiento en la Región. El cómo disminuir esas trabas es uno de los grandes desafíos a afrontar en la región. La opinión de los expertos nacionales coincide en dos factores con los regionales, el apoyo financiero y la educación y formación como factores limitantes del emprendimiento en Chile, sin embargo el factor más citado en el caso nacional es la política de gobierno (Amorós y Guerra, 2009).

Figura 49. Factores que limitan o perjudican la actividad emprendedora.

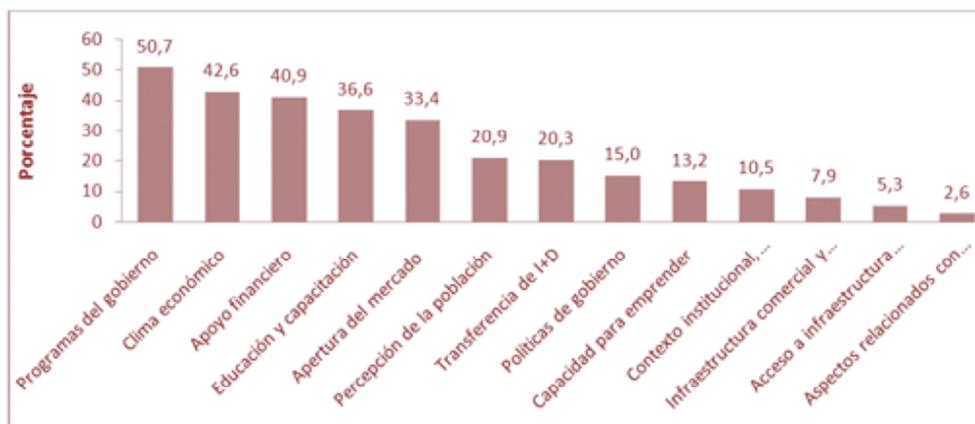


Fuente: Encuesta a expertos Región Antofagasta, 2008.

En opinión de los mismos expertos regionales, los factores que promueven el emprendimiento, son los programas de gobierno, el clima económico y el apoyo financiero cuyas menciones superan el 40% en cada uno de ellos, llegando hasta un 71,3% en el caso de la institucionalidad (figura 50). Se debe destacar que, en los dos últimos años, se han multiplicado los programas de apoyo al emprendimiento, como se mencionó en el apartado relativo a programas de gobierno. Actualmente, existen más de 22 instituciones públicas que tienen algún tipo de programa de apoyo al emprendimiento. Este esfuerzo realizado por el gobierno es percibido por los expertos regionales. Otro factor que destacan los expertos es el clima económico de la Región, relacionado con el crecimiento de la Región en los últimos 10 años. Curiosamente, el apoyo financiero, reconocido como uno de los factores que limita el emprendimiento en la Región, aparece en esta oportunidad, también como un factor que impulsa el emprendimiento. Es posible que haya influido en esta percepción la cantidad de subsidios en la forma de cofinanciamiento para el emprendimiento existente

en el mercado (visitar www.corfo.cl, www.sercotec.cl) y los concursos de planes de negocios organizados por universidades, incubadoras de empresas, bancos y otras instituciones privadas colocando montos importantes como premio. Otros factores como la educación y entrenamiento han sido citados con menos frecuencia (figura 50).

Figura 50. Factores que impulsan el emprendimiento en la Región.



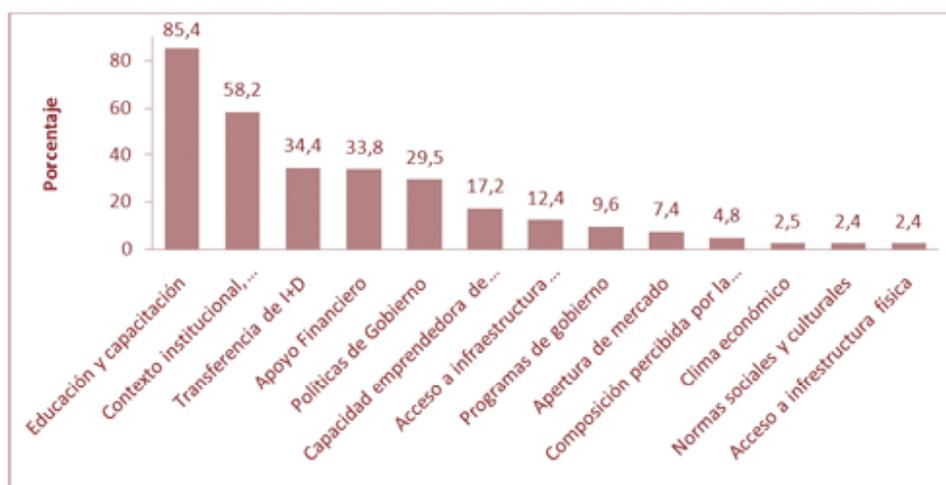
Fuente: Encuesta a expertos Región Antofagasta, 2008.

Finalmente, se preguntó a los expertos qué tipos de medidas tomarían para mejorar e incentivar el emprendimiento en la Región. Los resultados muestran que el principal aspecto que hay que mejorar para conseguir hacer de Antofagasta una Región emprendedora es la Educación y Capacitación en emprendimiento. Este factor ha sido el más mencionado por los expertos, y, recae en las instituciones educativas de enseñanza básica, media, superior y técnica la responsabilidad de ver la forma de incorporar en la malla curricular el emprendimiento como un ramo transversal y obligatorio. Aquí el papel que juegan los docentes en cada uno de dichos establecimientos es crucial, porque son ellos los que realizan la transferencia de conocimientos a los alumnos y mientras ellos no estén capacitados en la enseñanza del emprendimiento poco será el avance en este aspecto en la Región (Figura 51).

Otro de los factores frecuentemente mencionados por los expertos como recomendación para mejorar el emprendimiento se relaciona con el contexto institucional, político y social existente en la Región. Sugieren, por ejemplo, una ventanilla única para hacer los trámites y una sola institución que canalice todos los programas de apoyo al emprendimiento. Esto, sin duda, tiene relación con la diversidad de instituciones que, en estos momentos, ofrecen programas de apoyo al emprendimiento, más de 22 y cada una con sede en diferentes lugares, siendo ésta la principal crítica que hacen los expertos. Se sabe que en la Región existe un proyecto al respecto. Se trata del Edificio del Fomento Productivo, es una iniciativa regional que busca satisfacer las necesidades de todos los actores que participan en el sistema regional de fomento. Según información de la Agencia Regional de Desarrollo Productivo, la idea es potenciar en un solo lugar las iniciativas que van desde el emprendimiento hasta la sustentabilidad de las empresas, albergando instituciones como Corfo, Sercotec, Agencia Regional de Desarrollo, Sence, Prochile, Innova, Producción Limpia, entre otros.

La Transferencia de I+D, también fue mencionado por los expertos como otro de los aspectos que recomiendan mejorar para impulsar el emprendimiento en la Región. La pregunta que inmediatamente surge al respecto es ¿Cómo mejorar o hacer que haya más transferencia de I+D en la Región? El estudio reciente publicado por el CEMP (Atienza, ed.; 2009) y estudios anteriores (Atienza, Romaní y Aroca, 2006), muestran que en Antofagasta las Pymes con departamentos de I+D son muy pocas y principalmente son empresas proveedoras directas a la minería, y que la transferencia es prácticamente nula. Esta es una tarea que todavía queda pendiente y que debería mejorar a mediano plazo. Otro aspecto que destaca también entre las recomendaciones de los expertos se relaciona con el aspecto financiero. ¿Cómo mejorar la accesibilidad de los emprendedores a los recursos existentes en el mercado? Las fuentes no tradicionales de financiamiento para el emprendimiento innovador se localizan todas en Santiago. Es necesario plantearse la posibilidad de crear fuentes no tradicionales de financiamiento en la Región. Hubo intentos al respecto y se sigue considerando la posibilidad de crear una Red de Inversionistas Ángeles en la Macro zona norte, pero es un proceso que requiere de más tiempo.

Figura 51. Factores donde se puede mejorar el emprendimiento en la Región.



Fuente: Encuesta a expertos Región Antofagasta, 2008.

4. Reflexiones en torno al emprendimiento en la Región.

El informe del GEM Región de Antofagasta 2008 continúa el esfuerzo, iniciado en 2007, de estudiar la actividad, actitudes y aspiraciones de los individuos involucrados en alguna etapa del proceso emprendedor, ya sea como emprendedores nacientes o como empresarios nuevos y establecidos. Ofrece también una evaluación del contexto emprendedor de la Región por parte de un grupo de expertos regionales cuya actividad se relaciona directa o indirectamente con la actividad emprendedora. De esta forma, contribuye al esfuerzo iniciado por el equipo GEM Chile que pretende no solo entregar una visión del panorama emprendedor nacional, sino también aportar al desarrollo de Chile con estudios representativos de las realidades regionales, entre las cuales existe un elevado grado de heterogeneidad y que, por tanto, exigen políticas diferenciadas de apoyo al emprendimiento. Un ejemplo de esto es, sin duda, la Región de Antofagasta cuyos fuertes contrastes hacen necesaria una reflexión sobre el cómo puede llegar a constituirse en el ámbito local una sociedad emprendedora que supere los obstáculos que hoy en día plantea su condición periférica.

De los resultados obtenidos, destaca el hecho, ya reconocido en 2007, de que la Región de Antofagasta es un espacio caracterizado por la existencia de oportunidades de negocio. El fuerte crecimiento y la atracción de población experimentados por la región durante la última década gracias al impulso que ha supuesto el ciclo favorable de la actividad minera²⁰, llevan a que, en estos momentos Antofagasta presente una de las tasas de actividad emprendedora en etapas iniciales más altas del país y, lo que es más importante, la mayor tasa de emprendimiento por oportunidad, especialmente cuando se considera el emprendimiento que busca aumentar los ingresos y ser más independiente. Como contrapartida, destaca negativamente la fuerte brecha existente entre la tasa de emprendimiento en etapas iniciales y la tasa de emprendedores establecidos, la mayor dentro del país. Este resultado plantea dudas sobre la capacidad de supervivencia de los emprendimientos locales, aun cuando, durante el último año, la tasa de cierre o culminación de actividades en la región ha sido una de las más bajas entre las regiones participantes en el proyecto GEM.

Si bien la gran mayoría de los emprendedores de la Región continúa orientando sus esfuerzos a actividades de servicios al consumidor final donde las posibilidades de innovar en procesos o productos son limitadas, uno de los cambios más favorables ocurridos durante el último año es la mayor incorporación de nuevas tecnologías a los procesos de producción, sobre todo, por parte de los emprendedores en etapas iniciales. Este cambio de actitud se refleja, por un lado, en las aspiraciones de expansión de mercado de los nuevos negocios, con un incremento significativo de la proporción de emprendedores que aspira a expandir su mercado usando tecnología y a alcanzar un máximo impacto en la expansión de mercado. Por otro lado y de manera complementaria, también se observa una mayor orientación de los emprendedores, tanto nacientes como establecidos, hacia los mercados internacionales.

Los expertos regionales consultados no dejan de reconocer la presencia de oportunidades de negocio en la Región de Antofagasta. Sin embargo, su evaluación del contexto emprendedor continúa siendo marcadamente negativa. Cabe destacar, no obstante, que este año la evaluación de los expertos regionales ha mejorado y se ha situado, en su conjunto, en un nivel similar al promedio nacional. En cualquier caso, de su valoración, se desprende la conclusión preocupante de que la Región está dejando escapar oportunidades para lograr formas de desarrollo que permitan su sustentabilidad a largo plazo. Entre los aspectos más críticos del contexto emprendedor regional, vuelven a sobresalir las dimensiones de Transferencia de I+D, Acceso a Financiamiento, Educación en Emprendimiento, Acceso al Mercado Interno y Políticas de Gobierno.

²⁰ No debe olvidarse que las encuestas cuyos resultados se recogen en el informe fueron realizadas antes de que la crisis financiera internacional, cuyos mayores efectos empezaron a darse a finales de 2008, provocara una caída de los precios de las materias primas y, entre ellas, del cobre.

No debe dejar de reconocerse que, pese a la evaluación negativa, las dimensiones de Educación en Emprendimiento, Normas Sociales y Culturales y Programas de Gobierno han experimentado una mejora significativa, lo que podría ser el reflejo del conjunto de iniciativas públicas y privadas que, en los últimos tiempos, se han iniciado en estos ámbitos tanto en la Región como en el país. Algunos aspectos del contexto emprendedor en los que es necesario seguir realizando esfuerzos si se quiere que el emprendimiento contribuya con todo su potencial al desarrollo local son los siguientes:

- La Región de Antofagasta sigue ofreciendo más oportunidades que emprendedores preparados para aprovecharlas, por lo que promover la formación en emprendimiento se convierte en un imperativo, desde la educación primaria a la universitaria, sin olvidar la capacitación continua de empresarios nuevos y establecidos. Los programas de gobierno existentes serán insuficientes si no existe una masa crítica de emprendedores realmente capacitada para preparar proyectos viables (Mason y Harrison, 2001).

- Los emprendimientos innovadores y con fuerte potencial de crecimiento son muy reducidos, por lo que se debe profundizar en el esfuerzo iniciado por las universidades regionales para desarrollar la investigación científico-técnica y la formación avanzada de estudiantes y profesionales.

- El "equity gap" regional continúa siendo superior al promedio nacional. El desarrollo de proyectos innovadores requiere de la formación de una cadena completa de financiamiento para el emprendimiento innovador, desde la organización de una red de inversionistas privados, hasta la constitución de un fondo de capital de riesgo.

- El marco institucional desincentiva el emprendimiento. Este problema se ve agravado en las regiones no metropolitanas por las trabas burocráticas que provoca la organización centralista de la administración pública. Se hace urgente que los encargados de las políticas públicas tomen conciencia de este problema y promuevan formas de gestión descentralizadas de los programas públicos de apoyo a la innovación y de acceso al financiamiento más adaptados a las realidades regionales.

Referencias

- Acs, Z. (2006). How is Entrepreneurship good for Economic Growth? *Innovations*. Pp:97-107.
- Acs, Z.; Audretsch, D.; Braunerhjelm, P. y Carlsson, B. (2003). The Missing Link: The Knowledge Filter and Endogenous Growth. *Center for Business and Policy Studies*. Stockholm, Sweden.
- Acs, Z.; Arenius, P.; Hay, M. y Minniti, M. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor 2004 Executive Report*. London, U.K.: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.
- Acs, Z.; Parsons, W. y Tracy, S. (2008). *High Impact Firms: Gazelles Revisited*. Office of Advocacy, U.S. Small Business Administration.
- Acs, Z. y Szerb, L. (2008). Gearing up to Measure Entrepreneurship in a Global Economy. *Mimeo*. Faculty of Business and Economics. University of Pecs.
- Amorós, J.E. y Guerra, M. (2009). *GEM Reporte Nacional de Chile 2008*. Santiago: Universidad del Desarrollo y Universidad Adolfo Ibáñez
- Amorós, J.E.; Atienza, M. y Romaní, G. (2008). Formal and Informal Equity Funding in Chile. *Estudios de Economía*. 35(2), 179-194.
- ARDP (s.d). *Agenda Estratégica 2008 -2010 Región de Antofagasta*. Antofagasta: Agencia Regional de Desarrollo Productivo.
- 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, Romaní y Aroca (2006). *La Pyme de la Región de Antofagasta. Perspectivas de Desarrollo en Torno a la Minería*. Antofagasta: CORFO/IDEAR. Universidad Católica del Norte.
- Audretsh, D. (2007) Entrepreneurship Capital and Economics Growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 23 (1), 63-78.
- Autio, E. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor. Report on High Expectation Entrepreneurship*. London Business School, Mazars y Babson College. Babson Park, MA. Y Londres, UK.
- Banco Mundial (2008). *Doing Business 2009*. Washington D.C.: Banco Mundial y la Corporación Financiera Internacional.
- Bosma, N. ; Acs, Z. ; Autio, E. ; Coduras, A. and Levie, J. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor. 2008 Executive Report*. Available www.gemconsortium.org.
- Bygrave, W.; Hay, M.; Ng, E. y Reynolds, P. (2003) Executive Forum: A study of Informal Investing in 29 nations Composing the GEM. *Venture Capital* 5 (2), pp.:101-116.
- Bygrave, W. and Quill, M. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor. 2006 Financing Report*. Wellesley – London: Babson College and London Business School.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en Générale* (The Nature of Trade in General), Paris: Institute National D'études Démographiques.

- Carree, M. y Turik, R. (2003). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. Capítulo 17 in Acs, Z. y Audretsch, D. (Eds.) *Handbook of Entrepreneurship Research*. Dordrecht: Kluwer, p: 437-472.
- CORFO (s.d). *Innovar para Crecer. Líneas de Apoyo a la Innovación*. Santiago: Innova Chile CORFO.
- Davidsson, P. (2004). *Researching Entrepreneurship*. New York: Springer.
- Godin, K.; Clemens, J. y Veldhuis, N. (2008). Measuring Entrepreneurship: Conceptual Frameworks and Empirical Indicators. *Studies in Entrepreneurship and Markets*, 7. Fraser Institute.
- Gries, T. y Naude, W. (2008). Entrepreneurship and Structural Economic Transformation. *UNU-Wider Research Papers*. Helsinki.
- Headd, B. (2003). Redefining Business Success: Distinguish between closure and failure. *Small Business Economics* 21:51-61.
- Henrekson, M. (2005). Entrepreneurship: A weak Link in the Welfare State?. *Industrial and Corporate Change*, 14 (3), 437-467.
- Hisrich, R.; Peters, M. y Shepherd, D. (2005). *Entrepreneurship*. 6th Edition. New York: Mac Graw Hill Companies, Inc.
- INE (2003). Censo de Población y Vivienda, Chile 2002. Santiago. Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Lewis, W. (1954). Economic Development with Unlimited Supplies of Labour. *The Manchester School*, 28 (2), 139-191.
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*. London: Macmillan and Co.
- Mason, C. y Harrison, R. (2001). "Investment Readiness: A Critique of Government Proposals to Increase the Demand for Venture Capital". *Regional Studies* Vol. 35; 663-668.
- Porter, M. y Schwab, K. (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.
- Porter, M.; Sachs, J. y McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In: Porter, M.; Sachs, J.; Corneluis, P.K.; McArthur, J. y Schwab (eds.). *The Global Competitiveness Report 2001-2002*. New York: Oxford University Press, 16-25.
- Reynolds, P.; Bosma, N.; Autio, E.; Hunt, S.; Servais, I.; López-García, P. y Chin, N. (2005) Global Entrepreneurship Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24 (3), 205-231.
- Robinson, C.; O'Leary, B. y Rincón, A. (2006). Business Start-ups, closures and economic churn: A review of the literature. *Final report prepared for the Small Business Service*. Londres: National Institute of Economic and Social Research.
- Romaní, G. (2007). Caracterización de los Fondos de Capital de Riesgo en Chile. *Mimeo*. Dirección General de Investigación y Postgrado. Universidad Católica del Norte, Antofagasta, Chile.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2008). *GEM Informe de la Región de Antofagasta 2007*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.

Romani, G.; Atienza, M. y Amorós, J.E. (2009). Financing Entrepreneurial Activity in Chile: Scale and Scope of the Public Supports Programs. *Venture Capital. An International Journal of Entrepreneurial Finance*. 11(1), 50-70.

Romani, G.; Salinas, P.; Reyes, C.; Ziede, M. y Veneros, D. (2008). *GEM Mujeres y Actividad Emprendedora. Región de Antofagasta, Chile, 2007-2008*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.

Shumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge Mass: Harvard University Press.

Shumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper and Row.

Wennekers, S. y Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 131(1), 27-55.

Wennekers, S.; Van Stel, A.; Thurik, R. y Reynolds, P. (2005). Nascent Entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*. 24 (3): 293-309.

Anexo 1: Instrumentos de Apoyo de la **CORFO** para empresas nuevas, en crecimiento y establecidas de acuerdo a sus necesidades.

Necesidades	Instrumentos de Apoyo
Comenzar un negocio Innovador	<ul style="list-style-type: none"> • Incubadoras de Negocios: Creación. • Incubadora de Negocios: Fortalecimiento. • Capital Semilla: Estudios de Pre-inversión. • Capital Semilla: Apoyo a la Puesta en Marcha. • Redes de Inversionistas Ángeles.
Obtener Financiamiento para su empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Crédito CORFO Inversión. • Crédito CORFO Multisectorial. • Crédito CORFO Microempresa. • Leasing CORFO Pyme. • Capital de Riesgo CORFO para Pymes Innovadoras. • Financiamiento de Capital de Trabajo vía Factoring.
Obtener, crear o difundir tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Misiones Tecnológicas. • Pasantías Tecnológicas. • Consultoría Especializada. • Programa de Difusión Tecnológica. • Centro de Difusión y Transferencia Tecnológica. • Nodos Tecnológicos.
Innovar en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación Empresarial Individual. • Incentivo Tributario a la Inversión en I+D. • Apoyo a Negocios Tecnológicos. • Consorcios Tecnológicos: Estudios de Pre-inversión. • Consorcios Tecnológicos: Desarrollo.
Mejorar la Gestión de Procesos	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación para Servicios Turísticos de Calidad. • Fomento de la Calidad. • Fondo de Asistencia Técnica FAT • Programa de Pre inversión en Eficiencia Energética. • Programa de Emprendimientos Locales • Programa de Pre inversión en Medio Ambiente. • Programa de Pre inversión en Riego. • Programa de Pre inversión en Áreas de Manejo de Pesa Artesanal.
Desarrollar Negocios en forma Asociativa	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos Asociativos de Fomento.
Mejorar su red de proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Desarrollo de Proveedores.
Mejorar el entorno para la Innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación Precompetitiva. • Bienes Públicos para la Innovación.
Proteger su inversión o creación	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a la Protección de la Propiedad Industrial. • Subvención a la Prima del Seguro Agrícola.
Exportar productos o servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Crédito CORFO Exportación: Financiamiento al Exportador Chileno. • Crédito CORFO Exportación: Financiamiento al Comprador Extranjero. • Cobertura CORFO de Préstamos Bancarios a Exportadores COBEX. • Prospección e investigación de mercados externos. • Plataforma de Negocios para la Innovación.

<p>Invertir en Chile y sus regiones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de Apoyo al Inversionista. • Subsidio a Estudios y/o Asesorías Especializadas en la Etapa de Pre-inversión Regiones. • Subsidios a Estudios de Pre-inversión en Zonas Extremas y de Rezago Productivo. • Programas de Pre-inversión en Energías Renovables no Convencionales. • Subsidio a la Facilitación de la Puesta en Marcha en Zonas Extremas y de Rezago Productivo. • Subsidio a la Facilitación de la Puesta en Marcha Alta Tecnología. • Subsidio a la Inversión en Activos Fijos en Zonas Extremas y de Rezago Productivo. • Subsidio a la Inversión en Activos Fijos Inmovilizados Alta Tecnología. • Subsidio al Arrendamiento a Largo Plazo de inmuebles de propiedad de Terceros Alta Tecnología. • Subsidio al Arrendamiento o uso de Inmuebles de Propiedad de CORFO Alta Tecnología. • Subsidio a la Inversión en Inmuebles de Interés Turístico o Patrimonial en Lota y Valparaíso. • Subsidio a la Formación de Recursos Humanos de Alta Tecnología. • Subsidio a Programas de Capacitación de Alta Especialización Alta Tecnología. • Crédito CORFO Regional.
<p>Ejecutar Proyectos Audiovisuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Fomento al Cine y a la Industria Audiovisual.
<p>Financiar estudios de educación superior</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crédito CORFO Pregrado. • Crédito CORFO Postgrado.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la CORFO.

Expertos Entrevistados. GEM Región Antofagasta 2008²¹.

Juan Manuel Aguirre
Gerente General
Agua Marina

Juan Aguirre Mamani
Gerente Sucursal Antofagasta
Banco Internacional

Roberto Álamos Carrasco
Encargado
Oficina OIRS Aduana Antofagasta.

Carlos Alejos
Gerente General Pentabor.
Calama

Fernando Álvarez
Seremi de Bienes Nacionales
Región de Antofagasta

Mercedes Álvarez
Asesora Regional Ministerial de Hacienda
Región de Antofagasta

Héctor Anabalón
Gerente General Incubadora de Negocios
Sede Calama

Hernán Ángel
Director de OTRI Chile
Región Antofagasta

Héctor Araya
Director de Equipos Ejecutivos de Pymes
Región de Antofagasta

Humberto Araya
Seremi de Transportes y Telecomunicaciones
Región de Antofagasta

Vanessa Acuña Bravo
Directora Regional
Prodemu

Teodoro Azócar
Gerente
Holding Educacional Magister

Arturo Basadre
Gerente General
ABR Ingeniería Chile LTDA.

Aida Bravo Valdebenito
Directora (S)
Sence

María Teresa Bustos
Directora Ejecutiva
Corporación para el Desarrollo Productivo, CDP

Carlos Cantero
Senador de la República de Chile.

Pamela Candia
Gerente
Proyecsus

Giancarlo Coronata
Gerente
Casa Comercial Vaticano

Esther Croudo
Fundación Simón de Cirene

Jorge Díaz Araya
Superintendente Desarrollo Sustentable
Compañía Minera Zaldívar

Guillermo Delgado G.
Gerente General
Maco S.A.

Álvaro Fernández
Gerente General
Puerto de Antofagasta.

²¹ En orden alfabético y con el cargo que ocupaban cuando fueron entrevistados.

Gonzalo Flores
 Director Programa Emprendedores
 Universidad de Antofagasta.

Kenneth Genth
 Gerente General
 Momento Cero M0.

Alejandro González Funes
 Gerente División de Sictel

Gabriela Gómez
 Encargada Políticas Públicas
 Gobierno Regional

Catalina Gutiérrez
 Ejecutiva Proyectos Fomento Productivo
 Sercotec

Marcelo Jo
 Gerente General Desarrollo Tecnológico
 Compañía Minera Xstrata Copper

Geraldo Jusakos
 Director Ejecutivo
 Agencia Regional de Desarrollo Productivo.

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

Miriam Loyola
 Presidenta
 Asociación Gremial de Mujeres Empresarias

Jorge Lucero
 Gerente General
 Frontier Cargo S.A.

Lenka Marangunic
 Directora Regional
 Fondo de Solidaridad e Inversión Social

Orlando Martínez
 Socio Fundador
 Tequila Pub Restaurant

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

Marko Franazovic.
 Presidente
 Asociación de Pintores, APECH

Eduardo García Rodríguez.
 Gerente General Zona Norte, Larraín Vial

Oswaldo Pasten
 Gerente Negocios
 Insertransfield S.A.

Roberto Peralta
 Director Regional
 Corfo Antofagasta.

Mario Pereira
 Director de Investigación y Postgrados
 Universidad Católica del Norte

Miguel Quezada Olivares
 Sernatur

Marco Antonio Riquelme S.
 Sostenedor
 Giant School

Mauro Robles Torres
 Director
 Mercurio de Antofagasta

Jorge Ruz
 Gerente General Cociva

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

Constantino Zafirópulos
 Empresario

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

Marcela Ziede Bice
 Directora MBA /FACEA UCN

Equipos de trabajo por países

EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS DE LOS EQUIPOS NACIONALES	SPONSOR FINANCIEROS	ENCUESTADOR APS
Alemania	University of Hannover Institute of Labour Market Research, Nuremberg	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt Heiko Stüber	Institute of Labour Market Research, Nuremberg	INFAS
Angola	Universidade Católica de Angola (UCAN) Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Alves da Rocha Salim Abdul Valimamadé Augusto Medina Sara Medina Douglas Thompson Anders Hyttel João Medina	Banco de Fomento S.A	Centro de Pesquisas, Sondagens e Estudos de Opinião (CENSOP - Dr. Bernardo Vieira)
Argentina	Center for Entrepreneurship IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Leticia Arcucci Héctor Rocha Juan Martín Rodríguez	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School, Universidad Austral Banco Santander Río Subsecretaría de Desarrollo Económico, Ministerio de Desarrollo Económico - Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires Prosperar, Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones	MORI Argentina
Bélgica	Vlerick Leuven Gent Management School	Hans Crijns Miguel Meuleman Olivier Tilleuil	Flemisch Government, Steunpunt Ondernemen en Internationaal Ondernemen (STOIO)	TNS Dimarso

Bolivia	Maestrías para el Desarrollo -Universidad Católica Boliviana	Marco Antonio Fernández Gover Barja Mario Ávila	Fundación Nuevo Norte USAID/Bolivia Fundación Avina Red Bolivia Em- prendedora Fundación para la Producción	Cima Group/ Synovate
Bosnia y Herzegovina	Entrepreneurship Development Center de Tuzla en conjunto con Tuzla University	Bahrija Umihanic Admir Nukovic Boris Curkovic Esmir Spahic Rasim Tulumovic Senad Fazlovic Sladjana Simic	Entrepreneurship Development Center Tuzla Government of Tuzla Canton City of Tuzla Government of Brcko District of Bosnia and Herzegovina	PULS BH d.o.o. Sarajevo
Brasil	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S. S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Rodrigo G. M. Silvestre Carlos Artur Krüger Passos Júlio César Félix Marcos Mueller Schlemm	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI / PR Serviço Social da Indústria - SESI / PR Universidade Positivo	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.
Chile	Universidad Adolfo Ibáñez Universidad del Desarrollo	Bárbara Harris José Ernesto Amorós Massiel Guerra Daniela Ortega	Innova CORFO Universidad Adolfo Ibáñez- Centro de Innovación y Emprendimiento- Universidad del Desarrollo	Opina
Colombia	Universidad de los Andes Universidad ICESI Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali	Rafael Vesga Lina Devis Rodrigo Varela Luís Miguel Álvarez Liyis Gómez Fernando Pereira Raúl Quiroga Alberto Arias	SENA Comfenalco Valle	Centro Nacional de Consultoría

Croacia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre – CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek – Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Dinamarca	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Hannes Ottossen Kim Klyver Kent Wickstrøm Jensen Majbritt Rostgaard Evald Suna Sorensen	International Danish Entrepreneurship Academy (IDEA)	Institute for Business Cycle Analysis
Ecuador	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)-ESPAAE Graduate School of Management	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo Edgar Izquierdo	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)	Survey Data
Egipto	The British University in Egypt (BUE) Egyptian Junior Business Association (EJB)	David Kirby Nagwa Ibrahim Hala Hattab Amr Gohar Ahmed Nafie	Industrial Modernization Center, Ministry of Trade & Industry ACNielsen	ACNielsen
Eslovenia	Institute for E-ship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Smart Com Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS

<p>España</p> <p>Equipo Regional:</p> <p>Andalucía</p> <p>Asturias</p> <p>Aragón</p> <p>Canary I.</p> <p>Cantabria</p> <p>Castilla León</p> <p>Castilla la Mancha</p> <p>Catalunya</p> <p>C. Valenciana</p> <p>Extremadura</p> <p>Galicia</p> <p>Madrid</p> <p>Murcia</p> <p>Navarra</p> <p>País Vasco</p> <p>Ceuta</p> <p>Melilla</p>	<p>Instituto de Empresa</p> <p>Universidades Regionales:</p> <p>Cádiz</p> <p>Oviedo</p> <p>Univ. de Zaragoza</p> <p>Las Palmas & La Laguna</p> <p>Univ. De Cantabria</p> <p>León</p> <p>Castilla la Mancha Autónoma de Barcelona</p> <p>Fundación Miguel Hernández</p> <p>Xavier de Salas</p> <p>Santiago de Compostela</p> <p>Autónoma de Madrid</p> <p>Univ. de Murcia</p> <p>Pública de Navarra</p> <p>Deusto & País Vasco</p> <p>Univ. de Granada & Escuela de Negocios de Andalucía</p>	<p>Ignacio de la Vega</p> <p>Alicia Coduras</p> <p>Isabel González</p> <p>Cristina Cruz</p> <p>Rachida Justo</p> <p>Directores Regional:</p> <p>José Ruiz Navarro</p> <p>Juan Ventura Victoria</p> <p>Lucio Fuentelsaz</p> <p>Rosa M. Batista</p> <p>Canino</p> <p>Francisco Javier Martínez</p> <p>Mariano Nieto Antolín</p> <p>Miguel Ángel Galindo Martín</p> <p>Carlos Guallarte</p> <p>José M^a Gómez Gras</p> <p>Ricardo Hernández</p> <p>Mogollón</p> <p>J. Alberto Díez de Castro</p> <p>Eduardo Bueno Campos</p> <p>Antonio Aragón Sánchez</p> <p>Iñaki Mas Erice</p> <p>Iñaki Peña Legazkue</p> <p>Lázaro Rodríguez Ariza</p> <p>María del Mar Fuentes</p>	<p>DGPYMES</p> <p>Fundación Cultural Banesto</p> <p>Fundación Incyde</p> <p>IE Business School</p> <p>Junta de Andalucía</p> <p>Gob. de Aragón</p> <p>Gob. del Principado de Asturias</p> <p>Gob. de Canarias, Cabildo</p> <p>Fondo Social Europeo</p> <p>Gob. de Cantabria</p> <p>Centros de Innovación Europeos (Navarra, Murcia, C y León)</p> <p>Generalitat de Catalunya</p> <p>Junta de Extremadura</p> <p>Air Nostrum, CEG, BIC Galicia</p> <p>IMADE, FGUAM</p> <p>Fundación Caja Murcia</p> <p>Eusko Ikaskuntza</p> <p>Instituto Vasco de Competitividad</p> <p>FESNA</p> <p>Universidad de Granada y otros</p>	<p>Instituto Opinòmetre S.L.</p>
<p>Estados Unidos</p>	<p>Babson College</p> <p>Baruch College,</p> <p>City University of New York</p>	<p>I. Elaine Allen</p> <p>Marcia Cole</p> <p>Monica Dean</p> <p>Ivory Phinisee</p> <p>Joseph Onochie</p> <p>Edward Rogoff</p>	<p>Babson College</p> <p>Baruch College</p>	<p>Opinion Search</p>

Finlandia	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Tommi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Stenholm Pia Arenius Erkko Autio	Ministry of Employment and the Economy Ministry of Education The European Union under the European Regional Development Fund and the European Social Fund Turku School of Economics	Taloustutkimus Oy
Francia	EMLYON Business School	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
Grecia	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Takis Politis Aggelos Tsakanikas Evaggelia Valavanioti	Hellenic Bank Association	Datapower SA
Holanda	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Chantal Hartog André van Stel Niels Bosma Roy Thurik Ingrid Verheul	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus marktonderzoek bv
Hungría	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Zoltan J. Acs Attila Varga József Ulbert Siri Terjesen Péter Szirmai Gábor Kerékgyártó	Ministry for National Development and Economy University of Pécs, Faculty of Business and Economics Ohio University (USA)	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény kutató Intézet
India	Pearl School of Business, Gurgaon	Ashutosh Bhupatkar I. M. Pandey Janakiraman Moorthy Gour C. Saha	Pearl School of Business, Gurgaon	Metric Consultancy

Irán	University of Tehran	M .Ahamadpour Daryani Abbas Bazargan Nezameddin Faghiih Caro Lucas A. A. Moosavi-Movahedi A. Kord Naeij S.Mostafa Razavi Leyla Sarafraz Jahangir Yadollahi Farsi Mohammad Reza Zali	Ministry of Labour and Social Affairs	Dr. Mohammad Reza Zali
Irlanda	Dublin City University	Paula Fitzsimons Colm O’Gorman	Enterprise Ireland Forfás Allied Irish Bank	IFF
Islandia	RU Centre for Research on Innovation and Entrepreneurship (Reykjavik University)	Rögnvaldur Sæmundsson Silja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University Prime Minister’s	Office Capacent Gallup
Israel	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	The Brandman Institute
Italia	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson	Ernst & Young Atradius Credit Insurance	Target Research
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Vanetta Skeete Claudette Williams-Myers Garth Kiddoe Girjanauth Boodraj Joan Lawla Louise Marcelle-Peart	Faculty of Business and Management, University of Technology, Jamaica	Koci Market Research and Data Mining Services

Japón	Keio University Musashi University Shobi University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co.,Ltd (SSRI)
Letonia	The TeliaSonera Insti- tute at the Stockholm School of Economics in Riga	Olga Rastrigina Vyacheslav Dom- brovsky	TeliaSonera AB	SKDS
Macedonia	University Ss. Cyril and Methodius – Busi- ness Start-Up Centre Macedonian Enter- prise Development Foun- dation (MEDF)	Radmil Polenakovik Aleksandar Kurciev Bojan Jovanoski Tetjana Lazarevska Gligor Mihailovski Lazar Nedanoski	Macedonian Enter- prise Development Foundation (MEDF) Austrian Develop- ment Agency Macedonian Agency for Promotion of Entrepreneurship	GfK Skopje
México	Tecnológico de Mon- terrey	Alejandro González Berenice Ramírez César Godínez	Tecnológico de Mon- terrey	Alduncin Y Asociados, SA De CV
Noruega	Bodo Graduate School of Business	Erlend Bullvaag Bjorn Willy Aamo Erik Pedersen Lars Kolvereid	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway The Knowledge Fund, at Bodo Knowledge Park Ltd.	TNS Gallup
Perú	Centro de Desarrollo Emprendedor, Universidad ESAN	Jaime Serida Nishimura Liliana Uehara- Uehara Jessica Alzamora Ruiz	Universidad ESAN	Imasen

Reino Unido	<p>Hunter Center for Entrepreneurship, University of Strathclyde</p> <p>Economics & Strategy Group, Aston Business School, Aston University</p>	<p>Jonathan Levie</p> <p>Mark Hart</p>	<p>BERR Enterprise Directorate InvestNI Department of Enterprise, Trade and Investment (NI) Belfast City Council Enterprise Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde Scottish Enterprise Welsh Assembly Government One North East North West Development Agency Yorkshire Forward Advantage West Midlands East Midlands Development Agency South West of England Development Agency South East Development Agency Enterprise Insight Wessex Enterprise</p>	IFF
Rep. Corea	Jinju National University	<p>Sung-Sik Bahn Yong-Sam Lee Sanggu Seo Hyunsuk Lee Donna Kelley</p>	Small and Medium Business Administration (SMBA)	Hankook Research Co.
República Dominicana	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	<p>Guillermo Van Der Linde Cecilia Pérez Maribel Justo Alina Bello José Rafael Pérez Tania Canaán</p>	Grupo Vicini International Financial Centre of the América Consejo Nacional de Competitividad	Gallup República Dominicana

Rumania	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Stefan Pete Lehel-Zoltán Györfy Ágnes Nagy Dumitru Matis László Szerb Liviu Ilies Comsa Mircea Annamária Benyovszki Tünde Petra Petru Ana Eugenia Matis Mustatã Rãzvan Nagy Zsuzsánna-Ágnes	Pro Oeconomica Association Babes-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Metro Media Transilvania
Rusia	Saint Petersburg Team Graduate School of Management, Saint Petersburg Moscow Team State University Higher School of Economics, Moscow	Olga Verhovskaya Valery Katkalo Maria Dorokhina Alexander Chepurenko Olga Obraztsova Tatiana Alimova Maria Gabelko	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University State University - Higher School of Economics	O+K Marketing & Consulting Levada-Center
Serbia	The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera Bozidar Lekovic Stevan Vasiljev Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Maric	Executive Council of Vojvodina Province, Department for Economy	Marketing Agency Drdrazen d.o.o. Subotica
Sudáfrica	University of Cape Town -Graduate School of Business	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew Tonia Overmeyer	Department of Trade and Industry Swiss South Africa Cooperation Initiative South African Breweries Standard Bank SEDA	Nielsen South Africa
Turquía	Yeditepe University	Nilüfer Egrican Esra Karadeniz	Endeavor, Turkey Country Office Akbank	Akademetre Research & Strategic Planning

Uruguay	Instituto de Estudios Empresariales de Montevideo (IEEM)	Leonardo Veiga Pablo Regent Fernando Borraz Alejandro Gaidana Adrián Edelman Cecilia Gomeza	IEEM Business School - Universidad de Montevideo	Mori, Uruguay
<i>Equipo de coordinación del GEM Global</i>	London Business School SMU - Cox School of Business Babson College Utrecht University IE Business School	Michael Hay Mark Quill Chris Aylett Jackline Odoch Mick Hancock Maria Minniti William D. Bygrave Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Alicia Coduras	Universidad del Desarrollo Babson Collage	N/A

Sobre los Autores

Gianni Romaní Chocce:

Magíster y Doctor en Administración de Empresas mención Finanzas de la Universidad de Sao Paulo, Brasil.

Directora del Centro de Emprendimiento y de la Pyme, CEMP.

Trabaja como profesora/investigadora del Departamento de Administración de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte. Sus áreas de investigación son Financiamiento para Pymes, Capital de Riesgo Formal e Informal y Emprendimiento.

Contacto: gachocce@ucn.cl

Miguel Atienza Úbeda:

MPh en Economía del Desarrollo y Doctor en Economía de la Universidad Autónoma de Madrid,

Director del Departamento de Economía y del Observatorio Regional de Desarrollo Humano.

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.

Contacto: miatien@ucn.cl

Coordinación del GEM Chile

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

Centro de Innovación y Emprendimiento
Universidad Adolfo Ibáñez

Global Entrepreneurship Research Center -GERC
Universidad del Desarrollo

www.uai.cl
Contacto: Germán Echeopar.
Director Académico del Centro
german.echeopar@uai.cl
Tel: (562) 331 1229

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

Coordinación del Proyecto GEM en Regiones

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

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

Presentación de los Auspiciadores

Universidad Católica del Norte

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



Gobierno Regional de Antofagasta

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



GOBIERNO DE CHILE
GOBIERNO REGIONAL DE ANTOFAGASTA

Agencia Regional de Desarrollo Productivo

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





Ediciones Universitarias

CETMP
Centro de Emprendimiento
y de la Pyme

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