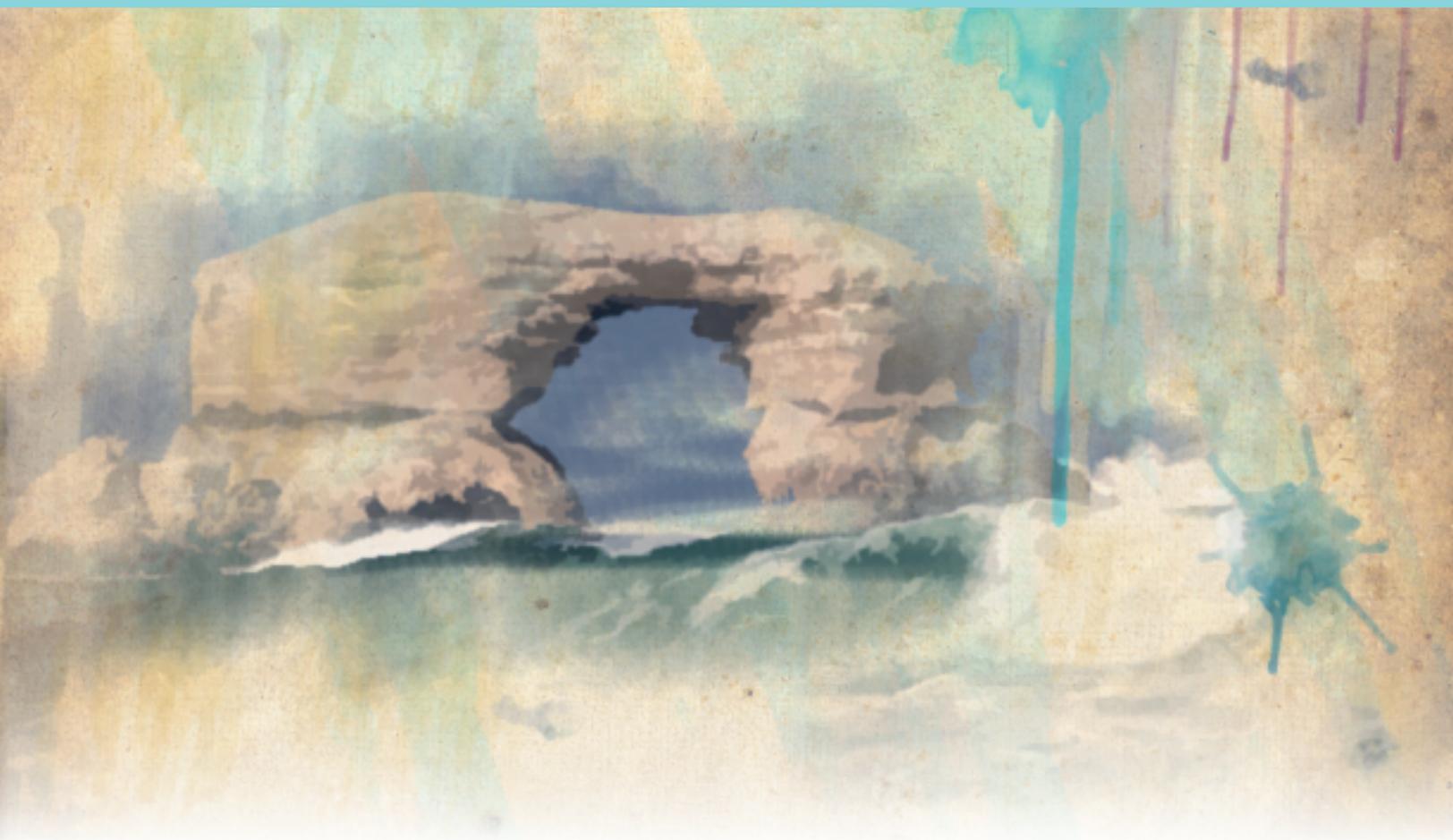




Global Entrepreneurship Monitor



INFORME DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA, *Chile 2010*

Gianni Romaní Chocce / Miguel Atienza Úbeda

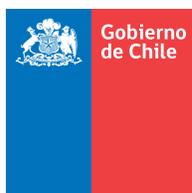




Global Entrepreneurship Monitor

**INFORME DE LA REGIÓN DE
ANTOFAGASTA, CHILE
2010**

Gianni Romaní Chocce.
Miguel Atienza Úbeda.





Global Entrepreneurship Monitor

Informe de la Región de Antofagasta, Chile 2010

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 del Consejo Regional (CORE) y la Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo Tecnológico 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 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.

© 2011 Universidad Católica del Norte.

**Global Entrepreneurship Monitor
Informe de la Región de Antofagasta, Chile 2010.
Junio 2011.**

Editor: Ediciones Universitarias

Registro de Propiedad Intelectual
Inscripción N° 208544
Santiago Chile.

ISBN: 978 - 956 - 287 - 328 - 4

Los datos utilizados en este estudio provienen del consorcio Global Entrepreneurship Monitor (GEM), constituido en 2010 por equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Angola, Arabia Saudita, Argentina, Australia, Bélgica, Bosnia Herzegovina, Brasil, Bolivia, Chile, China, Colombia, Corea, Costa Rica, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Egipto, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Ghana, Grecia, Guatemala, Hong Kong, Hungría, Irán, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Latvia, Malasia, México, Montenegro, Noruega, Países Bajos, Pakistán, Palestina, Perú, Portugal, Reino Unido, Rumania, Rusia, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Taiwán, Trinidad y Tobago, Túnez, Turquía, Uganda, Uruguay, Vanuatu, Zambia. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros están publicados en el informe Global Entrepreneurship Monitor 2010, que puede descargarse en línea en www.gemconsortium.org. Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

Diseño, Diagramación y Portada: Cristian Peña Morales.

Impreso en Emelnor S.A. Avda. A. Rendic 7002 Antofagasta, Chile.

Presentación de la Coordinación GEM Región de Antofagasta.

El Proyecto GEM Región de Antofagasta 2010 ha sido desarrollado por académicos adscritos al Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte (UCN).



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

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

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

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



Prefacio.

Por cuarto año consecutivo tengo el gusto de presentar el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Informe sobre la actividad emprendedora de la Región de Antofagasta 2010, resultado del trabajo de académicos del Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte.

Sin duda el trabajo realizado durante estos cuatro años da cuenta de la importancia que el estudio de la actividad emprendedora tiene para las distintas regiones del país. El GEM ha ayudado a comprender mejor las diferencias y similitudes del emprendimiento regional a través de un sólido proyecto de investigación y aportando conocimiento con una perspectiva única en el país. Desde 2007, con la primera aproximación en cuatro regiones, se han sumado equipos que incluyen las Regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, O'Higgins, del Maule, del Bío-Bío, de la Araucanía y la Región Metropolitana. Este crecimiento, no sólo cuantitativo, da cuenta de la relevancia que para las regiones tiene el conocer con mayor detalle su propia realidad respecto a la creación de nuevas empresas. Así el GEM Chile y sus once regiones ofrecen 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 la ayuda brindada por Babson College y la Universidad del Desarrollo quienes en el ciclo 2010 fueron los auspiciadores globales del proyecto GEM. Asimismo, agradecemos el apoyo de la Facultad de Economía y Negocios Universidad del Desarrollo quien coordina el proyecto GEM Chile y que han incorporado la dimensión regional en este importante proyecto. Finalmente, quiero reiterar mi agradecimiento por todo el trabajo y el entusiasmo mostrado en estos cuatro años por la Universidad Católica del Norte y en especial al equipo GEM del 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 y, en especial en la Región de Antofagasta.

José Ernesto Amorós, PhD
Coordinador GEM Chile.



Contenido

PREFACIO	vii
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
EXECUTIVE SUMMARY	xv
¿QUIÉN ES EL EMPRENDEDOR DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA?	xvii
INTRODUCCIÓN	1
1. GEM- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR Y PRINCIPALES INDICADORES INTERNACIONALES	3
1.1. El Modelo Conceptual del GEM	3
1.1.1. <i>Emprendimiento y desarrollo</i>	3
1.1.2. <i>Emprendimiento: Actitudes, Actividad y Aspiraciones</i>	4
1.1.3. <i>Las Condiciones Marco del Emprendimiento</i>	6
1.2. Definición de Emprendimiento	8
1.3. Metodología del Proyecto GEM	10
1.4. Principales Resultados Internacionales del GEM 2010	11
1.4.1. <i>Actitudes, percepciones y actividad emprendedora en los países del GEM 2010</i>	11
2. ACTITUDES, ACTIVIDAD Y ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA	18
2.1. La Actitud Emprendedora en la Región de Antofagasta	18
2.2. La Actividad Emprendedora de la Región de Antofagasta	20
2.2.1. <i>Tasas de Emprendimiento</i>	20
2.2.2. <i>Motivos de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales</i>	24
2.2.3. <i>Características Demográficas de los Emprendedores</i>	28
2.3. Las Aspiraciones Emprendedoras en la Región	37
2.4. Actitudes, Actividad y Aspiraciones Emprendedoras en el Marco de la Coyuntura: La Crisis Económica y del Terremoto del 27F	44
2.5. Las Necesidades de Financiamiento en la Región de Antofagasta	47
3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS EXPERTOS	53
3.1. Descripción de la Encuesta a Expertos	53
3.2. Evaluación General del Contexto Emprendedor	54
3.3. Evaluación de las Dimensiones del Contexto Emprendedor	57
3.3.1. <i>Transferencia de I+D (Evaluación: -0,93)</i>	57
3.3.2. <i>Educación y Capacitación para el emprendimiento (Evaluación: -0,86)</i>	63
3.3.3. <i>Apertura del Mercado Interno (Evaluación: -0,75)</i>	64
3.3.4. <i>Infraestructura Comercial y legal (Evaluación: -0,5)</i>	66
3.3.5. <i>Acceso al Financiamiento (Evaluación: -0,48)</i>	67
3.3.6. <i>Políticas de Gobierno (Evaluación: -0,3)</i>	68
3.3.7. <i>Normas Sociales y Culturales (Evaluación: -0,3)</i>	69



3.3.8. Programas de Gobierno (Evaluación: -0,03)	71
3.3.9. Acceso a infraestructura física (Evaluación: 0,94)	73
3.3.10. Oportunidades para el Emprendedor y Capacidad Emprendedora	74
3.3.11. Tópico Especial: Terremoto Chile 27F	76
3.3.12. Factores que limitan e impulsan el emprendimiento en la Región	77
4. REFLEXIONES EN TORNO AL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN	80
REFERENCIAS	82
SOBRE LOS AUTORES	87
COORDINACIÓN DEL GEM CHILE	88
EQUIPOS REGIONALES QUE PARTICIPARON EN EL PROYECTO GEM CHILE 2010	89
PRESENTACIÓN DE LOS AUSPICIADORES	90

Índice de tablas.

TABLA 1. ACTITUDES Y PERCEPCIONES EMPRENDEDORAS EN PAÍSES DEL GEM 2010 POR FASE DE DESARROLLO ECONÓMICO	13
TABLA 2. PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO.....	19
TABLA 3. FACTORES DE PERCEPCIÓN GENERAL SOBRE EL EMPRENDIMIENTO	20
TABLA 4. APROXIMACIÓN DEL NÚMERO DE HABITANTES DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA INVOLUCRADOS EN ALGUNA ETAPA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	24
TABLA 5. NECESIDADES DE CAPITAL DEL EMPRENDEDOR NACIENTE PARA INICIAR UNA EMPRESA	48
TABLA 6. EXPECTATIVAS DE LOS EMPRENDEDORES NACIENTES RESPECTO A DIFERENTES FUENTES DE FINANCIAMIENTO (%)	49
TABLA 7. MONTO DE INVERSIÓN DE LOS INVERSIONISTAS INFORMALES	50

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	8
CUADRO 3. GRUPOS DE PAÍSES PARTICIPANTES EN EL PROYECTO GEM 2010	11



Índice de figuras

FIGURA 1. LAS 10 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	xvii
FIGURA 2. CARACTERÍSTICAS DE LAS FASES DE DESARROLLO Y FOCO PRINCIPAL	4
FIGURA 3. EL MODELO CONCEPTUAL DEL GEM	7
FIGURA 4. EL PROCESO EMPRENDEDOR Y LAS DEFINICIONES OPERACIONALES DEL GEM	9
FIGURA 5. TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES PARA LOS 59 PAÍSES DEL GEM 2010 POR NIVEL DE DESARROLLO	16
FIGURA 6. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES	21
FIGURA 7. EMPRENDEDORES NACIENTES Y NUEVOS EMPRESARIOS	22
FIGURA 8. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN DIVERSAS ETAPAS DEL PROCESO EMPRENDEDOR	23
FIGURA 9. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR OPORTUNIDAD	24
FIGURA 10. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR NECESIDAD	25
FIGURA 11. EMPRENDEDORES NACIENTES POR OPORTUNIDAD Y NECESIDAD	27
FIGURA 12. MOTIVOS DEL EMPRENDIMIENTO POR OPORTUNIDAD	27
FIGURA 13. TIPOS DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR RANGOS DE EDAD	28
FIGURA 14. PROPORCIÓN DE RANGOS DE EDAD POR TIPO DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	29
FIGURA 15. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR TIPO Y GÉNERO	30
FIGURA 16. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR NIVEL EDUCATIVO	31
FIGURA 17. NIVEL DE EDUCACIÓN Y TIPO DE EMPRENDIMIENTO EN ETAPAS INICIALES	31
FIGURA 18. NIVEL DE INGRESOS Y TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	32
FIGURA 19. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SEGÚN INGRESO FAMILIAR	33
FIGURA 20. SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES	34
FIGURA 21. SITUACIÓN LABORAL DE LOS EMPRESARIOS ESTABLECIDOS	34
FIGURA 22. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPAS INICIALES POR SECTOR ECONÓMICO	35
FIGURA 23. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA ESTABLECIDA POR SECTOR ECONÓMICO	36
FIGURA 24. PROPORCIÓN DE LA POBLACIÓN QUE HA DISCONTINUADO O CERRADO SU NEGOCIO EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES	37
FIGURA 25. NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LOS EMPRENDEDORES EN ETAPAS INICIALES	38
FIGURA 26. NOVEDAD DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LOS EMPRENDEDORES ESTABLECIDOS	39
FIGURA 27. CANTIDAD PERCIBIDA DE COMPETIDORES CON PRODUCTOS O SERVICIOS SIMILARES	40
FIGURA 28. USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS O PROCESOS	41
FIGURA 29. ASPIRACIONES EN LA EXPANSIÓN DE MERCADO	42
FIGURA 30. CLIENTES EN EL EXTRANJERO DE LOS EMPRENDEDORES POR ETAPAS	43
FIGURA 31. EFECTOS GENERALES DE LA CRISIS COMPARATIVO 2009-2010	45
FIGURA 32. PERCEPCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES POST TERREMOTO SOBRE LA APERTURA DE UN NUEVO NEGOCIO	46
FIGURA 33. EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO POST TERREMOTO	46
FIGURA 34. IMPACTO DEL TERREMOTO EN LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO	47
FIGURA 35. VÍNCULO DE LOS INVERSIONISTAS INFORMALES CON EL EMPRENDEDOR	51
FIGURA 36. EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA 2010	55
FIGURA 37. EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR REGIONAL EN LOS ÚLTIMOS CUATRO AÑOS	56



FIGURA 38. EVALUACIÓN DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN Y EN CHILE EN 2010	57
FIGURA 39. EVALUACIÓN DE LA TRANSFERENCIA DE I+D	58
FIGURA 40. PROTECCIÓN A LA PROPIEDAD INTELECTUAL	61
FIGURA 41. EVALUACIÓN DE LA INNOVACIÓN	62
FIGURA 42. EVALUACIÓN DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO	64
FIGURA 43. EVALUACIÓN DE LA FACILIDAD PARA ACCEDER A NUEVOS MERCADOS Y CLIENTES	65
FIGURA 44. EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y LEGAL	66
FIGURA 45. EVALUACIÓN DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EL EMPRENDIMIENTO	68
FIGURA 46. EVALUACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO EXISTENTES	69
FIGURA 47. EVALUACIÓN DE LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	70
FIGURA 48. VALORACIÓN SOCIAL DE SER EMPRESARIO	70
FIGURA 49. EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE GOBIERNO PARA EL EMPRENDIMIENTO	72
FIGURA 50. EVALUACIÓN DE LA PREOCUPACIÓN DEL GOBIERNO POR EL DESARROLLO DE EMPRESAS CON POTENCIAL DE CRECIMIENTO	73
FIGURA 51. EVALUACIÓN DEL ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA	73
FIGURA 52. EVALUACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES DISPONIBLES	74
FIGURA 53. CAPACIDAD DE FORMAR UNA NUEVA EMPRESA	75
FIGURA 54. IMPACTO DEL TERREMOTO DEL 27F	76
FIGURA 55. FACTORES QUE LIMITAN O PERJUDICAN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	77
FIGURA 56. FACTORES QUE IMPULSAN EL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN	78
FIGURA 57. FACTORES DONDE SE PUEDE MEJORAR EL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN	79



Cuadro 1. Glosario de las principales medidas y terminología

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 (<i>start up</i>) y que ha manifestado que tiene o tendrá propiedad de una parte del mismo; este negocio NO ha pagado salarios, sueldos o cualquier otra compensación más de tres meses.
Tasa de nuevos empresarios	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que tiene toda o parte de la propiedad y dirección de un negocio y que está pagando salarios entre tres y 42 meses.
Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA)	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que es emprendedor naciente y nuevo empresario.
Tasa de emprendedores establecidos	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años de edad que tiene actualmente la propiedad y dirección de un negocio establecido y que lleva pagando salarios más de 42 meses.
Tasa de actividad emprendedora total.	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que está emprendiendo en etapas iniciales más los emprendedores establecidos (como se definió arriba).
Tasa de discontinuación de la actividad emprendedora.	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años, que discontinuó su negocio en los 12 últimos meses ya sea por venta, cierre u otro motivo que le obligó a dejar la propiedad y gestión del negocio. Nota: NO es una medida de fracaso empresarial.
Actividad Emprendedora impulsados para mejorar la oportunidad identificada	Porcentaje de aquellos involucrados en la actividad emprendedora en etapa inicial (como definido anteriormente) quienes (i) declaran ser motivados por oportunidad en oposición a no tener otra opción de trabajo; y (ii) quienes indican que el principal motivo para estar involucrado en esta oportunidad es ser independiente o incrementar su ingreso, en lugar de mantener sus ingresos.
<i>Aspiraciones Emprendedoras</i>	
Actividad emprendedora en etapas iniciales con expectativa de alto crecimiento.	Porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años que es emprendedor naciente y nuevo empresario (como se definió arriba) que espera crear al menos veinte empleos en los próximos cinco años.
Actividad emprendedora en etapas iniciales con expectativa de alto crecimiento: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales (como definido anteriormente) que esperan crear al menos veinte empleos en los próximos cinco años.
Actividad emprendedora en etapas iniciales orientada a nuevos productos o mercados: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapa inicial que indican que sus productos o servicios son nuevos, al menos para alguno de sus clientes e indica que pocos negocios ofrecen el mismo producto o servicio.
Actividad emprendedora en etapa inicial orientada a sectores tecnológicos: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapa inicial que se encuentran en el sector de "tecnología de punta" o "tecnología media", de acuerdo a la clasificación de la OCDE (2003).



Resumen Ejecutivo

- En 2010, un 14,3% de la población de la Región de Antofagasta entre 18 y 64 años de edad está involucrada en actividades emprendedoras en etapas iniciales. Esto supone una disminución respecto a la tasa de 2009 y sitúa a la Región por debajo de la tasa media nacional, un 16,8%.
- La tasa de emprendedores nacientes ha disminuido del 10,9% en 2009 al 8,5% en 2010 y la de los establecidos continúa disminuyendo hasta un 3,7%. Antofagasta es la región con la tasa más baja de emprendedores con más de tres años y medio de actividad, comparada con las regiones que participaron en el estudio, con una tasa promedio nacional del 6%.
- La tasa de emprendimiento en etapas iniciales por oportunidad ha disminuido de 13,5% a 11,2% entre 2009 y 2010, situándose ligeramente por debajo de la tasa nacional (11,7%). Lo mismo ha ocurrido con la tasa de emprendimiento por necesidad, que ha pasado del 3,8% en 2009 al 2,8% en 2010. Esto puede ser un síntoma de cómo el dinamismo de la Región vinculado a la actividad minera - con elevados precios del cobre- inhibe la actividad emprendedora en la región.
- Por cuarto año consecutivo, predominan los negocios orientados al servicio a las personas. No se observa una tendencia hacia la diversificación sectorial del emprendimiento local. La incorporación de nuevas tecnologías a los procesos productivos ha cambiado significativamente en el caso de los emprendedores establecidos. Se ha incrementado el uso de tecnología entre uno y cinco años de antigüedad y ha disminuido el uso tecnología más de cinco años. El uso de tecnología con menos de un año se encuentra más difundido entre los emprendedores en etapas iniciales. Sin embargo, no se observa interés en los emprendedores (con independencia de la etapa en que se encuentran) por abrir nuevos mercados gracias al uso de dichas tecnologías.
- Un resultado alentador relacionado con la competitividad son los clientes en el extranjero que tienen los emprendedores. En 2010 ha habido un incremento significativo de la proporción de emprendedores en etapas iniciales que tiene un 25% de sus clientes fuera del país, así como de los establecidos con más del 75% de clientes en el extranjero. Los porcentajes en el primer caso subieron del 14% en 2009 al 38% en 2010, mientras que en el segundo crecieron del 8% al 18%.
- A pesar de que la crisis internacional sigue afectando a algunos países cuyo principal motor de desarrollo es la innovación, en Chile y la región pareciera que esta crisis no ha afectado las expectativas de los emprendedores. Estos continúan pensando en la Región como un lugar donde existen buenas oportunidades para iniciar un nuevo negocio. Esta percepción positiva supera significativamente a la obtenida en el país. Lo mismo ocurre con las expectativas ante a la apertura de nuevos negocios y crecimiento, que son significativamente mejores que en 2009 tanto para los emprendedores en etapas iniciales como para los establecidos. A pesar de que en estos últimos se nota un cierto "pesimismo" con respecto a nuevas oportunidades para sus negocios.



- En relación con el impacto post terremoto del 27 de febrero de 2010, las expectativas de apertura de un nuevo negocio, crecimiento y nuevas oportunidades se han mantenido iguales en los emprendedores en etapas iniciales mientras que se ha notado cierto pesimismo en los emprendedores establecidos en las tres dimensiones evaluadas.
- Las necesidades de financiamiento de los emprendedores nacientes frente a sus expectativas de financiamiento, junto al aporte de los inversionistas informales, manifiestan la necesidad de crear nuevos mecanismos financieros para que los emprendedores puedan llevar a cabo sus iniciativas de negocio, especialmente en el campo de las fuentes de financiamiento no tradicionales, como la formación de redes de inversionistas ángeles o fondos de capital de riesgo.
- Los expertos regionales comparten la idea de que la Región de Antofagasta ofrece buenas oportunidades de negocio, y su evaluación sobre el contexto emprendedor regional, a pesar de continuar siendo fundamentalmente negativa, ha ido mejorando desde 2007. Entre las dimensiones más críticas de este contexto, por cuarto año consecutivo, destacan la transferencia de investigación y desarrollo, la educación y capacitación y la apertura al mercado interno. En contraste, los programas de gobierno, las normas sociales y culturales, el acceso al financiamiento y las políticas de gobierno, son dimensiones que, a pesar de continuar siendo valoradas negativamente, han experimentado una mejora en la evaluación. Es importante destacar también que el acceso a infraestructura física sigue siendo la dimensión mejor evaluada durante el período 2007-2010.
- Los juicios de los expertos nacionales respecto al contexto emprendedor se han aproximado a los regionales, pero son ligeramente más severos en dimensiones como los programas de gobierno, aunque no existen diferencias significativas entre ellos.
- Los resultados del Informe GEM Región de Antofagasta de los cuatro últimos años destacan la necesidad de orientar los esfuerzos públicos y privados a reforzar el contexto emprendedor local tanto desde la perspectiva de la oferta, llevando a cabo cambios institucionales que permitan una mejor transferencia de I+D, el patentamiento de las innovaciones, la educación y capacitación en emprendimiento, la creación de nuevas alternativas de financiamiento y la eliminación de trabas burocráticas, como desde la demanda de los propios emprendedores quienes deben contar con la formación y competencias necesarias para identificar y aprovechar las oportunidades existentes en la Región, abordando proyectos de mayor impacto, que puedan sustentarse en el tiempo, que traspasen la frontera nacional, que generen empleos, que incorporen nuevas tecnologías, en resumen que INNOVEN.



Executive Summary

- In 2010, 14.3% of the population of the Region of Antofagasta between 18 and 64 years old was involved in the initial stages of entrepreneurial activities. This implies a reduction compared to 2009 and situates the Region below the average national level of 16.8%.
- The rate of emerging entrepreneurs has declined from 10.9% in 2009 to 8.5% in 2010, and the rate of established entrepreneurs diminishes to 3.7%. Antofagasta is the region with the lowest level of entrepreneurs with more than three and a half years of activity among the regions that participated in the study, whose average national rate is 6%.
- The rate of opportunity entrepreneurship in initial stages has declined from 13.5% in 2009 to 11.2% in 2010, and is again below the national level (11.7%). The same has occurred with the rate of necessity entrepreneurship, which has diminished from 3.8% in 2009 to 2.8% in 2010. This could be a symptom of how the Region's dynamism is linked to the mining activity. High copper prices could inhibit entrepreneurial activity in the region.
- As in previous years, businesses oriented toward personal services predominate. No trend toward sectorial diversification of local entrepreneurship is observed. The incorporation of new technologies in productive processes has significantly changed in the case of established entrepreneurs. The use of technology from one to five years old has increased while the use of technology more than five years old has decreased. The use of technology less than one year old is spread more among entrepreneurs in the initial stages. However, no interest is observed on the part of all entrepreneurs in opening new markets by means of the use of those technologies.
- An encouraging result regarding local competitiveness is the percentage of customers that entrepreneurs have abroad. In 2010, there has been a significant increase in the rate of entrepreneurs in initial stages who have 25% of their customers outside the country, as well as in established entrepreneurs with more than 75% of their customers abroad. The latter rose from 14% in 2009 to 38% in 2010, while in the former grew from 8% to 18%.
- Despite the fact that the international crisis continues to affect some countries whose principal engine of development is innovation, in Chile and the region it seems that this crisis has not affected entrepreneurs' expectations. They consider the Region as a place where there are good opportunities to start a new business. This positive perception is significantly higher than in the rest of Chile. The same happens with expectations regarding opening new businesses and growth, which are significantly better than in 2009, both for entrepreneurs in initial stages and established entrepreneurs, despite a certain "pessimism" noted in the latter regarding new opportunities for their businesses.



- The earthquake on 27 February 2010 does not seem to have affected the entrepreneurs in the initial stages expectations for opening a new business, for growth and new opportunities, while established entrepreneurs show certain pessimism in the three dimensions evaluated.
- The financing needs of emerging entrepreneurs compared to their financing expectations, along with contributions from informal investors manifest the need to create new financial mechanisms to enable entrepreneurs to carry out their business initiatives, especially in terms of non-traditional sources of financing such as the formation of networks of angel investors or venture capital funds.
- Regional experts share the idea that the Region of Antofagasta offers good business opportunities, and their assessment of the regional entrepreneurial context, despite being fundamentally negative, has been improving since 2007. Standing out among the most critical dimensions of this context, for the fourth consecutive year, is the transfer of research and development, education and training, and opening up to the internal market. In contrast, government programs, social and cultural norms, access to financing and government policies are dimensions that, despite negatively valued, have experienced an improvement in the assessment. It is also important to point out that access to physical infrastructure is the best evaluated dimension during the period 2007-2010.
- The judgements of national experts with regard to the entrepreneurial context have come closer to regional judgements, but are slightly more severe in dimensions such as government programs, even though there are not significant differences between both groups of experts.
- The results of the GEM Report of the Region of Antofagasta in the last four years highlight the need to orient public and private efforts towards the reinforcement of the local entrepreneurial context, from the supply side, carrying out institutional changes that enable a better transfer of research and development, the patenting of innovations, education and training in entrepreneurship, the creation of new financing alternatives, and the elimination of institutional obstacles; and from the demand side, on the entrepreneurs themselves, who must have the necessary education and competencies to identify and take advantage of the opportunities existing in the Region, to take on projects with greater impact, sustainable over time, and to cross over national boundaries, create jobs and incorporate new technologies; in sum, to INNOVATE.

¿Quién es el emprendedor de la Región de Antofagasta?

Figura 1. Las 10 características del emprendedor.





Introducción.

Durante el año 2010 el proyecto GEM ha continuado un proceso de expansión y revisión iniciado con el primer informe publicado en 1999. Dicha extensión no solo se refiere al número de países que participan, que en esta edición dio lugar a 59 informes nacionales, sino también a la ambición explicativa del modelo conceptual que plantea el GEM. Diversos estudios han demostrado la relación entre la actividad emprendedora y el crecimiento. A partir de estos estudios, el GEM profundizó durante 2008 en su propuesta inicial y planteó la extensión de su modelo para analizar qué características y qué papel juega el emprendimiento según la etapa del desarrollo en la que se encuentra un país identificadas por el Informe Global de Competitividad elaborado por el Foro Económico Mundial. Con ello, el proyecto GEM avanza en sus tres grandes objetivos:

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

Otro de los avances destacables llevados a cabo por el proyecto GEM desde su creación es el reconocimiento de que, dentro de cada país, el emprendimiento puede manifestarse de diversas formas y contribuir al desarrollo local de distinta manera. Esto ha hecho que cada vez más países incorporen en sus estudios la dimensión regional. Destacan las experiencias de España e Inglaterra, donde el GEM posee representatividad estadística para casi todas sus regiones, de modo que, tanto los investigadores como los políticos cuentan con bases de datos que pueden equipararse a los registros públicos de empresas, con la ventaja de contar con información adicional sobre las características de los emprendedores y empresarios. En América Latina, Chile inició este esfuerzo en 2007 al incorporar a cuatro regiones al proyecto. En 2010 son once las regiones involucradas en el GEM y se espera que en 2012 todas las regiones del país elaboren informes sobre la actividad emprendedora. Siguiendo este ejemplo, Colombia y Bolivia han empezado a incorporar a algunas de sus regiones en este ambicioso proyecto a partir de 2010.

El CEMP fue pionero al iniciar el estudio sobre la actividad emprendedora en la Región de Antofagasta y, en esta oportunidad, presenta su cuarto informe regional donde ya es posible empezar a vislumbrar algunas tendencias en la evolución de la actividad emprendedora regional.

Este cuarto informe GEM Región de Antofagasta tiene especial interés por el periodo en el que se llevó a cabo el trabajo de campo, entre los meses de mayo y julio de 2010, cuando la crisis financiera ya había dejado de afectar con intensidad al país, pero no se conocía el efecto para la economía y la actividad emprendedora, así como el impacto del fuerte terremoto que sacudió, principalmente, el sur del país, el 27 de febrero de ese año. Por ello, se incorporaron a la encuesta habitual preguntas específicas relativas al impacto del terremoto.



Este informe está estructurado en tres partes: la primera, denominada GEM y principales indicadores globales, desarrolla el Modelo conceptual en que se basa este estudio, define los principales conceptos utilizados, describe la metodología aplicada y presenta los principales resultados por país; 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, el impacto de la crisis internacional y del terremoto del 27 de febrero; en la tercera parte, se describen los principales resultados de 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. GEM- Global Entrepreneurship Monitor y principales indicadores internacionales.

1.1. El Modelo Conceptual del GEM¹.

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

1.1.1. Emprendimiento y desarrollo

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

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

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

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

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



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

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

1.1.2. *Emprendimiento: Actitudes, Actividad y Aspiraciones.*

El emprendimiento ha sido definido de diversas formas a lo largo del tiempo. Las visiones históricas del emprendimiento son interesantes en la medida en que reflejan su papel en cada una de las tres fases del desarrollo analizadas. Se reconoce que Cantillon (1755) fue el primero en definir el emprendimiento. Según este autor, el emprendedor era “alguien con voluntad de asumir el riesgo financiero de un nuevo negocio”. Esta definición muestra el rol del emprendimiento en Europa durante el siglo XVIII y plantea una visión estática del emprendedor, entendido como “dueño del negocio”, y no dinámica, relacionada con el inicio de nuevos negocios. Al final del siglo XIX, Marshall (1890) prestó atención a los tipos de emprendedores y su importancia para la economía de mercado. Este autor describe cómo los emprendedores industriales aprovechaban las economías de destreza y de escala, y compara a los más exitosos con los árboles más grandes de un bosque, que destacan



de sus vecinos y les quitan la luz y el aire. El enfoque “marshalliano” refleja bien la perspectiva económica del emprendimiento intensivo en escala como fenómeno de la etapa del desarrollo impulsada por la eficiencia. Schumpeter (1934, 1942) destaca por vincular el carácter dinámico del emprendimiento con la innovación y el desarrollo económico. Su concepto de “destrucción creativa” se relaciona directamente con el rol del emprendimiento en los países impulsados por la innovación. Estos emprendedores desplazan la frontera tecnológica hacia adelante y destruyen la actividad económica basada en tecnologías obsoletas.

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

Las actitudes hacia el emprendimiento se manifiestan, por ejemplo, en la medida en que la gente piensa que hay buenas oportunidades para iniciar un negocio, o le asigna un estatus alto a los emprendedores. Otras actitudes importantes incluyen el nivel de riesgo que las personas están dispuestas a aceptar y la percepción de sus propias habilidades, conocimiento y experiencia en la creación de negocios. Las actitudes emprendedoras pueden influir la actividad emprendedora pero también pueden ser influidas por ésta. Por ejemplo, la legitimidad del emprendimiento en la sociedad, expresada en actitudes emprendedoras positivas, pueden estar influidas por el hecho de conocer a una persona que ha iniciado un negocio recientemente. Esto puede ser función tanto del nivel de actividad emprendedora como de las redes sociales. Quienes conocen a otras personas que recientemente han iniciado una empresa pueden, mediante la familiaridad con el proceso, ser más propensos a ver este proceso como legítimo.

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

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



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

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

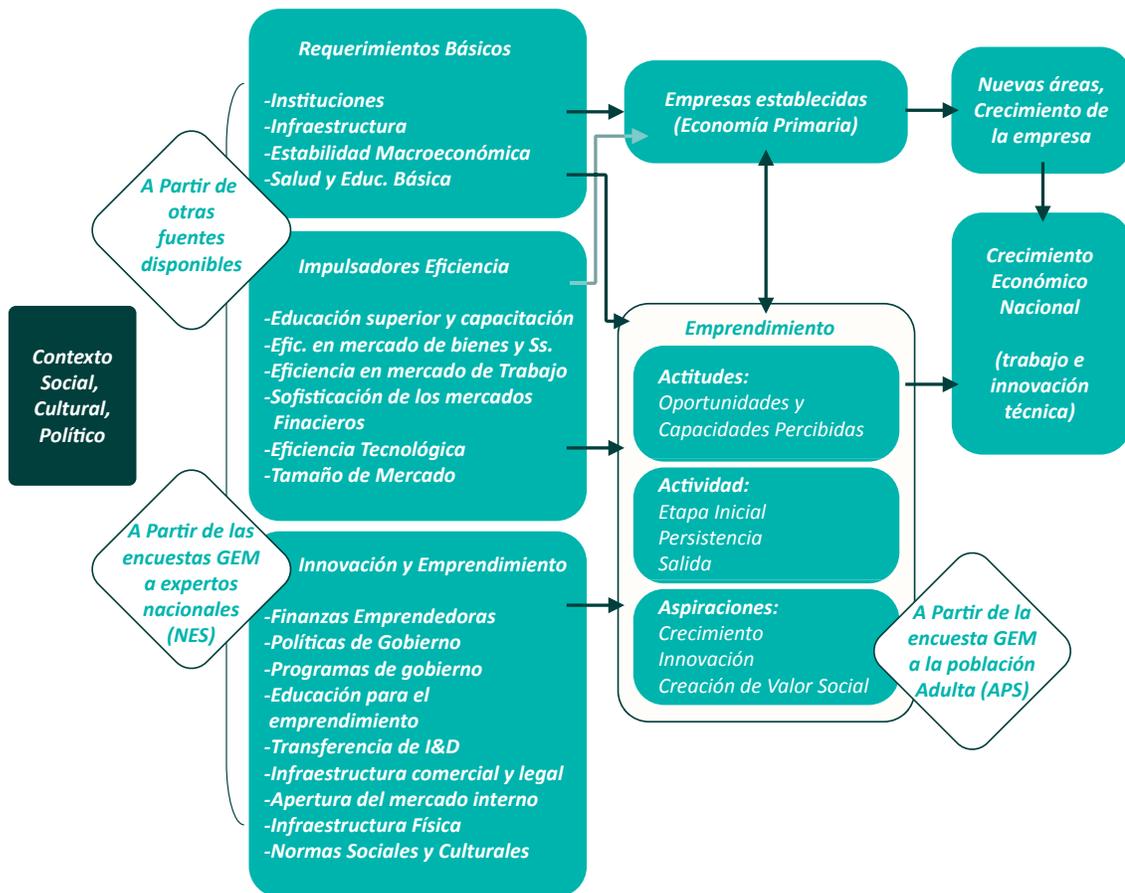
1.1.3. Las Condiciones Marco del Emprendimiento

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

Todas las economías tienen tipos de actividad económica basados en factores de producción, en la eficiencia y en la innovación. Pero la importancia relativa de las condiciones marco del emprendimiento para un país puede variar de acuerdo a la fase de desarrollo económico. Según el Informe de Competitividad Global, cada fase del desarrollo económico tiene una combinación óptima de estas tres actividades. De hecho, sus mismos nombres destacan la actividad que les es más significativa. Como ya indicaba el Informe GEM 2004, "una misma talla no le queda bien a todos" (Acs, et al., 2005).

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

Figura 3. El modelo conceptual del GEM.



Fuente: GEM

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



1.2. Definición del Emprendimiento

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

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

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

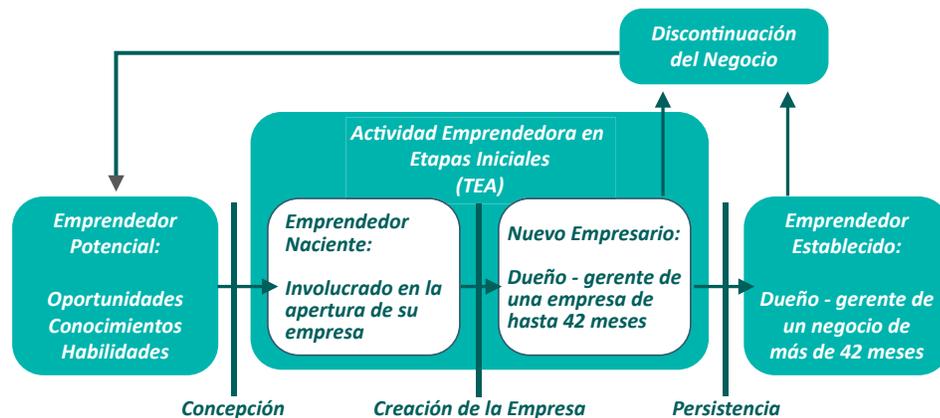
- Los datos del GEM se obtienen usando un diseño de investigación armonizado para todos los países que participan de este proyecto. A pesar de iniciativas recientes de la EUROSTAT, la OECD y el Banco Mundial, no se ha logrado la armonización y homogenización de los registros nacionales de empresas. Los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

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

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

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

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



Fuente: GEM (www.gemconsortium.org)

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



1.3. Metodología del proyecto GEM

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

- La aplicación de una encuesta general a una muestra representativa de la población adulta entre 18 y 64 años, denominada Adult Population Survey (APS). La encuesta, estandarizada y traducida al idioma correspondiente de cada país y región, se aplica a través de una entrevista telefónica, cara a cara o una combinación de ambas, entre los meses de Mayo y Julio. Incluye preguntas precisas acerca de la participación en –y la actitud hacia- el emprendimiento. Con este instrumento se recopilan los datos y se analizan en profundidad los elementos del modelo del GEM que tienen relación directa con las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de las personas, situando a los diferentes países/regiones dentro del marco internacional/nacional. La muestra de la APS en cada país es de al menos 2.000 adultos y, si se incorporan sus regiones, se calcula una muestra representativa para cada una de ellas. En el caso de Antofagasta, la muestra en 2010 fue de 516 individuos.
- La realización de una entrevista personal con un cuestionario estructurado, estandarizado y traducido al idioma correspondiente de cada país o región, a una muestra mínima de 36 personas seleccionadas ya sea porque tienen un amplio conocimiento del contexto emprendedor del país/región o bien porque son emprendedores de gran trayectoria que han “vivido en carne propia” el proceso emprendedor, a estas personas se les denomina expertos (as), por esa razón la encuesta es conocida como National Expert Survey (NES). Es una encuesta más cualitativa que busca medir las percepciones sobre el contexto emprendedor. Esta encuesta se recoge en el mismo período que el APS, es decir entre Mayo y Junio. En el caso de Antofagasta, 40 expertos respondieron la encuesta regional y 5 respondieron la encuesta nacional en 2010.

Adicionalmente el GEM utiliza diversas fuentes secundarias para complementar los indicadores de emprendimiento y hacer comparaciones con otros datos relevantes a nivel internacional. La figura 3 resume el modelo conceptual del GEM así como la información que se recoge con los principales instrumentos utilizados como son la encuesta a las personas adultas (APS) y la encuesta a expertos (NES).

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



1.4. Principales resultados internacionales del GEM 2010¹.

En el estudio GEM 2010 participaron 59 países, cinco más que el año anterior (cuadro 3) que fueron agrupados en las tres fases de desarrollo económico antes mencionadas, de acuerdo al Informe de Competitividad Global 2010-2011 del Foro Económico Mundial (Schwab, 2010). Las fases de desarrollo económico se establecen en función del PIB per cápita y de su dependencia de los recursos naturales estimada a partir de la participación de los bienes primarios en la exportación.

Cuadro 3. Grupos de países participantes en el Proyecto GEM 2010.

Regiones	Economías basadas en los recursos	Economías basadas en la eficiencia	Economías basadas en la innovación
África Subsahariana	Angola*, Ghana, Uganda, Zambia.	Sudáfrica	Israel
Medio Oriente y Norte de África	Arabia Saudita*, Cisjordania y Franja de Gaza, Egipto*, Irán*, Pakistán	Túnez	
América Latina y el Caribe	Bolivia, Guatemala*, Jamaica*, Ecuador.	Argentina, Brasil, Chile*, Colombia, Costa Rica, México, Perú, Trinidad y Tobago*, Uruguay*.	
Europa del Este		Bosnia y Herzegovina, Croacia, Hungría, Latvia, Macedonia, Montenegro, Rumanía, Rusia, Turquía.	Eslovenia
Asia Pacífico	Vanuatu	China, Malasia y Taiwán*	Australia, Corea del Sur, Japón.
Estados Unidos y Oeste de Europa			Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Islandia, Irlanda, Italia, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza

*Países en transición a la siguiente fase de desarrollo.

1.4.1. Actitudes, percepciones y actividad emprendedora en los países del GEM 2010.

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

¹ Este apartado está basado en el informe GEM Chile 2010 de Amorós y Poblete (2011).



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

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

La tabla 1 muestra varios indicadores del GEM sobre la actitud emprendedora para cada uno de los 59 países participantes en 2010, así como los promedios no ponderados para cada uno de los grupos o fases de desarrollo.

Los tres indicadores que aparecen a la izquierda de la tabla están relacionados de forma directa con la actitud hacia los emprendedores, es decir su percepción sobre las oportunidades, capacidades y miedo al fracaso. Las diferencias en las percepciones sobre las oportunidades y capacidades se acentúan conforme van pasando de una economía a otra. Las personas en las economías basadas en los factores de producción tienden a tener, en promedio, una percepción más positiva sobre las oportunidades y capacidades para llevarlas a cabo que en las economías basadas en la eficiencia y la innovación. Pero también se observan diferencias regionales. Por ejemplo, en el grupo de economías basadas en los factores, las personas de los países del África Subsahariana, como Arabia Saudita, Uganda y Zambia, tienen una percepción bastante positiva de las oportunidades y sus capacidades. En contraste, las personas en el Medio Oriente y Norte de África tienen una percepción menos positiva al respecto. Otra distinción geográfica similar se puede observar en las economías basadas en la eficiencia, donde las personas de América Latina perciben mejores oportunidades y capacidades que las de Europa del Este. En las economías basadas en la innovación, las diferencias en las percepciones sobre oportunidades y capacidades se observan entre las personas de las regiones nórdicas y el sur de Europa, presentando tasas más elevadas los primeros en relación a los segundos.

El temor al fracaso, si bien aumenta en promedio conforme avanza el nivel de desarrollo de las economías, no muestra diferencias significativas ni entre grupos de economías ni entre regiones dentro de cada tipo de economía.



Tabla 1. Actitudes y percepciones emprendedoras en países del GEM 2010 por fase de Desarrollo Económico.

	Percepciones de oportunidades	Percepciones de capacidades	Miedo al fracaso*	Intenciones emprendedoras**	Emprendimiento como opción de carrera deseable	Alto estatus a los emprendedores exitosos	Atención que los medios de comunicación le dan al emprendimiento
Economías basadas en los recursos							
Angola	67,3	73,1	32,2	54,5	70,1	83,3	74,7
Arabia Saudita	75,8	69,3	39,0	1,0	86,8	92,3	78,0
Bolivia	53,2	75,8	28,4	49,3	62,9	66,6	51,1
Cisjordania y Franja de Gaza	44,0	57,0	40,0	28,2	85,3	83,5	62,5
Egipto	38,8	63,4	25,3	24,3	77,7	89,5	70,5
Ghana	75,7	74,6	10,4	68,8	91,1	90,7	78,6
Guatemala	62,9	71,0	23,2	30,7	73,8	59,7	44,1
Irán	41,6	65,7	30,1	31,4	63,6	84,6	62,3
Jamaica	56,1	80,2	33,0	38,1	85,1	84,8	77,4
Pakistán	51,9	56,2	34,3	32,4	76,3	80,7	61,0
Uganda	80,5	86,7	20,7	77,1	81,1	87,3	81,9
Vanuatu	73,6	79,6	46,9	50,5	55,6	77,6	34,3
Zambia	81,4	77,5	12,8	67,1	69,9	71,8	72,5
<i>Promedio (no ponderado)</i>	61,8	71,5	28,9	42,6	75,3	80,9	65,3
Economías basadas en la eficiencia							
Argentina	50,3	63,5	21,3	21,0	74,3	67,1	61,7
Bosnia y Herzegovina	38,3	62,5	27,4	16,8	76,0	63,0	47,6
Brasil	48,1	57,9	33,2	26,5	78,0	79,0	81,1
Chile	65,0	65,6	22,1	38,3	87,4	71,2	45,7
China	36,2	42,3	32,0	26,9	70,0	76,9	77,0
Colombia	68,2	65,1	27,7	41,3	88,6	75,9	66,7
Costa Rica	46,4	68,8	36,0	13,2	64,3	63,4	60,8
Croacia	23,3	53,2	31,2	7,4	67,1	49,9	41,8
Ecuador	50,3	76,6	31,2	46,3	83,1	74,0	62,6
Hungría	33,3	43,4	42,4	13,8	55,0	73,7	47,4
Letonia	29,1	50,7	39,9	21,4	58,8	64,8	57,2
Macedonia	34,3	59,7	30,9	26,7	71,3	66,2	56,0
Malasia	40,1	24,3	45,3	5,1	55,7	68,6	88,0
México	55,6	64,6	33,4	22,3	69,4	62,8	54,0
Montenegro	36,1	70,9	30,4	31,9	81,0	68,4	69,5
Perú	71,4	76,5	34,0	39,6	82,0	76,8	81,2
Rumania	17,5	38,2	41,1	8,6	66,5	65,5	46,9
Rusia	21,7	22,7	41,7	2,6	65,4	63,7	46,6
Sudáfrica	40,9	44,3	29,0	16,7	77,5	77,6	78,6
Taiwán	29,6	26,4	43,8	25,1	68,4	57,5	78,2



Trinidad y Tobago	69,1	82,8	11,6	30,4	83,2	77,6	67,2
Túnez	37,6	53,1	23,2	24,1	89,1	92,7	78,4
Turquía	36,1	54,2	25,0	19,4	71,2	76,4	61,7
Uruguay	52,1	73,3	27,7	31,8	64,8	61,8	43,3
<i>Promedio (no ponderado)</i>	42,9	55,9	31,7	23,2	72,8	69,8	62,5
Economías basadas en la innovación							
Alemania	28,5	41,6	33,7	6,4	53,1	77,1	49,0
Australia	45,7	53,2	35,8	8,7	57,0	68,4	70,5
Bélgica	39,6	44,9	35,1	8,2	60,0	51,2	45,7
Corea del Sur	13,0	29,0	32,5	10,1	67,6	71,3	61,4
Dinamarca	46,4	40,7	31,5	5,9			
Eslovenia	26,8	56,3	27,5	8,7	53,2	73,7	56,2
España	18,8	50,2	36,4	5,8	65,4	62,5	40,7
Estados Unidos	34,8	59,5	26,7	7,7	65,4	75,9	67,8
Finlandia	51,1	39,5	28,6	5,9	46,1	86,5	71,4
Francia	33,9	37,3	40,5	14,2	65,2	67,9	44,7
Grecia	15,9	52,2	50,9	12,8	65,6	70,2	34,5
Irlanda	22,5	49,2	33,4	6,1	51,8	81,5	61,1
Islandia	48,7	49,0	33,7	15,7	51,2	60,9	66,6
Israel	35,2	41,6	46,0	14,1	61,3	73,0	56,3
Italia	24,7	42,4	36,8	4,0	69,1	69,3	37,7
Japón	5,9	13,7	32,6	2,9	28,4	52,0	58,5
Noruega	49,8	40,4	26,6	7,6	57,8	70,7	67,2
Países Bajos	44,8	45,5	23,8	5,5	85,4	68,6	60,9
Portugal	20,3	52,1	29,7	8,8	67,5	70,5	52,6
Reino Unido	29,2	51,8	30,3	5,1	51,0	76,7	52,2
Suecia	66,1	42,4	28,9	8,5	56,9	71,6	60,8
Suiza	33,3	43,9	27,0	6,7	64,9	76,4	50,6
<i>Promedio (no ponderado)</i>	33,4	44,4	33,1	8,2	59,2	70,3	55,5

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

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

Fuente: GEM Encuesta a población adulta 2010

En el lado derecho de la tabla 1, se presentan los resultados de los tres indicadores que miden actitudes hacia el emprendimiento (el emprendimiento como carrera deseable, el estatus del emprendimiento y la atención de los medios de comunicación). Estos indicadores son bastante altos en los países basados en los factores de producción, luego disminuyen en los países basados en la eficiencia y en los basados en innovación. La explicación dada por Kelley et al. (2011) al respecto, es que la población, en general, en los países basados en los factores perciben el emprendimiento como un escape al trabajo formal, aun cuando algunas de estas actividades puedan ser motivadas por necesidad.

En el grupo de economías basadas en los factores productivos, Ghana y Arabia Saudita tienen los mayores porcentajes respecto a percepciones sobre el emprendimiento como carrera, el estatus de



los emprendedores y en la atención de los medios de comunicación. En las economías basadas en la eficiencia, Malasia presenta el más alto porcentaje relacionado con la atención que dan los medios de comunicación a temas de emprendimiento, y el más bajo en la percepción del emprendimiento como carrera. En el grupo de economías basadas en la innovación, el 85% de la población en Holanda tiene una percepción positiva acerca del emprendimiento como carrera, porcentaje muy por encima del resto de países de este grupo. Mientras que en la atención de los medios de comunicación está por debajo del promedio. Este resultado es similar al obtenido en Chile, y puede servir como ejemplo para estimular más la atención de los medios de comunicación hacia el emprendimiento.

Es curioso que muchos países con economías basadas en factores de producción tengan la misma o mayores percepciones sobre el estatus de los emprendedores que al percibir el emprendimiento como una opción de carrera. Esto se da y es entendible en los países basados en la innovación, dado que emprendedores como Richard Branson en el Reino Unido, Bill Gates, Steve Jobs y recientemente Mark Zuckerberg de Facebook en Estados Unidos, han ganado prominencia, no solo en sus países sino en el mundo. Es importante destacar que los emprendedores con reconocimiento y estatus pueden servir como modelos a seguir, en el sentido de que vean ese emprendimiento como posible y deseable. Sin embargo, emprendedores como Bill Gates y Richard Branson pueden provocar que algunos vean esos logros como excepcionales y poco realistas y sean un camino que ellos no puedan seguir.

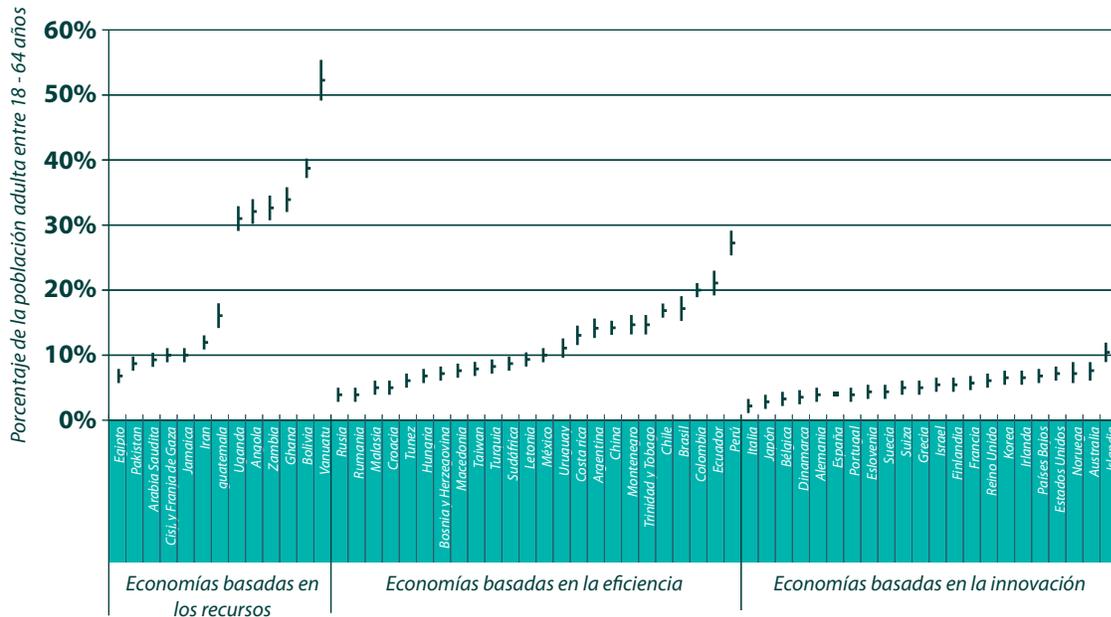
Por otro lado, la columna del medio de la tabla 1 muestra los resultados respecto a las intenciones emprendedoras. Se observa, que éstas son más altas, en promedio, en las economías basadas en los factores productivos (42,6%) que en las basadas en la eficiencia (23,2%) y la innovación (8,2%). En el grupo de economías basadas en los factores, los países del África Subsahariana tienen la tasa más alta de intención emprendedora, consistente con sus percepciones positivas acerca de las oportunidades y sus capacidades percibidas. De forma similar, en los países del MENA las bajas intenciones a crear empresas son consistentes con sus percepciones sobre oportunidades y capacidades. En el grupo de economías basadas en la eficiencia, los países de Europa del Este tienen baja tasa de intención emprendedora, con excepción de Macedonia y Montenegro. Los países de América Latina tienen altas tasas de intención emprendedora, con excepción de Costa Rica, Argentina y México. En las economías basadas en la innovación, Islandia presenta una alta tasa de intención emprendedora (15,7%), mientras que Japón tiene la tasa más baja (2,4%) y es consistente con su percepción sobre las oportunidades y capacidades, que también son bajas (5,9% y 13,7% respectivamente).

Es importante destacar que aún cuando las personas tienen percepciones favorables del emprendimiento, pueden no tener la intención de crear una empresa. Este es el caso de muchos países europeos, donde a pesar de tener actitudes y percepciones altas hacia el emprendimiento esto no calza con sus intenciones de crear empresa. Una serie de características nacionales se pueden destacar a este respecto. Por ejemplo, los gobiernos caracterizados como estados del bienestar (que protegen a sus ciudadanos) pueden reducir los deseos de emprender.

Con respecto la actividad emprendedora, la figura 5 muestra la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales de los 59 países que participaron en el proyecto GEM 2010 de acuerdo a su nivel de desarrollo y en orden creciente, es decir desde la tasa más baja a la más alta por cada grupo de países. Esta figura facilita la comparación entre países en similar etapa de desarrollo, la barra al costado del punto estimado representa el valor de la tasa con un intervalo de confianza de 95%.

En términos generales, se observa que las economías basadas en los factores de producción presentan tasas más elevadas de actividad emprendedora, seguidas por las economías basadas en la eficiencia. El promedio de tasas más bajas se encuentran en el grupo de países con economías basadas en la innovación. La naturaleza de estas diferencias tiene su explicación en los niveles de desarrollo y en las motivaciones de los emprendedores (oportunidad y necesidad)³.

Figura 5. Tasa de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales para los 59 países del GEM 2010 por nivel de desarrollo.



Fuente GEM Encuesta a la población adulta 2010.

En las economías basadas en los factores de producción, destaca Vanuatu, una isla pequeña en el Pacífico Sur con doscientos mil habitantes, que presenta la tasa más alta (52,2%) de emprendimiento. Lo que significa que más de la mitad de su población adulta está involucrada en actividades emprendedoras ya sea como emprendedor naciente o nuevo empresario (figura 5).

Entre las economías basadas en la eficiencia, los países de América Latina presentan las tasas más altas de emprendimiento, como es el caso de Perú (27,2%) y Ecuador (21,3%).

³Un análisis completo al respecto se puede encontrar en el informe GEM 2010 Global Report (Kelley et al., 2011) (www.gemconsortium.com)



Los países de Europa del Este, muestran tasas de emprendimiento más bajas con excepción de Montenegro que alcanzó un 15% en 2010.

En las economías basadas en la innovación, Islandia (10,6%), Australia (7,8%), Noruega (7,7%) y Estados Unidos (7,6%) muestran las tasas más altas. A pesar de que el año anterior estos países habían tenido tasas ligeramente más bajas, principalmente Islandia y Estados Unidos, lo que puede estar relacionado con el impacto de la crisis



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

El apartado anterior mostró una visión global sobre las actitudes, percepciones y actividad emprendedora en los 59 países que participaron en el proyecto GEM 2010. En este apartado, se analizan con más detalle las actitudes, aspiraciones y actividad de los emprendedores en la Región comparando estos resultados con los obtenidos en Chile y otras regiones que participaron en el estudio ese año.

2.1. La Actitud emprendedora en la Región de Antofagasta

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

La tabla 2 muestra el porcentaje de las respuestas afirmativas en la Región de Antofagasta y en Chile, respecto a las oportunidades y capacidades percibidas así como el temor al fracaso. El primer resultado destacable 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 de los factores que influyen en el emprendimiento. Un 76,1% de éstos conoce a alguna persona que ha iniciado un nuevo negocio durante los dos últimos años, frente a un 31,1% de los no emprendedores. Las diferencias con el resultado del país no son significativas, si bien puede destacarse que los emprendedores en etapas iniciales de la Región conocen a más emprendedores. Un resultado que llama la atención es la percepción de los emprendedores establecidos de Antofagasta, solo un 38,1% dice conocer a otro emprendedor. Este resultado ha bajado significativamente con respecto al año anterior (60,0%), sin embargo hay que tomarlo con cautela ya que la muestra es pequeña.

A pesar de que la crisis económica mundial todavía está presente en algunos países, en Chile, ésta se percibe como algo que ya pasó y eso se refleja en la percepción de los adultos, siendo los más optimistas los Antofagastinos. El porcentaje tanto de los que están involucrados en alguna actividad emprendedora como de los que no lo están supera al del país, y con diferencias significativas (tabla 2). Comparando los resultados del año 2010 con el anterior, se observa que el porcentaje de los no emprendedores y los que están involucrados en alguna etapa del proceso emprendedor se ha incrementado, lo que significa que están más optimistas que el año anterior con respecto a las oportunidades existentes en la Región o en el país y esto destaca más en los emprendedores nacientes.



Más del 80% de los emprendedores de la Región y del país considera que tiene los conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un nuevo negocio. Con excepción de los nuevos empresarios en la Región de Antofagasta, el porcentaje de los emprendedores nacientes y los establecidos en el país supera ligeramente al de la región pero estas diferencias no son significativas. Lo mismo ocurre con los que no están involucrados en actividades emprendedoras (tabla 2). Si comparamos estos resultados con los obtenidos el año 2009, las diferencias no son significativas ni en la Región ni en el país.

Por último, en Chile los no emprendedores tienen un mayor temor al fracaso. Casi un tercio afirma tener dicho miedo. Entre los emprendedores, el temor al fracaso está menos extendido y no hay variaciones significativas entre grupos de emprendedores en las etapas del proceso emprendedor. Las brechas son notorias entre nacientes y establecidos (tabla 2). El resultado en el país es próximo al obtenido en la Región y no se han encontrado diferencias significativas. Tanto en la región como en el país, los emprendedores nacientes tienen menos temor al fracaso que los nuevos y los establecidos. Cabe destacar que, con respecto al año 2009, ha habido un ligero aumento del temor al fracaso como limitante del emprendimiento tanto en la Región como en el país.

Tabla 2. Percepción de los encuestados sobre los factores que influyen en el emprendimiento.

(Porcentaje de respuestas afirmativas)

¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos*
Antofagasta	31,1%	76,1%	67,9%	38,1%
Chile	34,2%	65,2%	61,9%	51,4%

¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	76,5%	93,2%	85,2%	88,9%
Chile	61,7%	78,7%	73,0%	66,6%

¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	46,8%	86,7%	88,9%	81,8%
Chile	50,1%	89,0%	87,9%	87,7%

¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	31,1%	13,0%	18,5%	22,7%
Chile	33,3%	16,6%	19,6%	23,6%

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2010.



La Encuesta a la Población Adulta también incluye preguntas sobre la consideración y el reconocimiento social de los emprendedores en la región y el país, en el entendido del estímulo que esto supone para la actividad emprendedora. A este respecto es importante destacar que se ha producido un incremento en todas las dimensiones, tanto a nivel regional como en el país, con respecto al año 2009. En el caso de Antofagasta el incremento fue de cuatro puntos porcentuales en todas las dimensiones, mientras que en el caso del país, los incrementos fueron del 76,4% al 87,4%; del 66,9% al 71,2% y del 43% al 45,7% respectivamente, (ver tabla 3 y Romaní y Atienza, 2010). Es importante destacar que las percepciones en estas dimensiones en la región superan a las obtenidas en el país (tabla 3).

Tabla 3. Factores de percepción general sobre el emprendimiento.

(Porcentaje de respuestas afirmativas).

Preguntas:	Antofagasta	Chile
<i>En mi región / país la mayoría de las personas consideran que iniciar un negocio o empresa es una buena carrera o profesión</i>	88,6%	87,4%
<i>En mi región / país la mayoría de las personas que han sido exitosas en iniciar un negocio o empresa son bien reconocidas y respetadas.</i>	73,3%	71,2%
<i>En mi región / país se puede ver con frecuencia, en los medios de comunicación, historias de nuevos negocios o empresas exitosas.</i>	48,4%	45,7%

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2010.

A partir de los resultados presentados, se puede afirmar que la percepción de la población adulta de la Región de Antofagasta sobre las capacidades y las oportunidades para emprender es muy positiva comparada con el año anterior. La Región sigue siendo valorada mayoritariamente como un espacio favorable para el emprendimiento y las personas involucradas en actividades emprendedoras se consideran, en porcentajes muy elevados, capacitadas para llevar a buen puerto sus negocios sin temor al fracaso. Entre la población existe, además, un fuerte reconocimiento social de la actividad emprendedora, y se considera que emprender es una buena carrera o profesión, sin embargo hace falta difundir más las historias de empresarios exitosos en los medios de comunicación. Cuanto más historias se conozcan sobre emprendedores regionales exitosos, se puede influir más en las personas para que mejoren o reafirmen las percepciones acerca sus propias capacidades siempre y cuando estos ejemplos no sean muy alejados de la realidad del emprendedor. Mostrar ejemplos exitosos de emprendedores en realidades diferentes puede ser contraproducente, en el sentido que puede generar admiración en ellos pero no deseo de seguir sus pasos al considerarlo poco realista para su entorno.

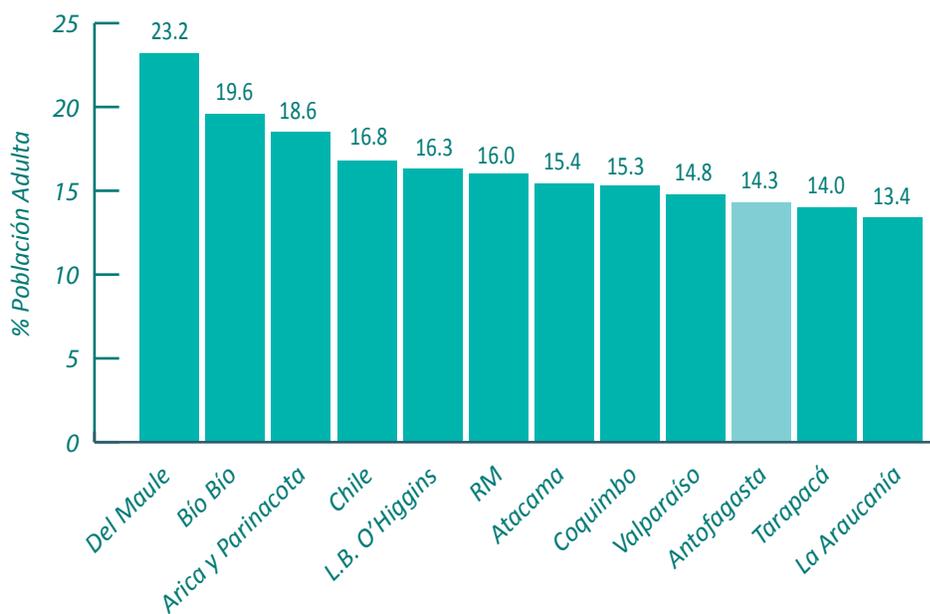
2.2. La Actividad Emprendedora de la Región de Antofagasta

2.2.1. Tasas de emprendimiento

El índice de la actividad emprendedora medido por el TEA (Total Entrepreneurial Activity) involucra tanto a los emprendedores nacientes como a los nuevos empresarios y se conoce también como índice de actividad emprendedora en etapas iniciales. En 2010, este índice es del 14,3%, es decir, 14,3 de cada 100 personas entre 18 y 64 años en la Región de Antofagasta están involucradas en actividades emprendedoras en sus primeras etapas. Esta cifra rompe la tendencia ascendente de los últimos tres años. Se observa una disminución de más de tres puntos porcentuales con respecto a 2009 (17,4%) y en 1,6 puntos con respecto a 2008 (15,9%). Sin embargo, se sitúa ligeramente por encima del obtenido en 2007 (13,4%).

El índice obtenido en 2010, solamente supera ligeramente al de las Regiones de Tarapacá y de la Araucanía. Las demás regiones que participaron en el estudio ese año obtuvieron mayores índices de actividad emprendedora. La Región del Maule es la que presenta la tasa más alta de actividad emprendedora en etapas iniciales (23,2%) seguida por las regiones del Bío Bío (19,6%) y Parinacota (18,6%), mientras que la Región de la Araucanía obtuvo el menor índice (13,4%). La Región de Antofagasta se sitúa más de dos puntos por debajo del promedio nacional, con un índice del 16,8% (figura 6).

Figura 6. Actividad emprendedora en etapas iniciales.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2010.

La figura 7 muestra el índice TEA descompuesto en sus dos componentes, la tasa de emprendedores nacientes y los nuevos empresarios. Se observa que las regiones del Maule y del Bío Bío tienen las tasas más altas de emprendedores nacientes: 14,7% y 14,4% respectivamente, mientras que la más baja la tiene la región de La Araucanía (6,6%). Antofagasta se sitúa por debajo de la media con una tasa de 8,5%. Es importante destacar que la elevada tasa en las regiones del Maule y del Bío Bío puede estar relacionada con el terremoto ocurrido en febrero de 2010, donde justamente esas regiones fueron las más afectadas. Amit (2009), señala que las ineficiencias en el mercado, grandes quiebres en la economía, desastres, entre otros, pueden dar origen a nuevas oportunidades de negocio.

Respecto a la tasa de nuevos empresarios, la figura 7 muestra, nuevamente, a la región del Maule con la tasa más alta de empresarios con hasta tres años y medio de actividad, mientras que la región de Atacama presenta la tasa más baja de nuevos empresarios.

Es importante destacar la brecha existente entre emprendedores nacientes (que han pagado salarios hasta tres meses) y nuevos empresarios (con salarios pagados hasta tres años y medio). La mayor diferencia se encuentra en las regiones del Bío Bío (8,7 puntos de diferencia) y de Atacama (7,4 de diferencia). En las regiones de Arica y Parinacota, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Tarapacá y La Araucanía esa diferencia es de apenas uno o dos puntos porcentuales. En el caso particular de Antofagasta, ha habido una disminución en la tasa de emprendedores nacientes y nuevos empresarios con respecto a 2009, del 10,9% al 8,5% y del 7,2% al 6,2% respectivamente. Esta disminución de la tasa en ambos grupos ha influido para que la brecha entre nacientes y nuevos haya disminuido con respecto a 2009. Es preocupante la caída de tres puntos en la tasa de emprendimiento en etapas iniciales con respecto a 2009, del 17,4% al 14,3%.

Este último resultado puede tener una lectura positiva, que conviene evaluar. Puede aventurarse que el fin de la crisis y la buena situación económica en la Región, con precios altos del cobre, ha contribuido a que los emprendedores se inserten al mercado laboral y los que habían iniciado nuevos negocios, los abandonen debido a que encontraron trabajo. Esta lectura se puede corroborar más adelante cuando se analice la tasa de desempleo y los motivos por los que los emprendedores descontinúan sus negocios.

Figura 7. Emprendedores nacientes y nuevos empresarios.

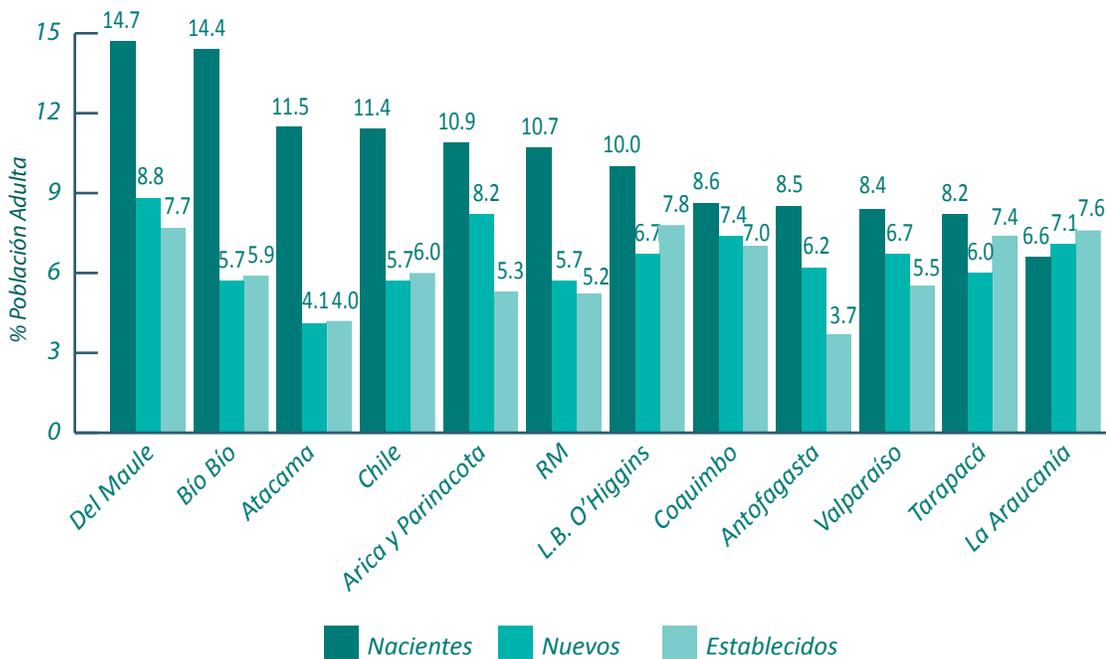


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2010.

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. En el caso de la Región, se observa que esta tasa es la más baja (3,7%) comparada con las otras regiones que participaron del estudio en 2010. En contraste, la tasa más alta corresponde a la Región de O'Higgins (7,8%), seguida por las regiones del Maule (7,7%) y de la Araucanía (7,6%). Destaca que, en varias regiones, la tasa de empresarios establecidos supera a la de nuevos empresarios e inclusive a la de los emprendedores nacientes como es el caso de La Araucanía (figura 8).

El resultado de Antofagasta preocupa por su tendencia decreciente en los últimos cuatro años, del 8,4% en 2007, pasa al 5,5% en 2008, cae al 4,9% en 2009 y continúa disminuyendo hasta 3,7% en 2010. En un período de cuatro años, esta tasa se ha visto disminuida en más del 50%. Nuevamente salta la señal de alerta relacionada a la sustentabilidad de los negocios. ¿Es Antofagasta una región no favorable para la supervivencia de los emprendimientos o es que los dueños no tienen capacidad de gestión? Un desafío es averiguar si existe alguna relación entre el precio del cobre y las tasas de emprendimiento en etapas iniciales y de empresarios establecidos. La hipótesis a verificar sería que a mayor precio del cobre, menor es la tasa de actividad emprendedora. Considerando que el precio del cobre afecta directamente la empleabilidad de las personas, es muy probable que los emprendedores se sientan atraídos por las empresas mineras y dejen de lado sus emprendimientos dado el atractivo de los salarios en la industria minera. Quizás proporcione algunas luces al respecto el análisis, que se realizará más adelante, de las razones por la que los emprendedores descontinúan sus negocios.

Figura 8. Actividad Emprendedora en diversas etapas del proceso emprendedor.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2010.

En la tabla 4, 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 en la Región. Es importante mencionar que estos datos deben tomarse con cautela dado el dinamismo demográfico de la Región durante los últimos años.



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

Actividad Emprendedora	Índice	N° Personas
Emprendedores nacientes	8,5%	26.065
Nuevos emprendedores	6,2%	19.012
Personas involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales	14,3%	43.851
Emprendedores establecidos	3,7%	11.346
Personas involucradas en la actividad emprendedora	18,0%	55.197

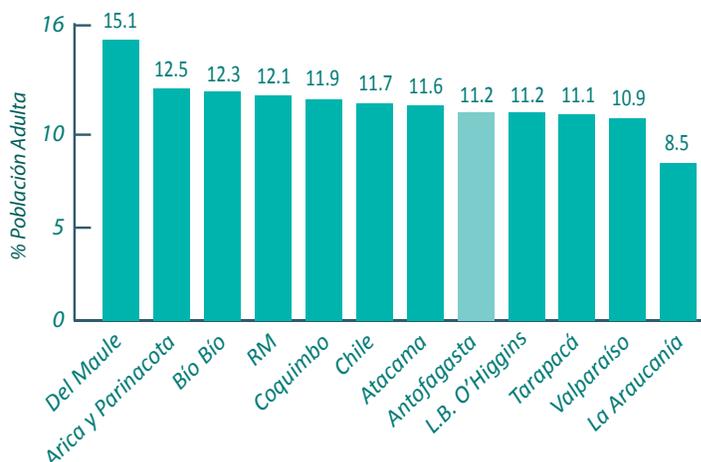
Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a la población adulta 2010 y censo 2002

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 por necesidad. A este respecto, el informe global del GEM de 2001 puso de manifiesto que las regiones o países en vías de desarrollo poseían un porcentaje de emprendedores por necesidad significativamente superior al de los países desarrollados, donde la motivación principal para emprender es la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio⁴.

La Región de Antofagasta en los años 2007 y 2008 destacó por tener las tasas más altas de emprendimiento por oportunidad y las más bajas por necesidad en el país (Romaní y Atienza, 2008 y 2009). Los resultados en estos últimos dos años difieren de los anteriores sobre todo en el emprendimiento por oportunidad. Hay regiones que muestran tener una tasa de emprendimiento por oportunidad superior al de la Región. En 2010 por ejemplo, la tasa de actividad emprendedora por oportunidad en Antofagasta fue de 11,2 %, por debajo del promedio nacional. La tasa más baja ese año, fue la obtenida por la región de La Araucanía (8,5%), mientras que la tasa más alta fue la del Maule (15,1%) (figura 9).

Figura 9. Actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad



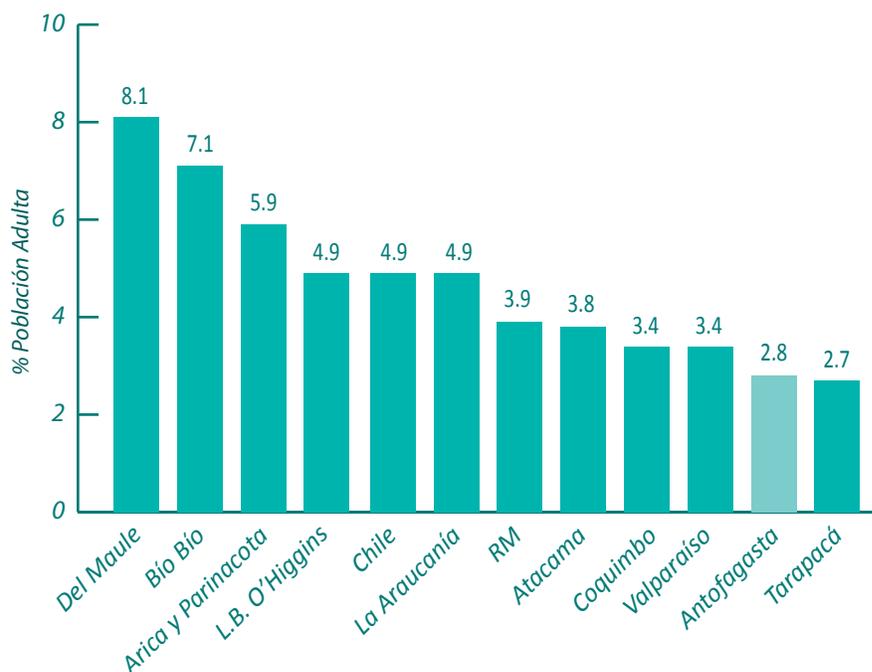
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2010.

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

Respecto a la tasa de actividad emprendedora por necesidad, se observa una disminución con respecto al año 2009, del 3,8% al 2,7% en 2010, situándose Antofagasta como una de las regiones con la tasa más baja de emprendimiento por necesidad, junto con la región de Tarapacá (figura 10). Este resultado, a pesar de ser favorable, sin duda está relacionado con la disminución general de la tasa de actividad emprendedora. De todas formas, el hecho que haya más emprendimiento por oportunidad que por necesidad da cuenta del dinamismo de la región y de las oportunidades que los mismos habitantes perciben. Lo ideal es que los emprendedores logren mantenerse en el tiempo, creen empleos y generen ingresos. Diferente es la situación de los emprendedores por necesidad, ya que existe alta probabilidad de que cuando encuentren un trabajo remunerado, abandonen sus negocios.

Destacan por sus elevadas tasas de emprendimiento por necesidad las regiones del Maule y del Bío Bío, con un 8,1% y un 7,1% respectivamente (figura 10). Es posible que el resultado de estas dos regiones esté influenciado por el terremoto que sacudió el Sur del país en febrero del año 2010. Una explicación más fundamentada al respecto se encontrará en los informes de dichas regiones.

Figura 10. Actividad emprendedora en etapas iniciales por necesidad



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2010.

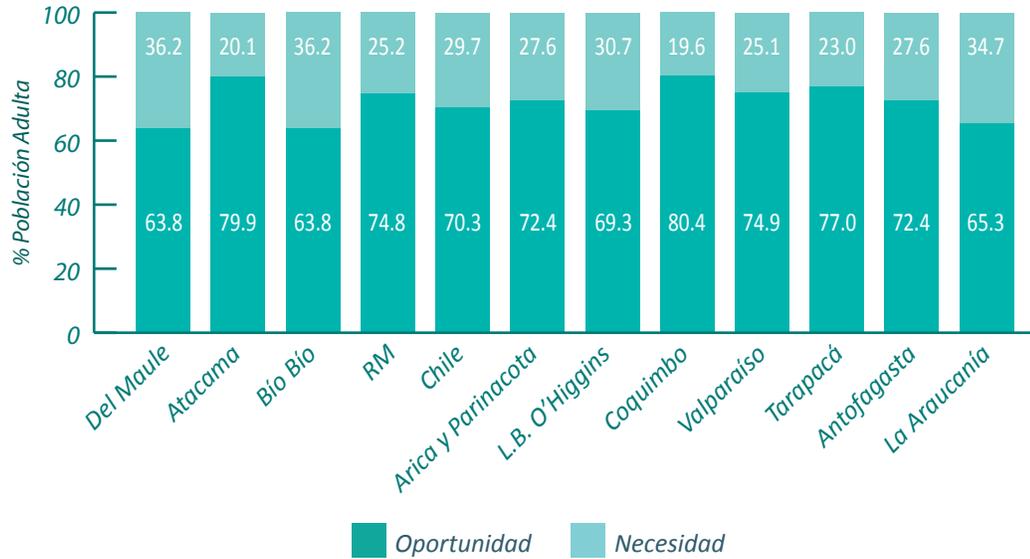


Si se consideran solo los empresarios nacientes, se observa que en la Región de Antofagasta el 72,4% de ellos está involucrado en la apertura de su negocio porque identificaron una oportunidad en el mercado y el restante 27,6% porque no le queda otra alternativa para subsistir. Estos resultados han variado ligeramente con respecto al año 2009, donde un mayor porcentaje (79%) lo hacía por oportunidad y una menor proporción (21%) por necesidad. Observando los años anteriores se podría decir que cada año hay una mayor proporción de emprendedores que parten porque no tienen otra alternativa, sin embargo este resultado hay que analizarlo con cautela, porque depende del total de emprendedores que estén iniciando sus negocios en dichos años (figura 11).

Destacan en la figura 11, las regiones del Maule, Bío Bío, La Araucanía y O`Higgins, porque más de un tercio de los emprendedores nacientes en estas regiones han emprendido porque no tienen otro medio de subsistencia. Será interesante ver los informes de estas regiones a fin de entender mejor la actividad emprendedora en dichas regiones.

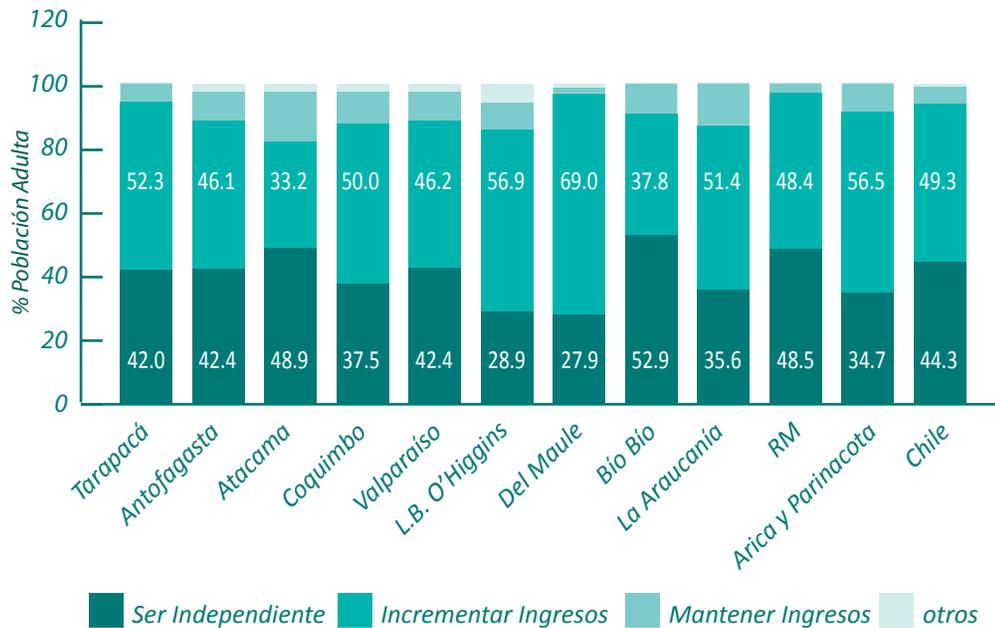
El GEM profundiza en sus categorías de emprendimiento por oportunidad y en 2007 redefine el concepto de emprendimiento por oportunidad, donde incluye el deseo de "ser independiente" y el de "querer aumentar los ingresos", mientras que el deseo de "mantener el ingreso" no se considera una legítima manifestación del emprendimiento por oportunidad y, en consecuencia, no forma parte del indicador de oportunidad. La figura 12 muestra los motivos de los emprendedores por oportunidad en etapas iniciales. Un resultado interesante se da en las regiones de Atacama y del Bío Bío, donde destaca la motivación de la independencia en mayor porcentaje que la de incrementar ingresos. Esta última motivación parece caracterizar más a los emprendedores por oportunidad de la Región del Maule, O`Higgins, Arica y Parinacota y la Araucanía, donde más del 50% del grupo que emprende por oportunidad señala que lo hace por incrementar sus ingresos. En Antofagasta, así como en el resto de las regiones, inclusive en el país, las proporciones son muy próximas no habiendo diferencias significativas en las motivaciones de los emprendedores por oportunidad.

Figura 11. Emprendedores Nacientes por Oportunidad y Necesidad



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2010

Figura 12. Motivos del emprendimiento por oportunidad.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2010

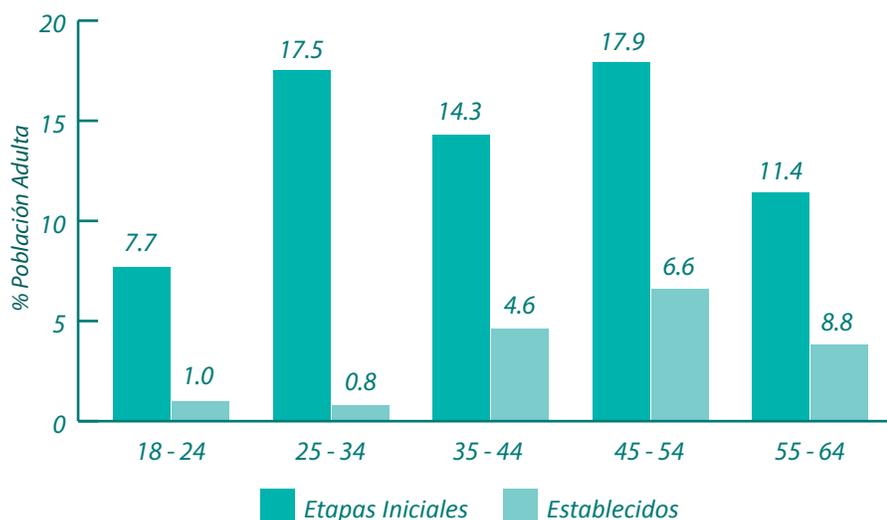
2.2.3. Características Demográficas de los Emprendedores

Indicadores de Edad y Género

La figura 13 muestra la proporción de las personas involucradas en actividades emprendedoras en la Región por rango de edad, tanto en las etapas iniciales como posteriores (establecidas). Se observa claramente que, en todos los rangos de edad, hay una mayor proporción de emprendedores que están iniciando sus negocios que establecidos. Contrariamente a lo que podría esperarse, en el caso de los emprendedores en etapas iniciales el mayor porcentaje se encuentra entre los rangos que se inician con los 23 años y terminan con los 55 años. Menos del 8% de los emprendedores con edades entre 18 y 24 y más del 10% con 55 y 64 años están involucrados en actividades emprendedoras en etapas iniciales. En el caso de los empresarios establecidos, los resultados son los esperados, es decir la proporción de emprendedores aumenta con la edad, es decir hay más emprendedores establecidos en el rango de 55 a 64 años, que entre los 18 y 34 años.

La edad promedio es de 39,9 años para los emprendedores en etapas iniciales y 49,7 años para los establecidos. Es importante destacar que no ha habido diferencias significativas en la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales en los últimos cuatro años. Sí se han observado diferencias en el promedio de edades de los empresarios establecidos que fluctúan entre los 45 y 50 años durante 2007 y 2010. Comparando los resultados de la Región con el promedio del país en 2010, se observa que la edad promedio en ambos grupos es mayor al promedio de Chile (37 años y 45,5 años respectivamente) y al de las economías basadas en la innovación (Amorós y Poblete, 2011).

Figura 13. Tipos de actividad emprendedora por rangos de edad.

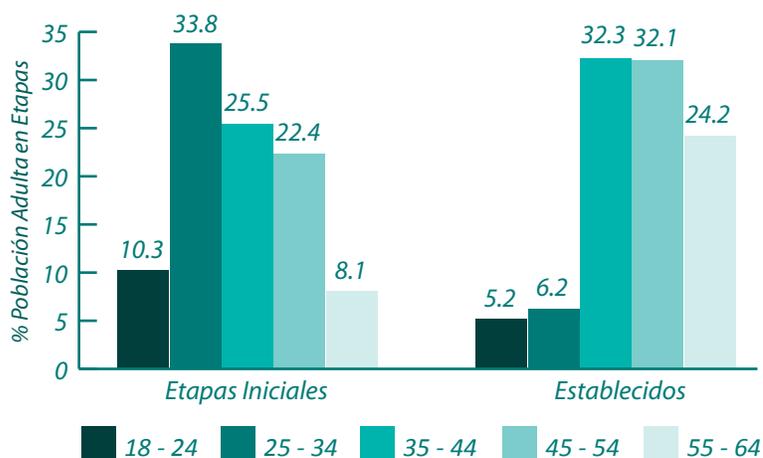


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010

La figura 14 muestra la distribución de los rangos etarios por actividad emprendedora. Como es de esperar, esta distribución difiere dependiendo de la etapa en que se encuentre el emprendedor. En el grupo de emprendedores en etapas iniciales más de un 30% tiene entre 25 y 34 años, no obstante un 48% se encuentra en el rango de 25 y 55 años. Mientras que en el grupo de los establecidos menos del 15% tiene entre 18 y 34 años, y más del 60% está entre los 35 y 55 años. La distribución

por edades en ambos grupos ha variado con respecto al año 2009. Destaca en 2010 en el grupo de emprendedores en etapas iniciales, la disminución de la proporción entre 18 y 24 y el aumento entre 25 y 34 años del 15,9% en 2009 al 10,3% y del 23,9% al 33,9% respectivamente en el mismo período. La distribución en los demás rangos no ha tenido mayores variaciones. En el grupo de emprendedores establecidos, las mayores variaciones se aprecian en los rangos entre 45 y 54 años y en el de 55 y 64 años. Disminuye la proporción en el primer caso del 43,5% en 2009 al 32,1% en 2010, y aumenta en el segundo caso, del 17,4% al 24,2% en el mismo período.

Figura 14. Proporción de rangos de edad por tipo de actividad emprendedora

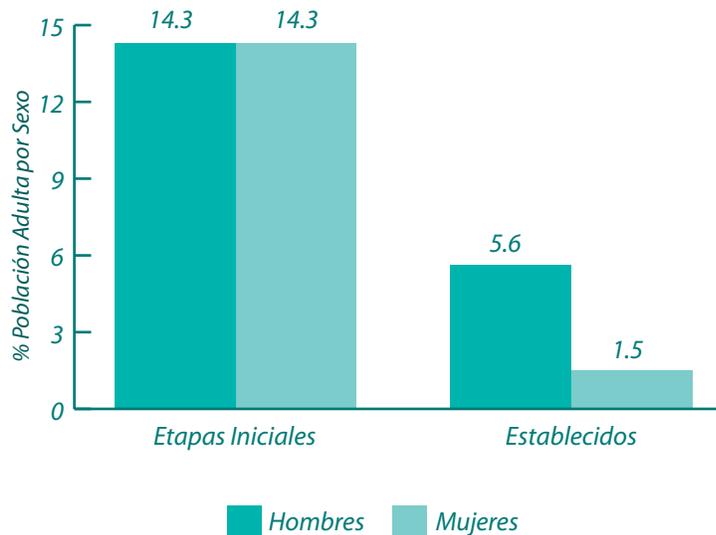


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

Desde la perspectiva de género, en 2010 ha habido algunas variaciones con respecto al año 2009. Por ejemplo, ha disminuido en seis puntos porcentuales la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales de hombres, de 20,9% a 14,3%, mientras que la de las mujeres ha pasado del 13,5% al 14,3% en el mismo periodo. Por primera vez, en 2010 no se observan brechas entre los emprendedores en etapas iniciales hombres y mujeres (figura 15), sin embargo no deja de preocupar la disminución del emprendimiento masculino en las primeras etapas. En el caso de los emprendedores establecidos, se ha registrado una disminución de más de un punto porcentual tanto en hombres como en mujeres, en ese mismo periodo. Esta situación también continúa preocupando porque esta tasa viene disminuyendo en los últimos cuatro años. De un 12% en 2007 cae al 5,6% en 2010 en hombres y del 4,5% se reduce en un tercio (1,5%) en el caso de las mujeres. Algunas luces al respecto se obtendrán más adelante al analizar las razones por las que los emprendedores descontinúan sus negocios. En cualquier caso, urge implementar medidas (talleres, seminarios focalizados, instrumentos financieros, capacitación, etc.) a fin de frenar esa drástica caída de la tasa de emprendedores establecidos hombres y mujeres. Más detalles sobre el emprendimiento femenino se encontrarán en el informe "Mujeres y Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta 2010-2011" que se publicará en su cuarta versión este año⁵.

⁵Se encuentra disponible el tercer informe sobre Mujeres y Actividad Emprendedora en la Región de Antofagasta 2009-2010, en www.cemp.ucn.cl

Figura 15. Actividad Emprendedora por tipo y género.



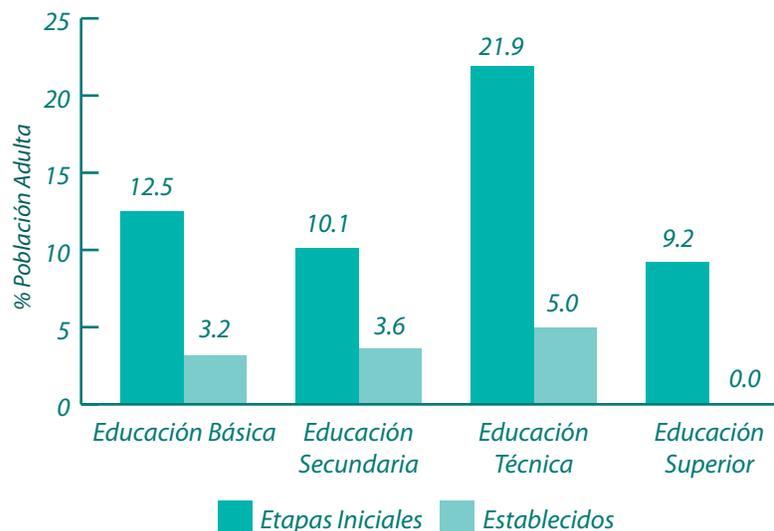
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

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, secundaria completa, educación técnica y profesional y educación superior (universitaria y postgrados). Resulta interesante observar a los emprendedores en etapas iniciales y a los establecidos por nivel de educación. La figura 16 muestra que la mayor proporción de emprendedores en etapas iniciales y establecidos posee un nivel de educación de técnico profesional. Los emprendedores con grado universitario o postgrado son solo los que están involucrados en las etapas iniciales del proceso emprendedor. No se han identificado empresarios establecidos con grado universitario o postgrado.

Este resultado es muy próximo al obtenido el año 2009, varía solo el incremento en 2010 de emprendedores en etapas iniciales con nivel universitario (del 5,1% al 9,2% respectivamente) y la disminución de este mismo tipo de emprendedor con educación básica, del 17,9% en 2009 al 12,5% en 2010. Los resultados nacionales no difieren significativamente de los de la Región.

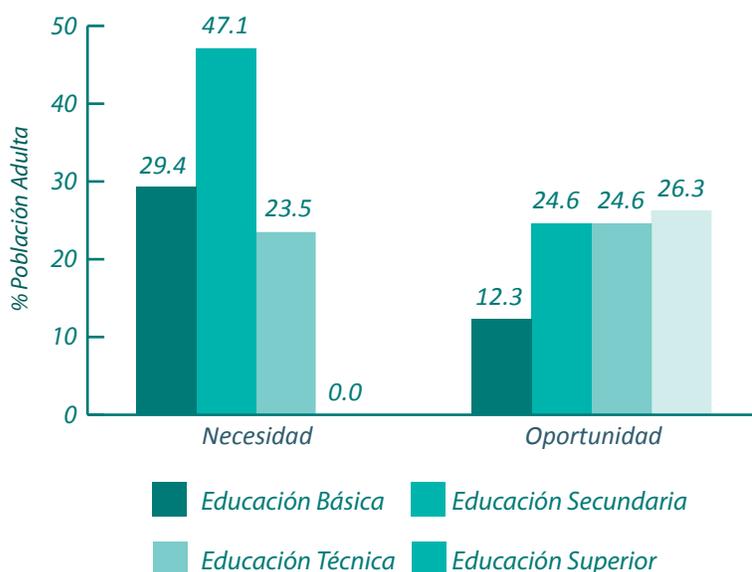
Figura 16. Actividad Emprendedora por nivel educativo.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta de 2010.

Es importante señalar, también, que la distribución de los niveles educacionales varía de acuerdo al tipo de emprendimiento. El emprendimiento por necesidad, en general se asocia con menores niveles educativos. Esto se puede observar en el gráfico 17, donde claramente se aprecia que casi un 50% de los emprendedores por necesidad tienen educación secundaria y casi un tercio tiene apenas educación básica y no se identifican emprendedores con educación superior. En contraste, en el grupo de emprendedores por oportunidad casi un noventa por ciento tiene ya sea educación secundaria, técnica o superior. Solo un 12,3% de este grupo tiene educación básica.

Figura 17. Nivel de educación y tipo de emprendimiento en etapas iniciales.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región Antofagasta 2010.

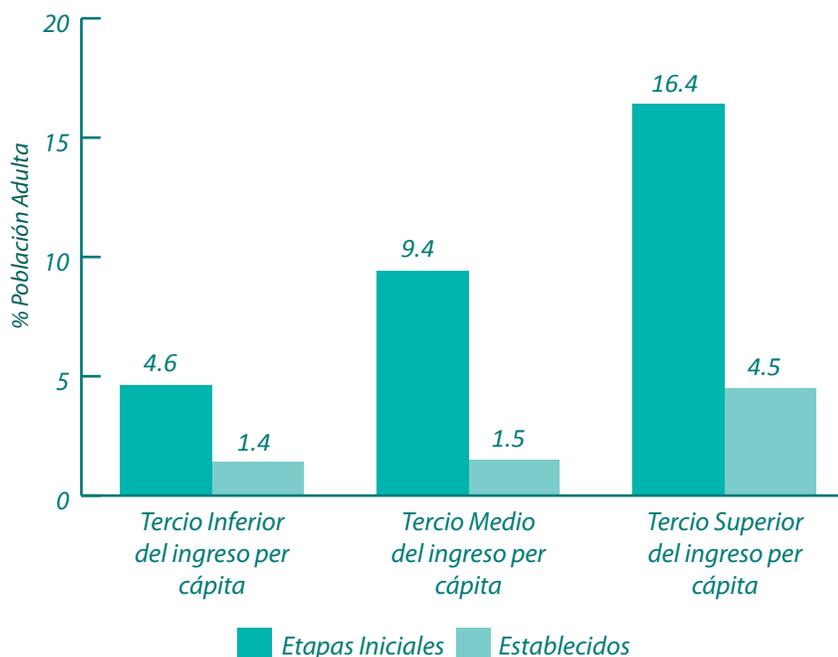
Nivel de Ingreso

Otro de los indicadores que tradicionalmente se ha considerado relevante para explicar la actividad emprendedora es el nivel de ingresos de los hogares. En este sentido, el GEM también utiliza indicadores estandarizados que tratan de 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 la renta per cápita de los países, permite obtener una estimación aproximada de la actividad emprendedora dentro de cada país entre los grupos con ingresos bajos, medios y altos.

En 2010, se ha producido una disminución en los tres tercios del ingreso per cápita tanto en la proporción de emprendedores en etapas iniciales como en los establecidos. La mayor disminución se ha dado en el grupo de emprendedores que pertenecen al tercio medio del ingreso per cápita, del 13,4% en 2009 al 9,4% de emprendedores en etapas iniciales y del 4,4% al 1,5% de emprendedores establecidos en el mismo periodo. En los demás grupos, esa disminución no ha sido notable (figura 18).

La proporción de emprendedores aumenta a medida que se avanza en el tramo de ingreso, pero también aumenta la brecha entre los pertenecientes a las etapas iniciales y los establecidos a medida que aumenta el ingreso per cápita, haciéndose más significativa en el tercio superior del ingreso per cápita (figura 18).

Figura 18. Nivel de ingresos y tasa de actividad emprendedora.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

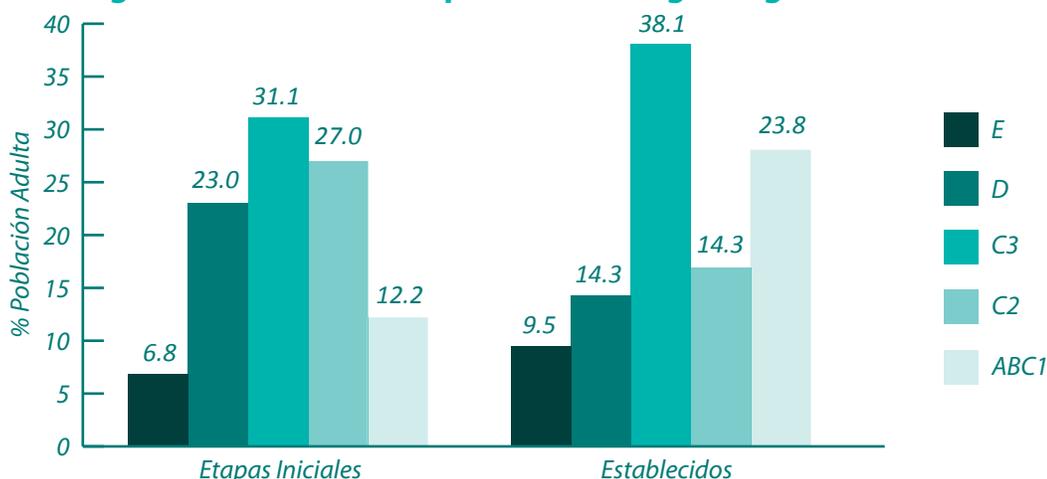


El GEM utiliza también los criterios nacionales que determinan el nivel socio económico para analizar la incidencia del emprendimiento en cada una de sus cinco categorías, que corresponden a la siguiente distribución del ingreso:

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

Cuando se utiliza esta clasificación, se observa que la distribución porcentual en los grupos de emprendedores por etapa es diferente. En el grupo de los emprendedores en etapas iniciales, la distribución es parecida en los niveles D, C3 y C2 donde se concentra el 81% aproximadamente, mientras que en el grupo de los establecidos, los mayores porcentajes de emprendedores se concentran en los niveles de ingreso C seguido del ABC1 que representan más del 60% (figura 19). La mayor diferencia entre los emprendedores de ambas etapas del proceso se da en los niveles socioeconómicos C2 y ABC1

Figura 19. Actividad emprendedora según ingreso familiar.

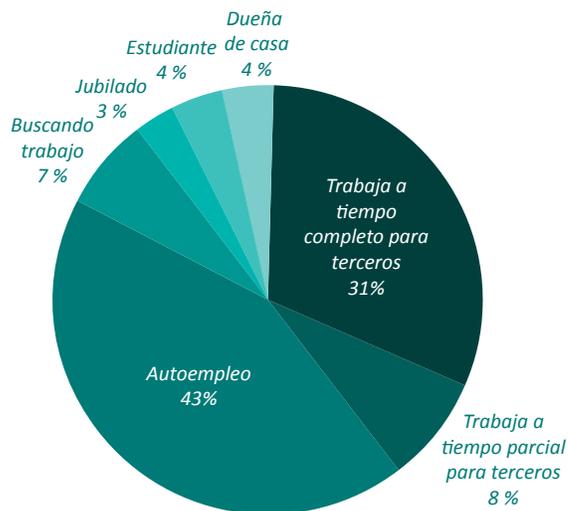


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

Situación laboral de los emprendedores

En la Región de Antofagasta, la situación laboral de los adultos en las primeras etapas del proceso emprendedor ha variado significativamente con respecto al año 2009 en algunos segmentos, mientras que en otros ha permanecido igual. En 2010, el 31% de los emprendedores declara que trabaja a tiempo completo para terceros y un 8% lo hace a tiempo parcial (figura 20). Estos resultados no han variado respecto al año anterior, lo que sí ha variado significativamente es la proporción de emprendedores ocupándose de las labores domésticas, del 19% en 2009 al 4% en 2010, y de los autoempleados que se ha incrementado de un 36% a un 43%. Otro segmento de variación se observa en los emprendedores buscando empleo, que ha aumentando del 4% en 2009 al 7% en 2010. Estos resultados dan luces de por qué los negocios que inician no se sustentan en el tiempo. El hecho de que casi un 40% de los emprendedores trabaje a tiempo parcial o completo en otros negocios implica que se le dedica poco tiempo al negocio propio y esto puede ser causa de abandono del mismo.

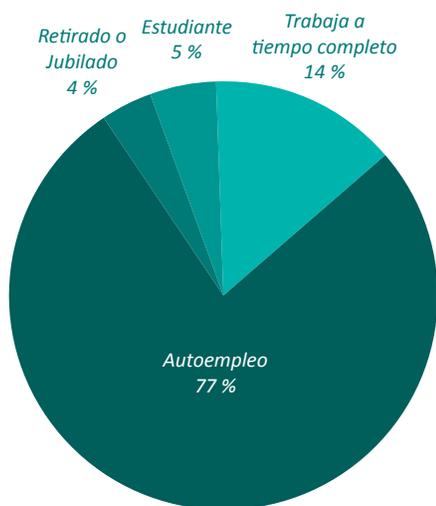
Figura 20. Situación laboral de los emprendedores en etapas iniciales.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

La situación laboral de los emprendedores establecidos difiere de los de etapas iniciales. En 2010, un 77% de estos emprendedores se declaran autoempleados, no se han identificado emprendedores que realizan labores del hogar, el 14% trabaja a tiempo completo para terceros y un 4% es retirado o jubilado. Comparando con 2009, se observa un incremento en el autoempleo del 63% al 77%, también ha crecido el porcentaje de emprendedores que trabaja a tiempo completo, del 9% al 14%. Llama la atención el porcentaje que se declara como estudiante en este grupo (5%) (figura 21).

Figura 21. Situación laboral de los empresarios establecidos.

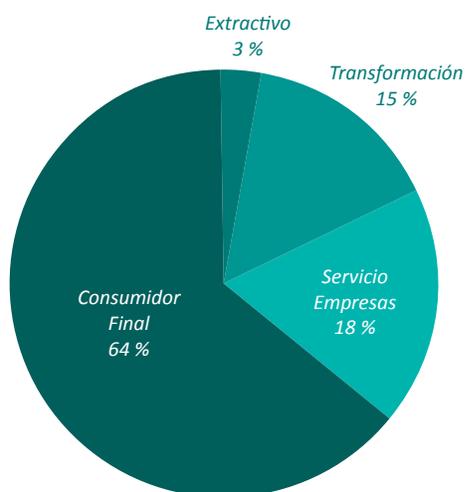


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

Sectores Industriales de la Actividad Emprendedora

La distribución sectorial del emprendimiento en la Región de Antofagasta manifiesta variaciones con respecto a los años anteriores. El sector de servicios al consumidor final sigue siendo el mayoritario entre los emprendedores en etapas iniciales (figura 22), y un resultado poco positivo es que la proporción de emprendedores en este sector ha aumentado significativamente de un 49,3% en 2009 a un 64% en 2010, mientras que ha habido una notable disminución en el Sector de Transformación de un 31,9% al 15%. En el resto de sectores no se han observado cambios porcentuales significativos. Estos resultados no difieren de los obtenidos en el país y muestran poca diversificación productiva y una orientación hacia actividades con bajo valor añadido.

Figura 22. Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico.

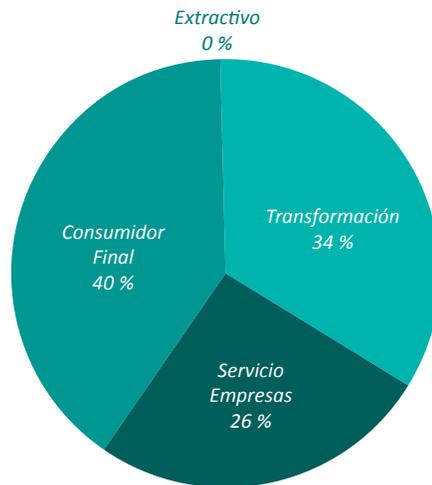


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

Entre los emprendedores establecidos, la situación en 2010 es ligeramente diferente, a pesar de que la mayor proporción de emprendedores continúa orientando sus productos o servicios al consumidor final (40%), más de un tercio (34%) lo hace al sector de transformación y un 26% ofrece servicios a empresas. En este grupo, la orientación hacia actividades del sector primario desaparece (figura 23). Comparando estos resultados con los obtenidos el año 2009, ha habido un incremento significativo de emprendedores en el sector de transformación, y una disminución en los sectores de servicios (consumidor final y empresas), del 16% al 34% en el primer caso y del 84% al 66% en el segundo.

Por cuarto año consecutivo, se observa que el tipo de negocios que abordan los emprendedores regionales, tanto en etapas tempranas como los establecidos, es de bajo valor agregado. En este sentido, un desafío de la Región continúa siendo el cómo agregar valor a los negocios sobre todo de los emprendedores en etapas iniciales; cómo hacerlos capaces de "capturar" las oportunidades reales que hay en el mercado para generar negocios competitivos sin importar el sector.

Figura 23. Actividad emprendedora establecida por sector económico.



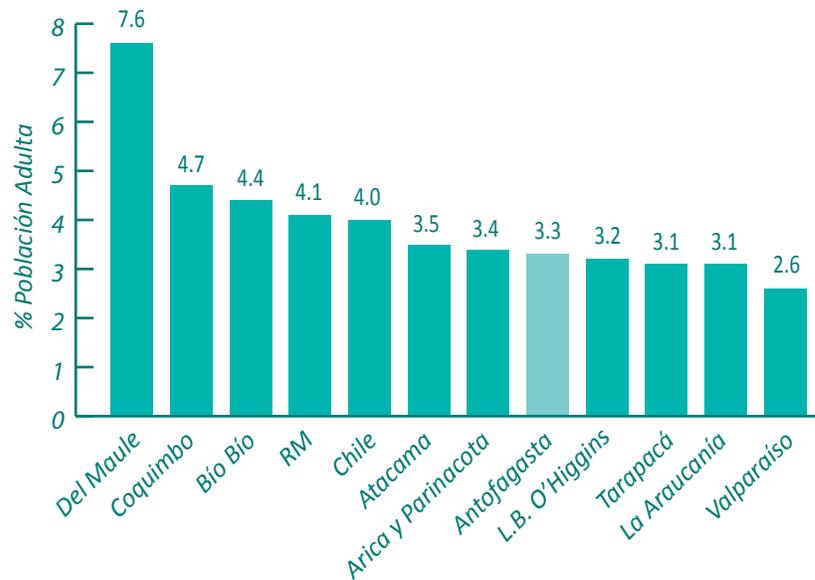
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

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 discontinuar o abandonar un negocio no significa necesariamente que el negocio fue un fracaso (Headd, 2003). Por ello, resulta del mayor interés analizar sus principales características.

La figura 24 muestra la proporción de la población adulta en Chile y regiones que ha discontinuado o cerrado su negocio en los últimos doce meses. Se puede apreciar que Valparaíso es la región con la tasa de discontinuidad más baja (2,6%), mientras que la región del Maule es la que presenta una mayor tasa (7,6%). Antofagasta, presenta una tasa de 3,3% situándose por debajo del promedio nacional y de la Región Metropolitana. Este porcentaje ha disminuido con respecto a 2009 cuando fue del 4,2% lo que puede tener una lectura positiva. Este resultado, sin embargo, parece contradecirse con la actividad emprendedora en etapas posteriores a la inicial, donde cada vez hay menos adultos involucrados en emprendimientos de más de tres años y medio por lo que era de esperar una tasa de discontinuidad más alta.

Figura 24. Proporción de la población que ha discontinuado o cerrado su negocio en los últimos doce meses.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta de Chile 2010.

Por otro lado, al analizar las razones por las que discontinuaron sus negocios, llama la atención que un 21,8% de la población adulta de la Región mencione que “el negocio no era rentable”, lo que lleva a pensar en la falta de conocimientos de las personas para evaluar negocios, tarea que destaca la necesidad de que las Universidades y otras organizaciones incorporen cursos sobre identificación y evaluación de oportunidades de negocio. Parece que los emprendedores, a pesar de que declaran tener conocimientos y habilidades para capturar oportunidades de negocios, carecen de las herramientas y técnicas que les permitan evaluar adecuadamente dichas oportunidades a fin de evitar el cierre o discontinuidad de sus negocios. Otra de las razones mencionadas por un 18,1% de los emprendedores es que consiguieron trabajo. Este es, sin duda, uno de los motivos que ha llevado a la reducción de la tasa de emprendedores establecidos, es decir muchos parten por que no tienen otra alternativa para sobrevivir, pero en cuanto encuentran trabajo dejan el emprendimiento. Esto también podría explicar el bajo valor agregado que tienen muchos de los emprendimientos en etapas iniciales. Un porcentaje menor hizo referencia a “motivos personales”, “oportunidad de venta” y solo un 3,1% de los adultos mencionó “falta de financiamiento”.

2.3. Las aspiraciones emprendedoras en la Región

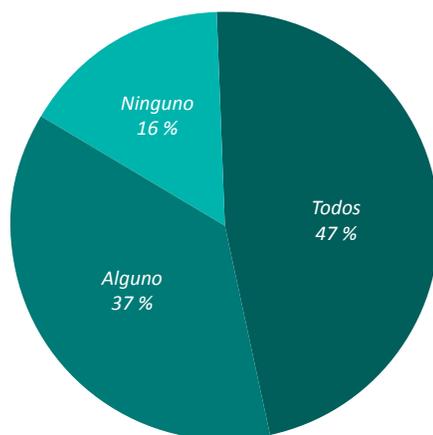
El GEM ha venido estudiando diferentes indicadores que puedan ayudar a entender mejor la naturaleza de los emprendimientos y al mismo tiempo que puedan reflejar de mejor forma algunos aspectos más cualitativos de la actividad emprendedora. En ese sentido, los indicadores que usa el GEM para medir las aspiraciones emprendedoras tienen que ver con aspectos de la competitividad e innovación y del 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 incorporar 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 25 muestra que el 47% de los emprendedores en etapas iniciales considera que su producto es nuevo para todos, esta cifra está por debajo a la obtenida el año anterior (50%) y próxima a la obtenida en el país en 2010 (48,7%). Este elevado porcentaje podría mostrar una falta de conocimiento del estado de la tecnología entre los emprendedores locales en etapas iniciales. Solo un dieciséis por ciento de los emprendedores en etapas iniciales piensa que su producto no es nuevo para nadie y un 37% considera que es nuevo para algunos. Estos resultados manifiestan que, al menos desde la perspectiva de los emprendedores en etapas iniciales, el 84% está aspirando a introducir alguna novedad en su producto o servicio. Estos resultados, sin embargo, deberían tomarse con cautela dado que los sectores hacia donde se orientan sus negocios no se caracterizan, en su mayoría, por ser innovadores o de alto valor agregado.

Figura 25. Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores en etapas iniciales.

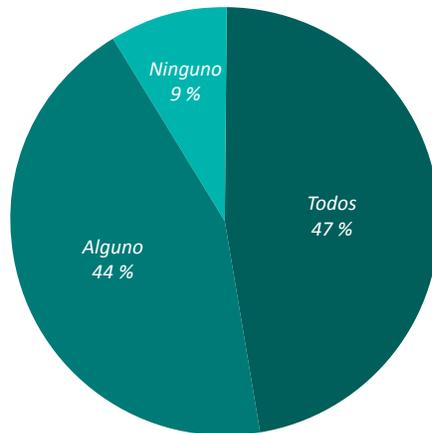


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

La figura 26 muestra los resultados de la percepción de los emprendedores establecidos respecto a la novedad de los productos o servicios para sus clientes. Es importante destacar que se han encontrado diferencias significativas en la distribución de las percepciones en ambos grupos. En este grupo, el porcentaje de emprendedores que considera que su negocio no ofrece ninguna novedad a sus clientes es inferior al de los emprendedores en etapas iniciales (9% frente al 16%). Un 44% considera que es novedoso para algunos y un porcentaje similar (47%) considera que es novedoso para todos. Estos resultados son parecidos a los obtenidos en 2009 (Romaní y Atienza, 2010).



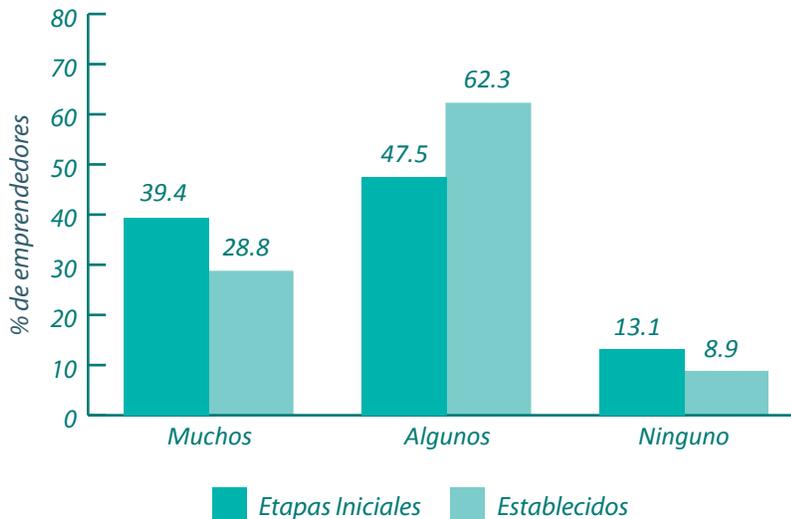
Figura 26. Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores establecidos.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

El otro factor está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares. La figura 27 muestra que tanto los emprendedores en etapas iniciales como los establecidos perciben que tienen muchos o algunos competidores. Si sumamos ambas respuestas, tendríamos que el 87% aproximadamente de los emprendedores en etapas iniciales y el 91,1% de los establecidos consideran que tienen muchos y algunos competidores. Solo un 13,1% en el caso de los primeros y 8,9% en el caso de los segundos afirman que no tienen competidores. Estos resultados de alguna forma corroboran la afirmación hecha anteriormente de que los productos o servicios que ofrecen estos emprendedores tiene bajas barreras de entrada y poco valor agregado. Si comparamos estos resultados con los obtenidos el año 2009, se observa que no ha habido diferencias significativas en la percepción de los emprendedores en etapas iniciales, pero sí ha habido diferencias significativas en la de los establecidos. En 2009, el 56% de los emprendedores establecidos percibía que tenía muchos competidores frente al 28,8% en 2010. Un 44% consideraba que tenía algunos competidores frente al 62,3% en el mismo período, y se pasó de no haber ningún emprendedor establecido que pensaba que no tenía competidores a un 8,9% en 2010. Los resultados, tanto para los emprendedores en etapas iniciales como para los establecidos, son similares a los del país (Amorós y Poblete, 2011).

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

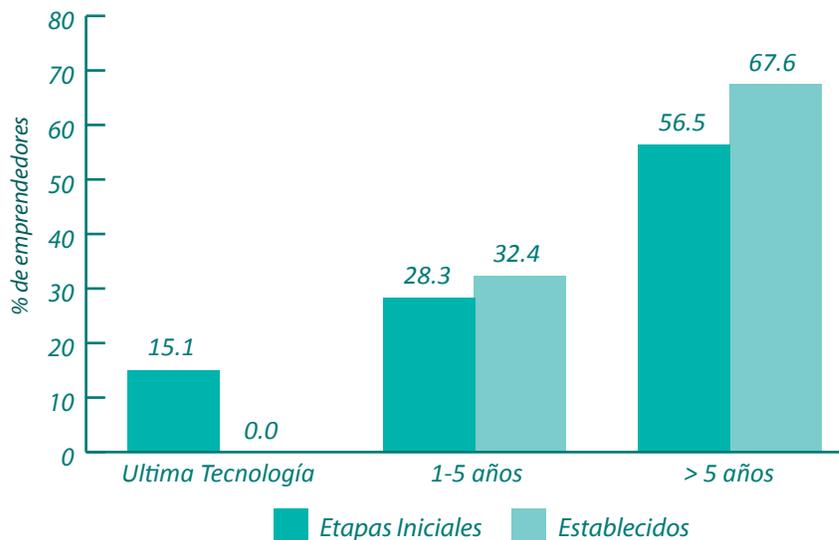


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

El tercer factor incorporado por el GEM en el ámbito de las aspiraciones está relacionado con la capacidad de aprovechar las nuevas tecnologías de producción o de procesos. La figura 28 muestra claramente que más del 50% de los emprendedores no incorpora tecnología reciente en sus procesos o servicios. Sin embargo, destaca el cambio significativo que se ha producido en 2010 en el grupo de emprendedores establecidos. Se ha incrementado significativamente la proporción de personas que usan tecnologías con 1 y 5 años de antigüedad, del 12,3% en 2009 al 32,4% en 2010. En contraste, las personas que usan o incorporan tecnologías con más de cinco años han disminuido del 83,2% al 67,6% en el mismo período. Estos resultados apuntan la existencia de una mayor propensión al uso de nuevas tecnologías de producción o proceso por parte de los emprendedores establecidos.

Diferente es la situación en el grupo de emprendedores en etapas iniciales, donde el uso de tecnología con menos de un año se encuentra algo más difundida en comparación con los establecidos (figura 28). De todas formas, la distribución porcentual en este grupo no ha tenido variaciones significativas con respecto al año 2009. Una distribución muy parecida se observa para ambos grupos en el caso del país (Amorós y Poblete, 2011).

Figura 28. Uso de nuevas tecnologías o procesos.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

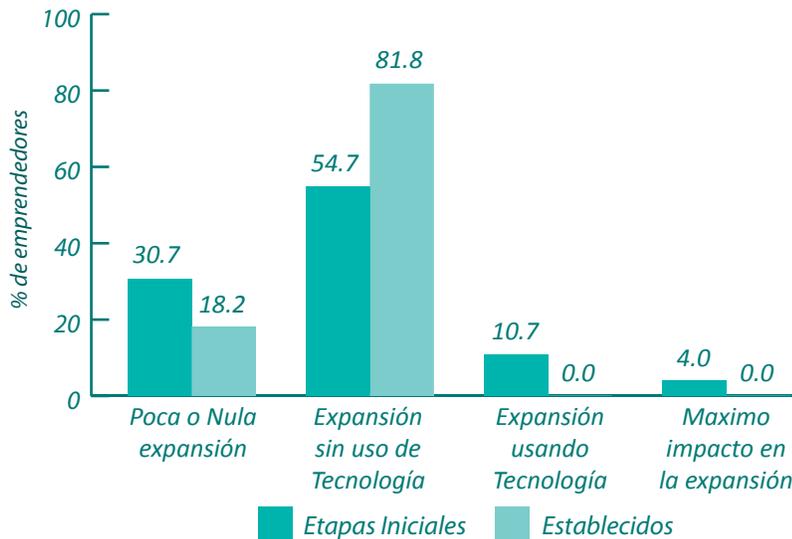
El GEM también pregunta a los emprendedores sobre la expansión de mercado que esperan lograr con sus productos o servicios. Para este fin, se utiliza un variable que toma cuatro valores:

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

Los resultados en 2010 muestran que la expectativa tanto de los emprendedores en etapas iniciales como de los establecidos es bastante baja. Un tercio de los emprendedores en etapas iniciales no aspira a expandir su producto o servicio en el mercado versus un 8,2% de los establecidos y un 54,7% manifiesta que pretende expandir su mercado pero sin usar tecnología frente al 81,8% de los establecidos. Solo un 4% de los emprendedores en etapas iniciales tiene intención de lograr el máximo impacto en la expansión de sus productos o servicios, mientras que no se han identificado emprendedores establecidos con esta aspiración (figura 29). Considerando que las aspiraciones del emprendedor son un elemento clave en la actividad que realizan, al ser poco ambiciosas puede dar alguna luz sobre las potencialidades de sus productos o servicios, es decir, que en su mayoría son negocios sin impacto, sin valor agregado y sin expectativas de crecimiento orientándose más a ser negocios “estilo de vida” donde no se identifica una clara estrategia de crecimiento (Berger y Udell, 1998).

La distribución porcentual no ha variado significativamente comparando con la del año 2009 para ninguno de los grupos de emprendedores (etapas iniciales y establecidos), predominando, en estos cuatro últimos años, las escasas aspiraciones de los emprendedores respecto a la expansión del producto o servicio en el mercado. Una situación muy parecida a la de Antofagasta se observa en el país, tanto en el grupo de emprendedores nacientes como en los establecidos (Amorós y Poblete, 2011).

Figura 29. Aspiraciones en la expansión de mercado.

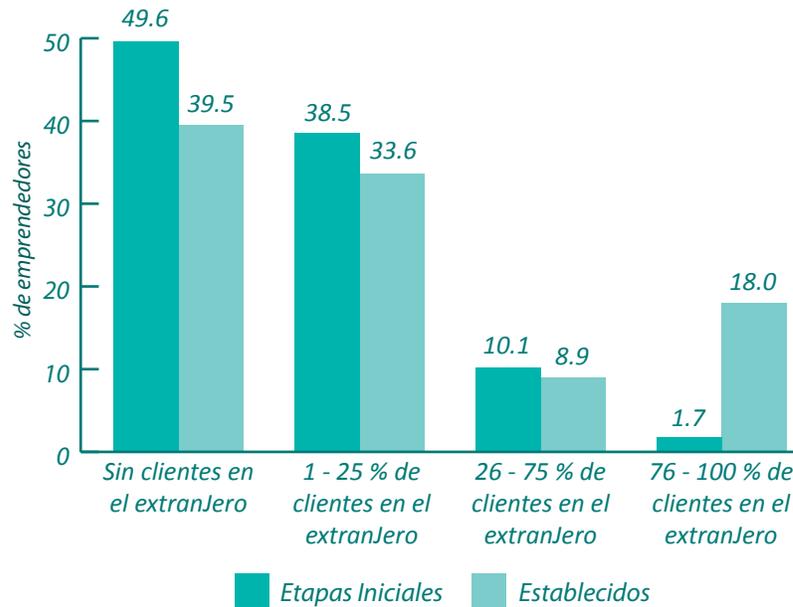


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

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 tecnología y mayores expectativas de expansión. A este respecto, estudios como el de Atienza, Romani y Aroca (2006) y Atienza (ed.) (2009), han mostrado, a partir de una muestra de más de 500 Pymes regionales, que la mejor práctica para expandir sus mercados consiste en el uso de dichas tecnologías en los procesos de producción y gestión.

Otro factor relacionado con la competitividad que aborda el GEM se refiere a la actividad exportadora de los emprendedores, medida como el porcentaje de los clientes que tienen en el extranjero. La figura 30 muestra que, en 2010, casi un 50% de los emprendedores en etapas iniciales y un 39,5% de los establecidos no tienen ningún cliente en el extranjero. Este porcentaje ha disminuido significativamente con respecto al año 2009, del 68% al 49,6% en el primer caso y del 64% al 39,5% en el segundo, lo cual es un buen síntoma porque muestra la preocupación de los emprendedores por expandir su mercado más allá del local. Vale la pena destacar que el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales con hasta un cuarto de sus clientes en el extranjero se ha incrementado significativamente en el mismo período, del 14% al 38%. En el grupo de emprendedores establecidos destaca el incremento en la proporción de emprendedores con más del 75% de sus clientes en el extranjero, del 8% en 2009 al 18% en 2010.

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



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

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 2010, este indicador en la Región de Antofagasta es del 12,5%, cifra menor a la del año pasado (15,21%), a la de 2008 (14,56%) y también a la del país (14,39%). Entre estos emprendedores, el 31%, aspira a crear más de diez empleos en los próximos cinco años, porcentaje próximo al obtenido el año 2009 (31,94%) y superior al del país (22,62%). En el grupo de empresarios, establecidos solo un 9,35% espera crear esa misma cantidad de empleos en los próximos cinco años. Este porcentaje se ha reducido con respecto año 2009 (18,6%) pero supera al del país (6,34%).

El cuestionario de la población adulta también incorpora una pregunta relacionada con las expectativas de alto potencial de crecimiento, entendido como la creación de 19 o más empleos en los próximos cinco años. El 3,1% de los emprendedores en etapas iniciales de la Región tiene esa expectativa. Este indicador, muy relevante por su repercusión tanto económica como social, es objeto de un estudio más detallado en el proyecto GEM⁶, aun cuando resulte una proporción muy baja en todos los países. Este indicador en la Región de Antofagasta es superior al obtenido en el país (1,85%).

En resumen, los factores descritos anteriormente permiten observar que en 2010 las aspiraciones de los emprendedores de la Región de Antofagasta no han mejorado significativamente con respecto a 2009. En 2008, los emprendedores en etapas iniciales tenían expectativas positivas respecto a su capacidad de competir en los mercados externos y de convertirse en generadores de empleo. A la fecha, la baja incorporación de nuevas tecnologías junto con la disminución de sus expectativas de crecimiento y expansión de mercado, arrojan dudas sobre la futura competitividad de los emprendedores de la Región.

⁶Ver GEM Report on High Expectation Entrepreneurship, disponible en www.gemconsortium.org.



Igualmente, todavía se observa falta de realismo entre los emprendedores locales respecto al grado de novedad de sus productos y servicios.

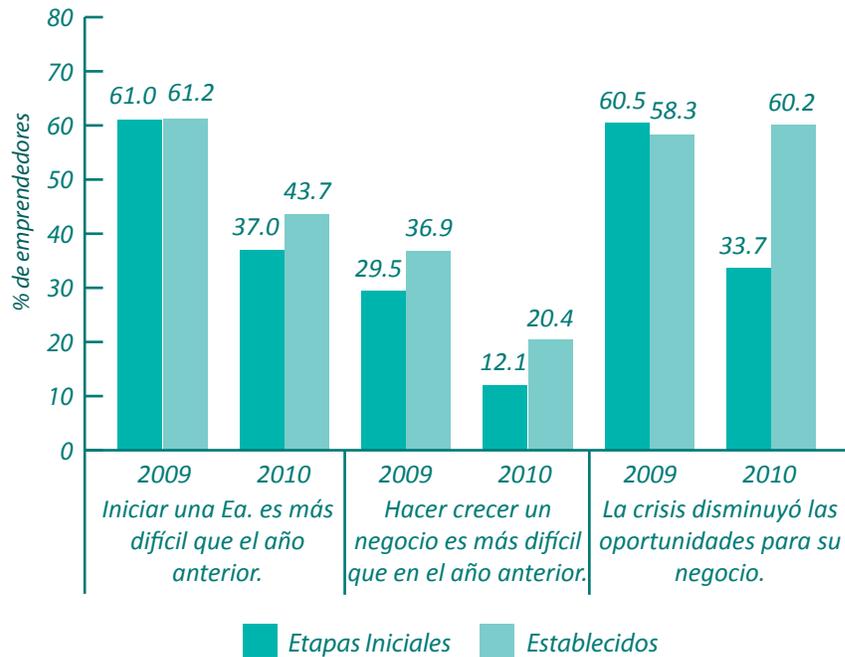
2.4. Actitudes, Actividad y Aspiraciones emprendedoras en el marco de la Coyuntura: La Crisis Económica y el Terremoto del 27F.

Durante 2010, todavía había muchos países, sobre todo los desarrollados, que siguieron sufriendo los efectos de la crisis económica catalogada como una de las más severas desde la “Gran Depresión” de los años 30 del siglo XX. Entre ellos destacan, España, Portugal, Irlanda, Grecia y Estados Unidos que no terminan de recuperarse. Como se sabe, en el caso particular de Chile, el efecto se dio, principalmente, a través de los mercados financieros, reduciendo el acceso al financiamiento e impactando la bolsa de comercio y la cotización de la moneda nacional (Libertad y Desarrollo, 2008). La influencia de la crisis en el emprendimiento fue una de las interrogantes planteadas cuando se comenzó el ciclo 2009 del estudio GEM y los efectos y la duración de la recesión aún eran inciertos. Si bien los efectos de la crisis no han sido muy profundos para el país, existe cierta evidencia de que algunos emprendedores actúan adelantándose a los ciclos (Koellinger and Thurik, 2009). Como se mencionó en el informe 2009, las crisis son oportunidades de cambio y esto también atrae a nuevos emprendedores que “llenen las brechas” de las empresas que se han visto en dificultades a raíz de los ciclos económicos.

En 2010, se volvieron a incorporar en la encuesta del GEM, tres preguntas acerca de las percepciones de los emprendedores sobre la crisis y su efecto en los negocios. Estas preguntas se relacionan con la percepción de los emprendedores sobre las dificultades de iniciar un negocio, hacer crecer el negocio y las oportunidades en la Región con respecto al año anterior. En la figura 31, se presenta un resumen de la distribución de las alternativas más negativas en relación a los tres aspectos antes mencionados en dichos años.

Claramente se observa en la figura 31 que las percepciones en 2009 eran más pesimistas que en 2010. En 2009, aproximadamente un 60% de los emprendedores en etapas iniciales y los establecidos pensaban que iniciar una empresa era más difícil que en 2008. En 2010, este porcentaje disminuye significativamente tanto para los emprendedores en etapas iniciales como para los establecidos, mostrando mayor optimismo entre los que están iniciando sus negocios. Lo mismo ocurre con las expectativas de crecimiento de sus negocios y las oportunidades de negocio post crisis. Respecto a este último punto, se observa que, en 2009, cerca de un 60% de los emprendedores en etapas iniciales y de los establecidos considera que la crisis disminuyó las oportunidades para sus negocios. Este porcentaje se mantiene en 2010 para los empresarios establecidos, mientras que en el caso de los emprendedores en las primeras etapas es significativamente menor. Es evidente el mayor “pesimismo” de los emprendedores con más de tres años y medio de actividad frente a los que están partiendo.

Figura 31. Efectos generales de la crisis comparativo 2009-2010.



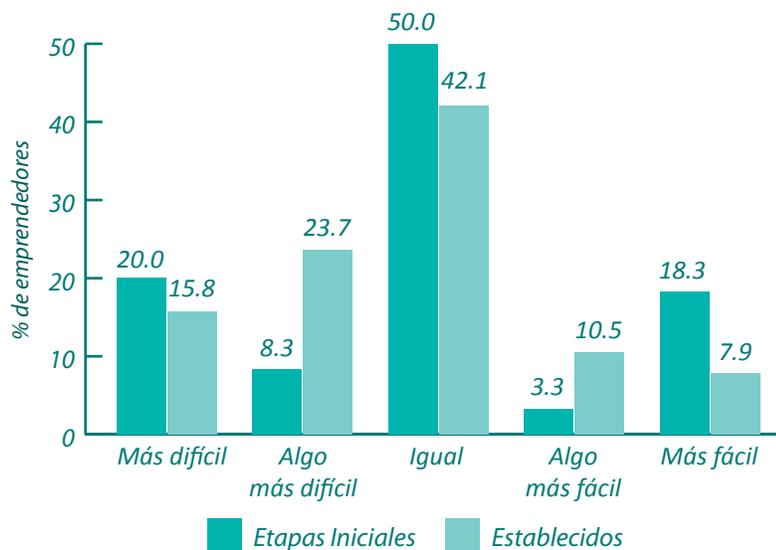
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

Más allá de la crisis económica, otro acontecimiento que marcó la agenda del país fue el terremoto del 27 de febrero (27F) de 2010. El equipo GEM Chile y sus equipos regionales fueron conscientes de que las consecuencias de esa tragedia también afectarían la actividad emprendedora, sobre todo en las regiones donde los efectos del movimiento sísmico y posterior maremoto causaron mayores daños. Por este motivo, se decidió añadir tres preguntas similares a las que se habían hecho sobre crisis económica:

1. Comparando la situación actual con la anterior al terremoto ¿empezar un negocio ahora es más fácil, algo fácil, igual, algo difícil o más difícil?
2. Comparando la situación actual con la anterior al terremoto ¿la expectativa de hacer crecer su negocio ahora es más baja, algo baja, igual, algo alta, más alta?
3. ¿Qué impacto ha tenido el terremoto en las oportunidades de negocio para su empresa?

La figura 32 muestra que para el 50% de los emprendedores en etapas iniciales y el 42,1% de los establecidos la percepción sobre la apertura de un negocio es la misma que antes del terremoto. Sin embargo, menos de un tercio de los emprendedores en las primeras etapas considera que es más difícil o algo más difícil, frente a un 39,5% de los empresarios establecidos. De nuevo, hay más pesimismo entre los empresarios establecidos. Es importante destacar que el alto porcentaje de emprendedores que percibe que no ha habido cambios se justifica por la distancia de la Región de Antofagasta al epicentro del seísmo. Sin duda la percepción no es la misma en los emprendedores localizados en esas zonas o en regiones muy próximas.

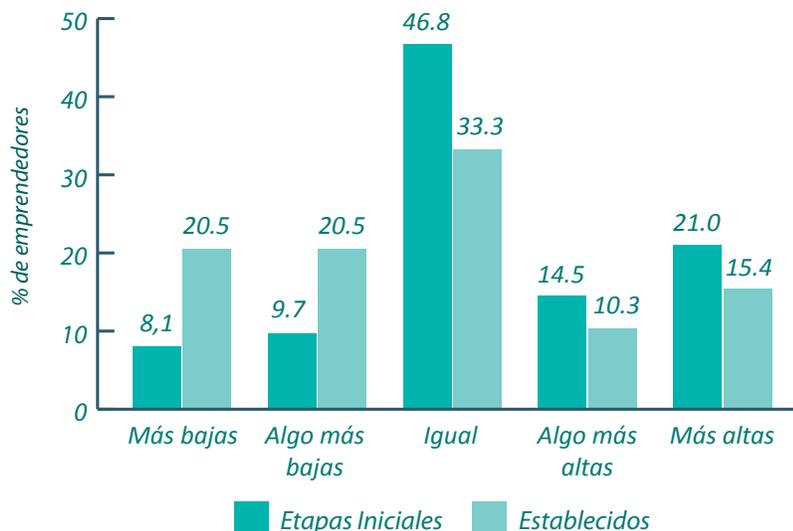
Figura 32. Percepción de los emprendedores post terremoto sobre la apertura de un nuevo negocio.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

Con respecto a las expectativas de crecimiento post terremoto, nuevamente, el pesimismo se manifiesta en los empresarios establecidos. Solo un tercio de ellos manifestó que eran las mismas, sin embargo un 41% describió como algo más bajas y bajas sus expectativas de crecimiento post terremoto y solo un 25% aproximadamente señaló como algo y más altas. Una distribución ligeramente diferente se observó en los emprendedores en etapas iniciales, donde casi un 50% declaró que tiene las mismas expectativas de crecimiento que antes del terremoto y más de un tercio de este grupo tiene las expectativas más altas que antes (figura 33).

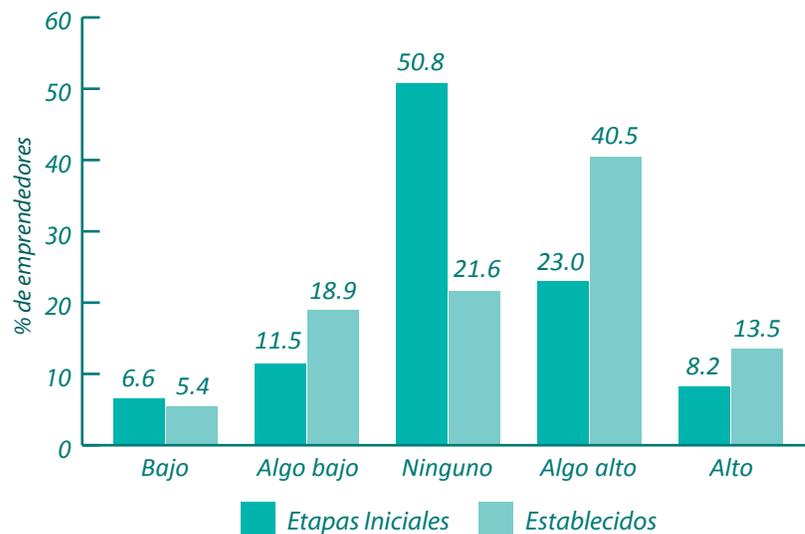
Figura 33. Expectativas de crecimiento post terremoto.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

Con respecto a la tercera pregunta, el gráfico 34 muestra que para un porcentaje ligeramente mayor al 50% de los emprendedores en etapas iniciales no ha habido ningún impacto en las oportunidades de negocios para su empresa. Sin embargo, para un 40,5%, de los emprendedores establecidos, el terremoto ha tenido un impacto algo alto en las oportunidades de negocio para su empresa, lo que evidencia una vez más la percepción “pesimista” de estos emprendedores. Solo un 21,6% de los emprendedores de este grupo declara no percibir ningún impacto en las oportunidades para su negocio.

Figura 34. Impacto del terremoto en las oportunidades de negocio.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

2.5. Las necesidades de financiamiento en la Región de Antofagasta.

Tan importante como conocer las actitudes, actividad y aspiraciones emprendedoras en la Región, es saber cómo los emprendedores, sobre todo los que están partiendo, financian sus necesidades de capital. 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 donde va a iniciar el negocio.

En general, cada nuevo negocio parte con la inversión de los propios emprendedores y la obtenida de las 3F's⁷ (familia, amigos, extraños). A estas 3F's se les denomina también inversionistas informales quienes juegan un papel preponderante en el proceso de iniciación de una empresa. El monto de la inversión informal en un país es uno de los lados de la ecuación del financiamiento de una empresa naciente, el otro lado es el monto de dinero que el emprendedor necesita para iniciar su negocio. Solo a modo de ejemplo, el monto medio de capital necesario para iniciar una empresa en los 42 países que participaron en el estudio del GEM de 2006, es de USD 65.000, aproximadamente unos 34.468.000 pesos⁸ (Bygrave y Quill, 2007).

⁷De sus siglas en inglés Friends, Family and Foolhardy strangers.

⁸Tipo de cambio promedio del dólar observado año 2006: 1 USD = \$530,28 pesos.



En la Región de Antofagasta, los emprendedores nacientes requieren en promedio más de 43 millones pesos (tabla 5). Sin embargo este resultado hay que tomarlo con cautela considerando la amplia dispersión en los montos requeridos que oscilan entre \$200.000 pesos y 800 millones de pesos. Un dato prudente a considerar en estos casos es la mediana. En el caso de la Región de Antofagasta la mediana de las necesidades de financiamiento de los emprendedores nacientes es de 4 millones de pesos. Si comparamos este resultado con el año 2009, se ha mantenido. Lo que sí ha variado son las necesidades mínimas que han disminuido de \$300.000 pesos en 2009 a \$200.000 en 2010. Los montos máximos, sin embargo, han aumentado de 80 a 800 millones de pesos en ese mismo período (tabla 5). Si se compara con el país, en términos de mediana, se puede afirmar que las necesidades de financiamiento en la región son dos veces las del país. Aquí también la dispersión es muy grande. El monto mínimo en el caso de Chile es de 15.000 pesos y el máximo es de \$1.000 millones. La mediana obtenida en el país para el año 2010 es igual a la obtenida en 2009, por lo que no ha habido variaciones en cuanto a las necesidades de financiamiento en dicho período.

**Tabla 5. Necesidades de Capital del emprendedor
naciente para iniciar una empresa.**

Descripción	Chile	Antofagasta
Media	\$24.630.566	\$43.278.788
Mediana	\$2.000.000	\$4.000.000
Moda	\$1.000.000	\$2.000.000
Desviación Típica	\$110.518.225	\$143.764.868
Mínimo	\$15.000	\$200.000
Máximo	\$1.000.000.000	\$800.000.000

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2010.

La encuesta GEM también permite calcular la proporción de emprendedores dispuestos a financiar el total de sus necesidades y la proporción que aportaría el resto. En la Región de Antofagasta, el 43,9% de los emprendedores nacientes se declara dispuesto a financiar el total de sus necesidades para abrir una empresa, y el 56% restante manifiesta que solo puede financiar parte de sus necesidades. En el conjunto de Chile un 46,6% de los emprendedores está dispuesto a autofinanciarse mientras que un 53,4% señala que no está en condiciones de financiar y requerirá financiamiento de terceros.

A los emprendedores nacientes que no disponen del total de recursos para abrir su empresa, se les consultó cómo pensaban financiar la parte restante de sus necesidades de capital. Al respecto, con excepción de los parientes, no hay diferencias significativas en las expectativas de financiamiento entre los emprendedores nacientes de la Región y del país. Es importante destacar que entre las alternativas más mencionadas por los emprendedores cuando se trata de recurrir a financiamiento externo se encuentran la familia cercana, los programas de gobierno y los bancos (ver tabla 6). Cabe destacar, en el caso de Antofagasta, que un 25% de los emprendedores nacientes piensa en sus parientes como fuente de financiamiento, este resultado varía significativamente cuando se analiza el país como un todo, donde los parientes representan una alternativa solo para un 14,5% de emprendedores nacientes.



Tabla 6. Expectativas de los emprendedores nacientes respecto a diferentes fuentes de financiamiento (%).

Fuentes externas de financiamiento	Chile	Antofagasta
Familia cercana	39,2	40,6
Parientes	14,5	25,0
Colegas de Trabajo	15,5	12,5
Extraños	6,7	9,4
Amigos y vecinos	14,5	18,8
Bancos	37,5	37,5
Programas de Gobierno	38,3	40,6
Otros	22,3	18,8

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2010

Es interesante observar, también, que a pesar de que hay evidencia empírica y estudios como el de Atienza, Romaní y Aroca (2006), que muestran que los bancos generalmente conceden créditos a empresarios consolidados que tengan garantías reales y no a aquellos que están partiendo, los emprendedores nacientes piensan en esta alternativa como viable para su financiamiento. Por otro lado, es importante destacar que la distribución tanto en la región como en el país ha cambiado con respecto al año 2009, donde las expectativas de financiamiento recaían en mayor proporción en los programas de gobierno, seguidos por los bancos y luego los familiares cercanos (Romaní y Atienza, 2010)

Los amigos y colegas son mencionados por menos de un 20% de los emprendedores nacientes de la Región y del país. Destaca que, tanto en la Región como en el país, el porcentaje de emprendedores que piensa recurrir a un extraño en busca de financiamiento es menos del 10% (9,4% y 6,7% respectivamente). Esto muestra la desconfianza de los Antofagastinos, y de los chilenos en general, a las personas que no conocen o con las cuales no tienen ningún vínculo.

Los inversionistas informales son una fuente de financiamiento adicional que contribuye de manera significativa en la puesta en marcha de un negocio. La Encuesta a la Población Adulta (APS), permite obtener información sobre estos inversionistas informales al preguntar quién ha invertido durante los últimos tres años algún peso en el negocio de otros. En Antofagasta, el 14,8% de la población adulta ha invertido en negocios de otros en los últimos tres años. Este porcentaje ha aumentado significativamente en comparación con 2009 (8,9%), y está muy por encima del obtenido en 2008 (5,1%) y en 2007 (8,1%). Este resultado es interesante porque muestra que hay más antofagastinos invirtiendo en el negocio de otros, lo que podría ser un resultado del dinamismo de la región y de los ingresos que la población recibe.



Las características de los inversionistas informales de la Región de Antofagasta, en 2010, han variado con respecto al año 2009, en lo que respecta a su situación laboral y el nivel de ingresos. En 2010, además de haber más inversionistas informales por cada 100 adultos, el 45% de ellos es empleado a tiempo completo, y el 40% declara que sus ingresos familiares oscilan entre los \$680.000 y \$1.200.000 pesos, mientras que solo un 20,3% declara tener ingresos superiores a este monto. La edad promedio se ha incrementado de 37 a 40 años, así como el nivel de educación. Un 25,7% declara tener grado universitario o postgrado. Continúa predominando el sexo masculino como porcentaje mayoritario frente al femenino, a pesar de que se ha producido un incremento de la participación de mujeres como inversionistas informales, del 34% al 40% en 2010.

Los inversionistas informales en la región aportan en promedio \$1.861.563 pesos. La variabilidad de sus inversiones es bastante alta, oscilando entre los \$50.000 pesos y los \$15.000.000 pesos (tabla 7). En este caso es mejor considerar la mediana, que es de un millón de pesos. Comparando estos resultados con los obtenidos en 2009, se observa que la mediana de sus aportes se ha incrementado de \$650.000 pesos en 2009 a un millón en 2010, así como el monto mínimo invertido que pasó de \$30.000 pesos a \$50.000 en ese mismo período. Mientras que ha habido una disminución significativa en el monto máximo aportado, \$50 millones de pesos en 2009 frente a \$15 millones en 2010. Este último resultado evidencia la escasa existencia de potenciales inversionistas ángeles en la Región, considerando que estos aportan cantidades superiores o iguales a 15 millones de pesos en el negocio de otras personas⁹.

Tabla 7. Monto de inversión de los Inversionistas Informales.

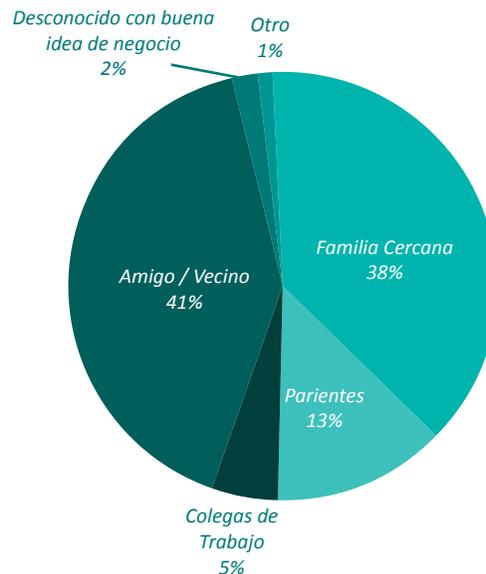
Media	\$1.861.563
Mediana	\$1.000.000
Moda	\$1.000.000
Desviación típica	\$2.647.862
Mínimo	\$50.000
Máximo	\$15.000.000

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región Antofagasta 2010.

Los inversionistas informales en la Región de Antofagasta apoyan básicamente a emprendedores con los que tienen algún vínculo familiar (51%) o de amistad (41%) e invierten en una proporción insignificante en extraños (2%) y colegas de trabajo (5%) (figura 35). Los resultados son similares en el conjunto de Chile donde la mayoría de inversionistas informales orienta su inversión a los familiares más cercanos y parientes (56%) y a los amigos (39%). La inversión en extraños (1%) y colegas de trabajo (4%) es también muy reducida.

⁹Definición utilizada por la red de inversionistas ángeles Southern Angels (www.southernangels.cl)

Figura 35. Vínculo de los inversionistas informales con el emprendedor.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

Además de los inversionistas informales y sin considerar al sistema bancario tradicional, otras fuentes a las que pueden recurrir los emprendedores, dependiendo del grado de innovación de sus productos o servicios son SERCOTEC y CORFO que tienen sus líneas de cofinanciamiento denominadas Capital Semilla.

SERCOTEC lanzó en 2011, el Nuevo Capital Semilla en sus versiones Empresa y Emprendimiento. Se trata de un fondo concursable que busca promover y apoyar la generación de nuevas iniciativas de negocio, a través de procesos de formación y asesoría para el emprendimiento y de incentivos a la inversión inicial del negocio. Las postulaciones generalmente cierran en marzo y los requisitos para postulación en cada caso se encuentran en la página web de esa institución (www.sercotec.cl).

En la línea del financiamiento al emprendimiento innovador, destaca el capital semilla de Innova Chile¹⁰ de CORFO. Se trata de un subsidio que apoya el despegue y puesta en marcha de proyectos de negocio innovadores con expectativas de alto crecimiento. Cubre hasta 80% del monto total del proyecto, con un tope máximo de \$6 millones. El postulante deberá aportar al menos 20% del costo total de las actividades. En ese aporte deberá incluirse al menos \$750.000 en dinero. La postulación se realiza a través de un patrocinador¹¹ durante los 10 primeros días de cada mes.

Siguiendo con las alternativas financiamiento para el emprendimiento innovador, están las redes de inversionistas ángeles. El desarrollo de estas redes es todavía incipiente en el país (Romaní, Atienza y Amorós, 2009). Hoy en día, existen seis redes de inversionistas ángeles en Chile, cinco de las cuales tienen sede en Santiago y solo una en regiones. Se trata de Angeles del Sur en la Región del Bío Bío, la primera red regional de inversionistas ángeles, creada en 2008. La creación de una red de inversionistas en la región es un desafío pendiente en Antofagasta.

¹⁰ Mayores detalles visitar www.corfo.cl.

¹¹ Las incubadoras son patrocinadoras de capital semilla. En la Región de Antofagasta existe una Incubadora con sede en Antofagasta y Calama. Para más detalles visitar: www.incuba2.cl.



Por otro lado, los Fondos de Inversión, que podrían ser otra alternativa de financiamiento para los emprendedores, no invierten en etapas tempranas del negocio sino en etapas posteriores, cuando el negocio ya pasó el punto de equilibrio. Al igual que en el caso de las redes de ángeles, los fondos existentes, están localizados en Santiago y sus volúmenes de inversión superan las necesidades iniciales del emprendedor, por lo que invertir montos menores no justifica el costo operacional del Fondo (Romaní, Atienza y Amorós, 2009).

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 innovador en su etapa inicial. Urge construir cada uno de estos eslabones para que la región disponga de la cadena completa de financiamiento para el emprendimiento innovador que en este momento solo llega a los cofinanciamientos que ofrece CORFO a través de su línea de Capital Semilla.



3. Resultados de la Encuesta a los Expertos.

3.1. Descripción de la Encuesta a Expertos.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Para la evaluación de cada una de estas dimensiones, se utiliza una encuesta estandarizada, denominada National Expert Survey (NES), aplicada a expertos nacionales y regionales. En Antofagasta, el grupo de expertos estuvo formado por 45 empresarios y profesionales de diversos ámbitos relacionados con la creación de empresas, de los cuales 40 respondieron el cuestionario regional y 5 el nacional. Se realizó un muestreo selectivo con al menos cuatro especialistas de cada una de las nueve dimensiones del entorno emprendedor. La encuesta consta de 97 preguntas agrupadas en 18 categorías cuyas respuestas son escalas de likert de cinco puntos, más 9 preguntas abiertas agrupadas en 3 categorías. A efectos de facilitar una comprensión más intuitiva de los resultados, se utiliza el mismo criterio empleado por el GEM Chile, convirtiendo la escala original en un índice continuo para cada dimensión que fluctúa entre -2 (muy bajo) y +2 (muy alto) según los siguientes rangos:

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

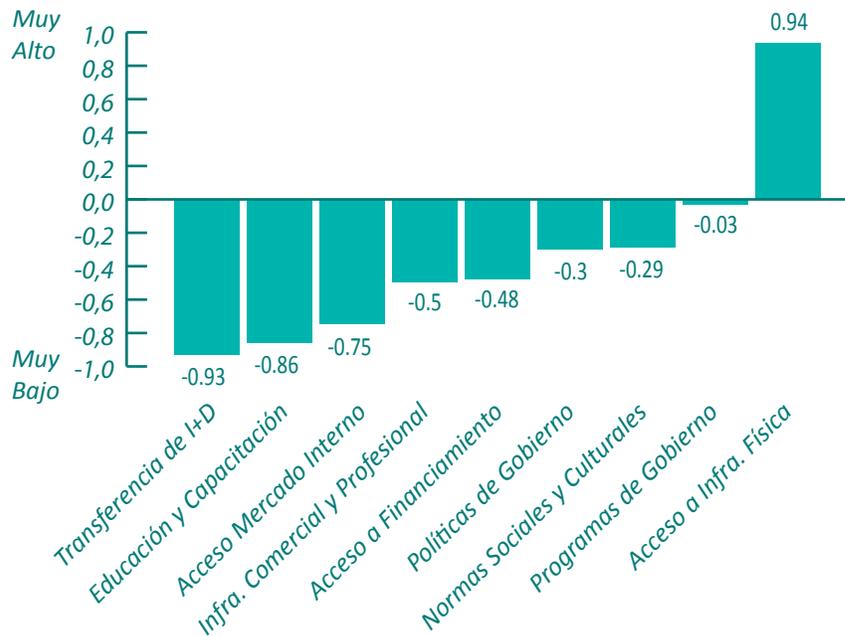
Esta forma de mostrar el índice de cada dimensión permite distinguir más fácilmente su aporte en el contexto local. Así también se hace una conversión dentro de cada dimensión, donde adicionalmente se excluyen las respuestas que no muestran preferencia. Solo se registran las opiniones de acuerdo (respuestas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

A continuación, se presenta un análisis general de la evaluación que los expertos de la Región de Antofagasta han hecho sobre 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 2010, se desprende que la Región de Antofagasta por cuarto año consecutivo continúa sin ser un "espacio" favorable para el desarrollo del emprendimiento (figura 36), resultado 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 (0,94), las demás dimensiones del contexto emprendedor regional han recibido una evaluación negativa, siendo la más baja la Transferencia de I+D (-0,93), seguida por la Educación y Capacitación (-0,86) y la Apertura al Mercado (-0,75). La dimensión Programas de Gobierno es la que ha tenido una valoración menos negativa, casi cercana a cero. Pese a que persiste una valoración desfavorable del contexto emprendedor por parte de los expertos, estos resultados, comparados con los obtenidos los años anteriores (2007, 2008 y 2009), son menos negativos en la mayoría de las dimensiones (figura 37).

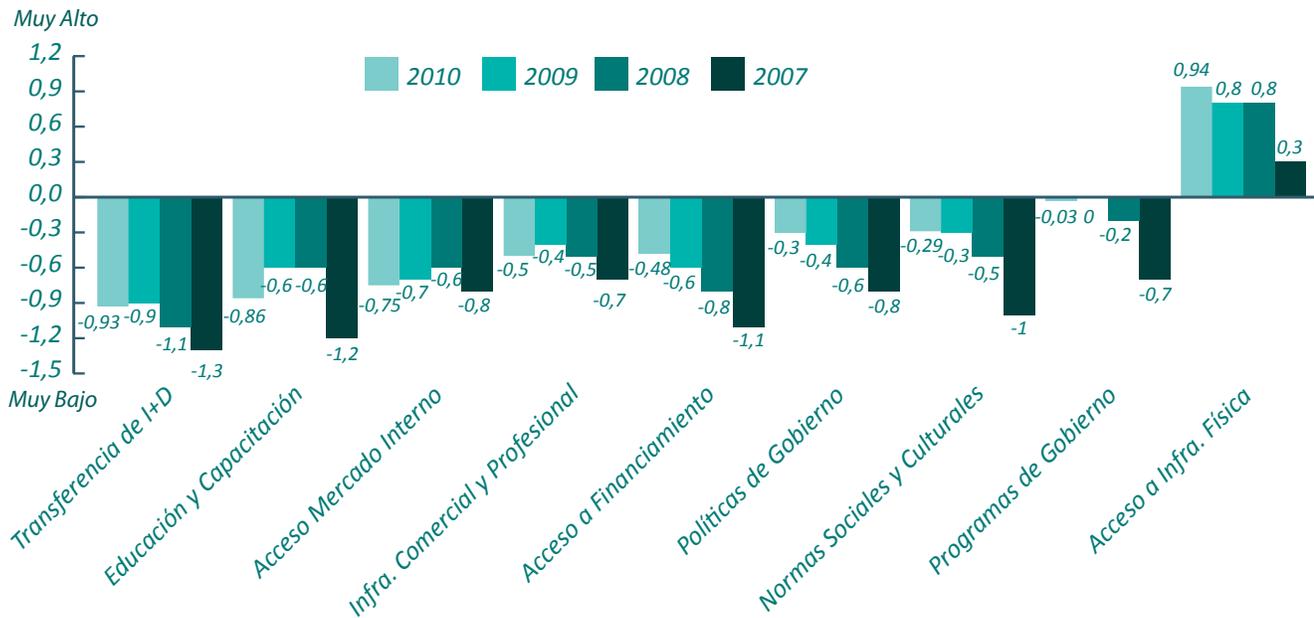
Figura 36. Evaluación del Contexto Emprendedor en la Región de Antofagasta 2010.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

La valoración del contexto emprendedor ha mejorado en todas las dimensiones con respecto al año 2007 y en la mayoría de ellas con respecto a los años 2008 y 2009. Las excepciones con respecto al año 2009, están relacionadas con Educación y Capacitación, Acceso a Mercado Interno e Infraestructura Comercial y Profesional (figura 37). Es importante mencionar que la Transferencia de I+D continúa siendo por cuarto año consecutivo la dimensión peor evaluada por parte de los expertos. En 2007, tuvo una valoración crítica (-1,3), mientras que en 2010 fue baja (-0,93). En contraste, los Programas de Gobierno, las Políticas de Gobierno, el Acceso a Financiamiento y las Normas Sociales y Culturales, destacan como las dimensiones que han experimentado la mayor mejora en su evaluación en los cuatro últimos años, pasando de una valoración baja (-0,7), (-0,8), (-1,1), (-1) en 2007 a una valoración media (-0,03), (-0,3), (-0,5), (-0,3) en 2010 respectivamente. Parece que el esfuerzo realizado por el gobierno al implementar diversos programas de apoyo, así como el diseño de políticas en torno al emprendimiento ha sido percibido por los expertos, reflejándose en la valoración. Por otro lado, la dimensión que por cuarto año consecutivo continúa teniendo una valoración cada vez más favorable es el Acceso a Infraestructura Física, que en 2010 obtuvo una valoración alta (0,9). También, es importante destacar que Educación y Capacitación es la dimensión que más ha bajado en valoración por parte de los expertos en el año 2010 obteniendo un -0,9 versus un -0,6 en 2009 (figura 37).

Figura 37. Evaluación del Contexto Emprendedor regional en los últimos cuatro años.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

Si se compara la evaluación realizada por los expertos regionales y los nacionales, se observa que son bastante próximas, siendo ligeramente más crítica la evaluación realizada sobre el contexto nacional en algunas dimensiones, como por ejemplo: Transferencia de I+D, Acceso a Financiamiento, Políticas de Gobierno, Normas Sociales y Culturales y Programas de Gobierno, sobre todo la última que fue valorada con -0,4 en tanto que en la Región obtuvo una valoración de -0,03 (figura 38). La infraestructura física es la dimensión que ha sido mejor evaluada por ambos grupos (0,9 y 1,0 respectivamente en una escala de -2 = crítico a +2= muy bueno)



Figura 38. Evaluación del contexto emprendedor en la Región y en Chile en 2010.



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2010.

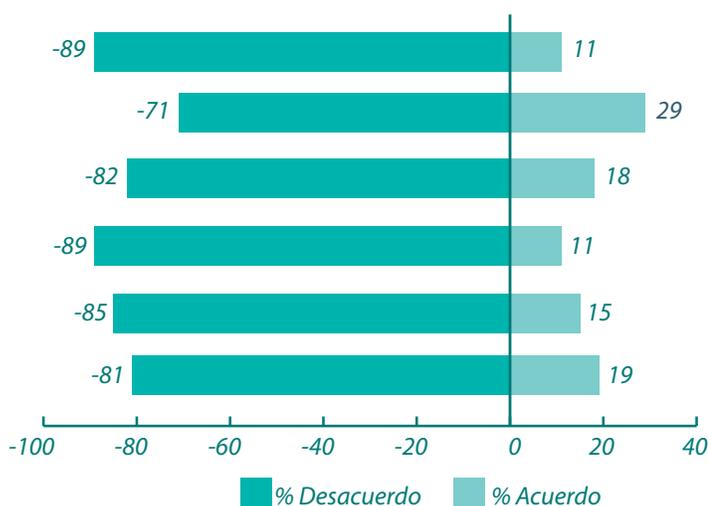
3.3. Evaluación de las Dimensiones del Contexto Emprendedor

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: -0,93)*

Esta dimensión es la que ha recibido la evaluación más baja y no ha mejorado respecto al año 2009, cuando fue de -0,9. La mayoría de los expertos coincide en que falta apoyo para que los científicos puedan comercializar sus ideas, igualmente consideran que los subsidios del gobierno no son adecuados para que las nuevas empresas puedan adquirir nueva tecnología y las nuevas empresas no pueden financiarlos. Por otro lado, también consideran que las empresas nuevas no tienen el mismo acceso a las nuevas tecnologías que las grandes empresas. Más del 80% de los expertos regionales percibe que no hay transferencia de las universidades y centros de investigación hacia las empresas nuevas (figura 39).

Figura 39. Evaluación de la Transferencia de I+D.



En mi Región Existe un buen apoyo para que ingenieros y científicos puedan llegar a comercializar sus ideas a través de empresas nuevas y crecimiento.

En mi Región la base científico y tecnológica apoya eficazmente, en al menos un área, la creación de empresas de tecnología capaces de competir eficazmente a nivel mundial.

En mi Región existen subsidios gubernamentales adecuados para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir nueva tecnología.

En mi Región las empresas nuevas y en crecimiento pueden financiar la adquisición de la última tecnología disponible

En mi Región las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas tecnologías y la investigación que las grandes empresas ya establecidas.

En mi Región las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos son eficazmente transferidos desde las universidades y centros de investigación públicos hacia las nuevas empresas y en crecimiento.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

Con respecto al año 2009, casi todas las subdimensiones han tenido una valoración parecida, destacando mayoritariamente el porcentaje de desacuerdo frente al de acuerdo. Los expertos en el país han realizado una evaluación muy similar e incluso ligeramente más negativa en todas las subdimensiones (Amorós y Poblete, 2011).

A pesar de la percepción negativa de los expertos, sobre la mayoría de los componentes de la Transferencia de I+D, es conveniente destacar algunos avances logrados por la Región los últimos años. Como se mencionó en el Informe GEM 2009, en el año 2007 se creó la Agencia Regional de Desarrollo Productivo; al año siguiente, se formó el Subcomité de Innovación con el fin de elaborar la denominada Agenda Regional de Innovación. Esta agenda es un documento que marca un hito en materia de innovación regional, cuyo periodo de aplicación venció en 2010. Es así como la región ya ha comenzado a caminar rumbo al desarrollo productivo basado en la innovación, la ciencia y la tecnología, fortaleciendo áreas como el Turismo de Intereses Especiales, la Acuicultura y Pesca, los Servicios Especializados a la Minería y la Minería de Pequeña y Mediana Escala. Además, están surgiendo nuevos sectores que también requieren atención como las Energías Renovables no Convencionales, la utilización eficiente de los recursos hídricos, la Astronomía y la Agricultura (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 FIC-R 2010-2011 ascendió a \$3.152 millones de pesos, un 11,4% más que el año anterior y fue distribuido de la siguiente manera¹²: Innova Chile y CORFO (51%), CONICYT (17%), Universidades regionales (29%), Fundación para la Innovación Agraria (36%) y Biotecnor (2,5%). Estos recursos canalizados por líneas de trabajo se componen en

¹² Información entregada por la Agencia Regional de Desarrollo Productivo, Región de Antofagasta.



Innovación (10%), Capital Humano (19%), I+D (61%) y Emprendimiento (10%). Comparada con el año 2009, la distribución por líneas no ha sufrido mayores cambios, destacando un ligero incremento en I+D y una disminución importante en la línea Emprendimiento, del 58% al 61% y del 15% al 10% respectivamente.

Por otro lado, la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo del Ministerio del Interior (SUBDERE), en el año 2010, postuló a fondos de la Unión Europea a través de la Agencia Gubernamental de Cooperación Internacional, para la creación de Estrategias Regionales de Innovación, para ello se debían escoger tres regiones piloto, siendo una de ellas la Región de Antofagasta, elegida por sus buenas prácticas y experiencia en gestión de la innovación. El proyecto partió en diciembre de 2010 y tiene fecha de término en julio de 2012, donde se presentará la propuesta de Estrategia Regional de Innovación para 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 181 en 2009 a 205 en 2010, un incremento del 13,3% en un año. Ha habido también un incremento en el número de recursos humanos avanzados, pasando de 140 académicos con grado de doctor en el año 2008 a 148 en 2009 y a 152 en 2010.

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 cinco por ciento de estas empresas ha realizado algún tipo de acuerdo con las Universidades y Centros de Investigación de la Región, lo cual conduce a que las Pymes casi no consideren a las universidades regionales como fuente de ideas para innovar. Pese a ello, es importante destacar la labor realizada por la 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 establecer una vinculación directa y efectiva entre los estudiantes y académicos universitarios y las necesidades y realidades de las empresas locales. A la fecha, se ha unido a este esfuerzo la Asociación de Industriales de Antofagasta (AIA). El programa tiene tres ejes de trabajo: Vinculación Estudiantil en las Empresas; Competencias a Futuros Profesionales; y Transferencia Tecnológica. Cada uno de estos ejes tiene sus propios objetivos y participan académicos, empresarios y estudiantes. En 2010 participaron en el programa 1030 estudiantes de ambas universidades de 29 carreras y/o departamentos y 95 académicos. Igualmente colaboraron 153 empresarios de 74 empresas diferentes. Solo en el eje de vinculación estudiantil con las empresas, participaron 21 estudiantes en 17 empresas, desarrollando proyectos relacionados con la mejora de procesos, nuevos negocios e innovación¹³. Para mayores detalles, ver el Informe de Resultados PVUE 2010 y visitar la página www.pvue.cl.

¹³ Información recogida de la Corporación para el Desarrollo Productivo CDP, Región de Antofagasta.



Asimismo, es importante mencionar el Programa de Innovación UCN-Pymes, creado en 2009 por la Universidad Católica del Norte. Este tiene como objetivo vincular activamente al menos a quince Pymes de la Región con la Universidad, a través de la asesoría en la formulación de proyectos que posean algún grado de innovación. Cuenta con el financiamiento del FIC Regional y es gestionado por la CDP. En su versión 2010-2011 participan cinco carreras (Ingeniería Civil, Ingeniería Civil Industrial, Ingeniería Comercial, Ingeniería en Construcción, Licenciatura en Química), 22 estudiantes y 11 profesores que están asesorando 15 proyectos: 11 en Antofagasta, 2 en Calama y 2 en Mejillones. Estos proyectos abarcan temáticas como nuevas combinaciones tecnológicas o procesos existentes (2), tecnologías y procesos innovadores, eficiencia energética (2), nuevos métodos de suministro y procesos de apoyo (2), diversificación productiva (4), nuevos emprendimientos (2) y nuevas tecnologías (2).

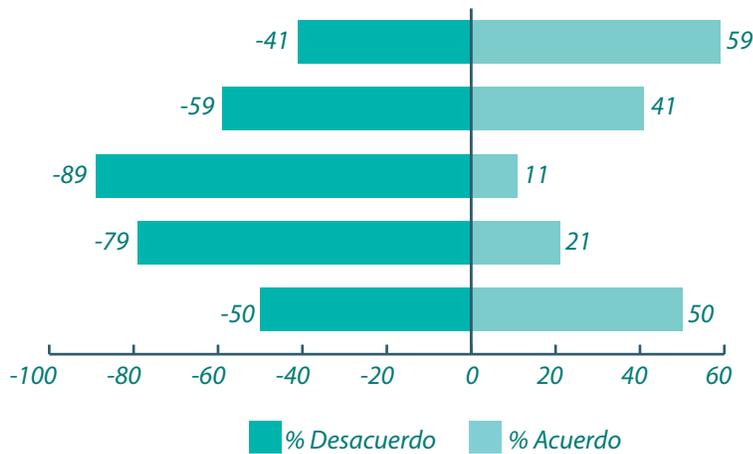
En paralelo a estos esfuerzos, algunas facultades de las Universidades regionales tienen acuerdos específicos con varias empresas con el mismo objetivo. Sin duda, se trata de iniciativas que requieren avanzar hacia acuerdos más complejos que incrementen la relación entre los centros académicos de investigación y el mundo empresarial, así como la transferencia de conocimiento desde las grandes empresas hacia las empresas nacientes y en crecimiento. Un proyecto que se espera contribuya a que se materialice la transferencia tecnológica entre empresas grandes y nuevas empresas es el Polo Científico Tecnológico de la Región de Antofagasta (PC&T-RA).

La percepción de los expertos sobre la falta de subsidios gubernamentales adecuados para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir nueva tecnología y la incapacidad de acceder a financiamiento para la adquisición de la última tecnología disponible, es generalizada. Es importante destacar que en 2010 ha habido toda una reestructuración de las líneas ofrecidas por Innova Chile de CORFO, eliminándose algunas y creándose otras como la de incentivo tributario a la inversión en I+D, pre inversión para I+D asociativa internacional, bienes públicos para la competitividad, entre otras¹⁴. Se espera que estas líneas contribuyan en el mediano plazo a mejorar la transferencia de I+D en la Región.

La transferencia de conocimiento está directamente relacionada con la protección de la propiedad intelectual. Al respecto, un 60% 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 casi el 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 40). Según 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.

¹⁴ Para mayores detalles visitar www.corfo.cl.

Figura 40. Protección a la propiedad intelectual.



En mi Región es ampliamente aceptado que los derechos de propiedad intelectual de los inventores, sobre sus propios inventos, deben ser respetados.

En mi Región las empresas nuevas y en crecimiento pueden confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.

En mi Región las ventas ilegales de versiones "piratas" de software, video, CD, u otros productos protegidos por derecho de autor o marcas registradas, son pequeñas.

En mi Región la legislación de derechos de propiedad intelectual es rigurosamente aplicada.

En mi Región la legislación de derechos de propiedad intelectual cubre todos los aspectos necesarios (derechos de autos, patentes, marcas registradas, etc.).

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

De acuerdo a la declaración del representante de la OTRI Chile en la Región de Antofagasta, aún cuando durante el año 2010, en la región se han continuado desarrollando acciones de promoción y divulgación del registro y uso de la propiedad industrial (PI), no se visualiza un trabajo sistemático y permanente al respecto. Esto ha significado que, a pesar de iniciativas como el programa "Fortalecimiento de capacidades en materia de Propiedad Industrial", impulsada por INAPI, REUNA y CONICYT, y el seminario de propiedad industrial organizado por el Programa Territorial Integrado (PTI) y la Asociación de Industriales de Antofagasta (AIA), existe aún desconocimiento generalizado, respecto de la propiedad industrial, su legislación y los instrumentos disponibles para protegerla y, especialmente, sobre la relevancia de gestionarla y su potencial impacto económico.

A esta falta de conocimiento sobre el sistema de propiedad intelectual, hay que agregar la falta de conocimiento especializado para gestionar distintos aspectos vinculados con la gestión de derechos de propiedad intelectual, existiendo un déficit de profesionales preparados en áreas como valorización de tecnologías, licencias y contratos de investigación, entre otros. Además, los sistemas de información disponibles son insuficientes en términos de confiabilidad de manera que, las cifras para analizar la propiedad intelectual en Chile en general, y en la región en particular, son limitados y afectan la disponibilidad de diagnósticos precisos y la capacidad para diseñar estrategias.

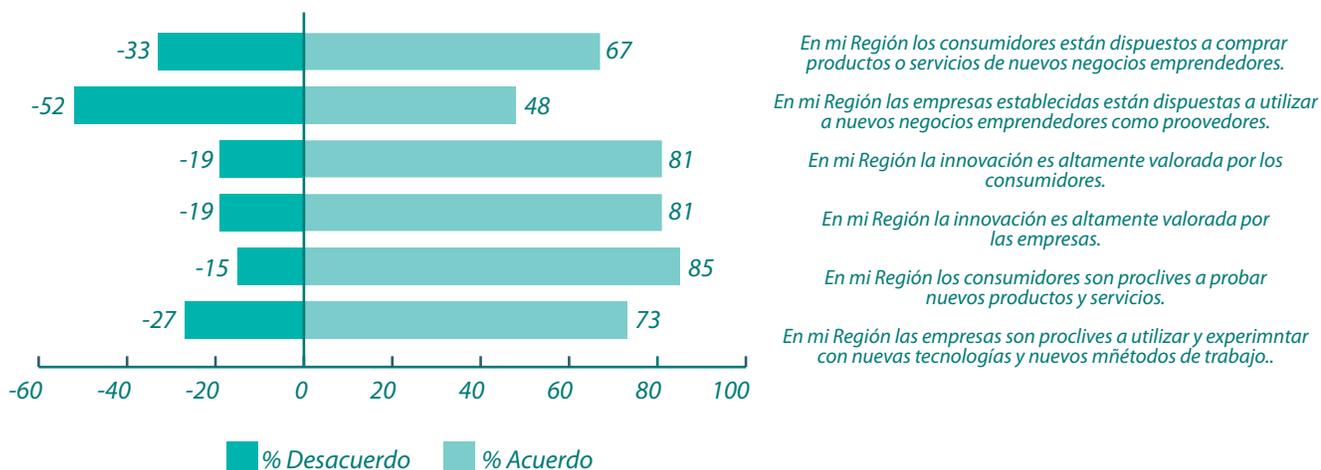
A partir del año 2005, fecha en que la Universidad Católica del Norte, como socio integrante de OTRI CHILE S.A., empieza sus actividades en el otorgamiento de los privilegios industriales y la protección de los derechos de propiedad industrial en Antofagasta, se ha mantenido una cartera anual de alrededor de treinta inventos susceptibles de protección industrial. Hasta estos momentos, se han presentado 21 solicitudes de patentes, 13 en Chile y 8 en el extranjero. De estas solicitudes, se han concedido 4 patentes, 2 en Chile y 2 en el extranjero. Y, además, 13 solicitudes se encuentran en etapa de redacción. Del conjunto de 34 solicitudes presentadas o en redacción, 25 corresponden a investigadores de la UCN y 9 a inventores de Pymes o independientes, en las cuales la UCN tiene algún grado de participación, ya sea en la propiedad de la patente o en su comercialización.

En el año 2010 se presentaron dos solicitudes internacionales de patentes vía PCT (Tratado de Cooperación en Materias de Patentes). El primer caso corresponde a un investigador de la UCN y el segundo a una participación de la UCN en una patente de una Pyme, la cual ya se encuentra con notificación de los Informes de Búsqueda Internacional y Opinión Escrita emitidos por la USPTO (USA).

En el ámbito de la divulgación, la UCN participó activamente en el programa “Fortalecimiento de capacidades en materias de Propiedad Industrial”, actuando en dos oportunidades como nodo focal. El programa, diseñado en 9 módulos, se realizó entre los meses de abril a diciembre y fue dirigido a investigadores universitarios, investigadores de centros regionales de Desarrollo Científico y Tecnológico, y profesionales universitarios. La metodología de implementación del programa consideró la utilización de la red tecnológica y de colaboración de REUNA, para la transmisión por videoconferencia y online, de cada uno de los talleres.

Con respecto a la Innovación, existe consenso entre la mayoría de los expertos sobre la valoración de la innovación por parte de las empresas y los consumidores, y que tanto a las primeras como a los segundos les gusta experimentar productos o servicios nuevos (figura 41). Sin embargo el 33% considera que a pesar de que los consumidores son proclives a utilizar nuevas tecnologías, no están dispuestos a comprar productos de nuevos negocios y un 52% cree que las empresas establecidas no están dispuestas a contratar como proveedores a empresas nuevas. Esto refleja la desconfianza de las empresas regionales a las nuevas empresas y a su capacidad para innovar lo que puede traducirse en un obstáculo.

Figura 41. Evaluación de la Innovación.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.



3.3.2. Educación y Capacitación para el emprendimiento (Evaluación: -0,86)

La dimensión Educación y Capacitación para el emprendimiento, también obtuvo una de las valoraciones más bajas (-0,86), menor a la obtenida el año 2009. Lo mismo ocurrió con la evaluación de los expertos nacionales, que fue ligeramente más dura (-0,88) (figura 38).

Esta dimensión es evaluada en cinco niveles:

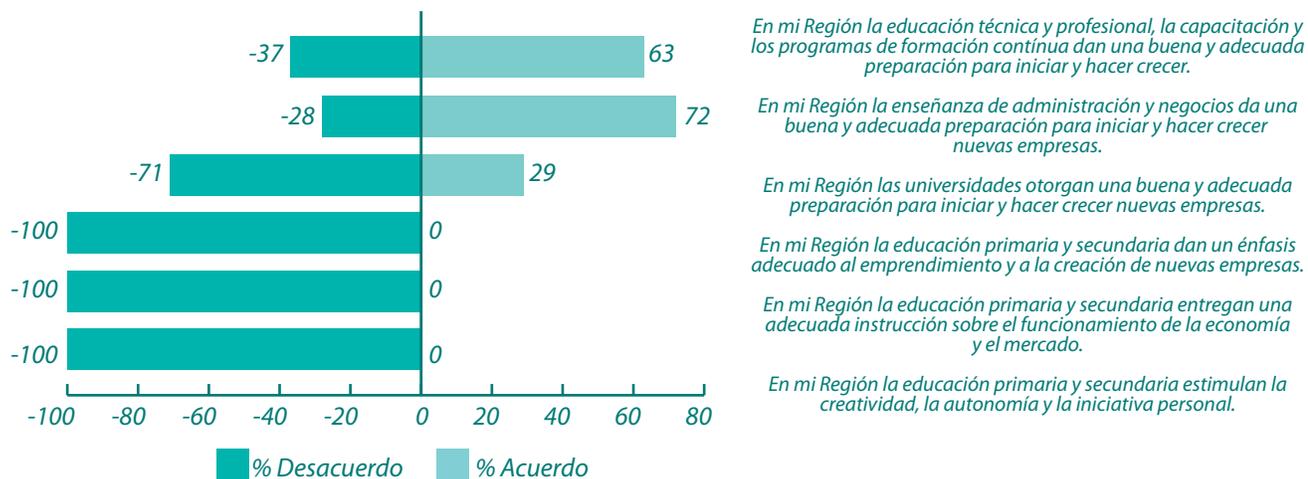
- Educación primaria.
- Educación secundaria.
- Educación técnico profesional y programas de capacitación.
- Educación universitaria.
- Facultades de negocios de las Universidades.

La mayoría de los expertos de la Región de Antofagasta han sido muy duros en su valoración de la educación básica (primaria y secundaria). En su opinión, en estos centros educativos no se valora el emprendimiento y no se están incorporando los conocimientos, técnicas y habilidades necesarias para la creación de empresas nuevas. Los expertos entrevistados consideran que la educación que se está entregando en los colegios no es apropiada para fomentar el emprendimiento (figura 42). Sin embargo, se sabe que existen Colegios como el San Esteban, The Giant School, don Bosco entre otros, que se caracterizan por implementar programas relacionados con el desarrollo de la capacidad emprendedora de sus estudiantes. Estas iniciativas son, sin embargo, todavía aisladas, y, al parecer, no son percibidas como la norma general por los expertos regionales.

Por otro lado, un porcentaje importante de expertos (más del 70%) considera que las Universidades, en general, no preparan adecuadamente ni incentivan a los estudiantes para la creación de empresas. Sin duda, este es un tema que requiere de una mayor toma de conciencia por parte 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, de manera que el emprendimiento sea transversal a todas las carreras.

A pesar de la evaluación negativa de algunos componentes de esta dimensión, también hay valoraciones bastante positivas. Uno de los niveles mejor evaluados está relacionado con la formación que brindan las facultades de negocios en las Universidades. Más del 70% de los expertos consideran que estas facultades proporcionan una adecuada preparación para iniciar y hacer crecer una empresa. Asimismo, más del 60% de los expertos considera que la educación técnica/profesional, la capacitación y los programas de formación continua también dan una buena y adecuada preparación para aquellos que quieren iniciar o hacer crecer su empresa. Sin embargo, menos de un tercio de los expertos considera que las universidades otorgan una buena preparación para iniciar y hacer crecer una empresa. Comparando con la evaluación realizada por los expertos nacionales en cada una de las subdimensiones, no se observan diferencias significativas a las realizadas por los expertos regionales.

Figura 42. Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento.



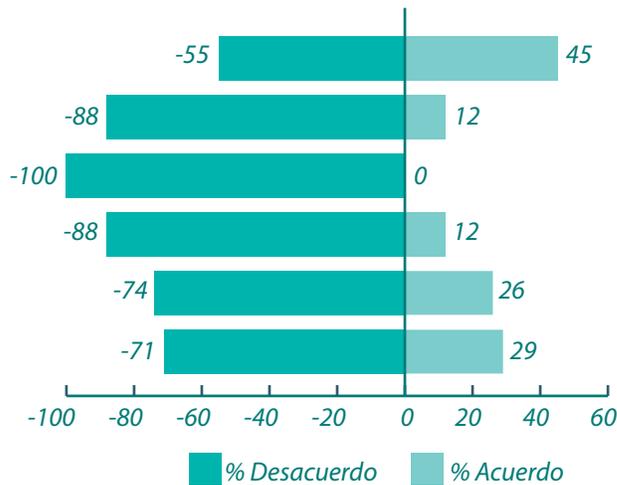
Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

3.3.3. Apertura del Mercado Interno (Evaluación: -0,75)

El concepto de "Acceso a Mercados", según la literatura de economía industrial, se refiere a las condiciones de competencia en los mercados, y, en especial, a las barreras impuestas al ingreso de nuevas empresas, ya sea por la conducta estratégica de las empresas existentes o por la estructura del mercado. Esta dimensión, ha sido la tercera peor valorada por los expertos regionales en 2010 después de la Educación y Capacitación.

La valoración de los expertos fue ligeramente más negativa (-0,75) que en 2009 (-0,7). En todos los componentes de esta dimensión, la mayoría de los expertos manifestó su desacuerdo (figura 43), principalmente en lo que respecta a los costos asociados a la apertura de nuevas empresas, donde fue unánime. Es importante destacar que, en 2010, se produjo el cambio de Gobierno y el nuevo presidente aseguró la disminución del tiempo requerido para la apertura de una nueva empresa de 27 días a 8 días en el plazo de un año, así como el costo de iniciación de actividades.

Figura 43. Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes.



En mi Región la legislación antimonopolios es efectiva y bien aplicada.

En mi Región las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar al mercado sin ser indebidamente obstaculizadas por las empresas ya establecidas.

En mi Región las empresas nuevas y en crecimiento no tienen problemas para financiar los costos de entrar a un mercado.

En mi Región las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente a nuevos mercados.

En mi Región los mercados de bienes y servicios destinados a empresas cambian notoriamente de un año a otro.

En mi Región los mercados y bienes y servicios destinados a consumidores finales cambian notoriamente de un año a otro.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

De acuerdo al Doing Business 2011 del Banco Mundial (2011), en lo que respecta a la facilidad de hacer negocios, Chile pasó del lugar 53 al 43, fundamentalmente por implementar dos reformas al sistema de regulación empresarial: facilitó la apertura de una empresa, mediante la puesta en marcha de un sistema en línea de registro y presentación de solicitudes para publicar la inscripción, y con la modificación de la ley de mercados de valores, fortaleció la protección de inversionistas al imponer mayor divulgación de información corporativa y regular la autorización de transacciones entre partes vinculadas.

A la fecha, en el país, se requiere de ocho pasos para la apertura de un nuevo negocio, un tiempo promedio de 22 días, con un costo del 6,8% del ingreso per cápita. Si bien estos resultados son mejores que en el promedio de los países de América Latina y el Caribe, están ligeramente por encima de la media de los países de la OECD, donde se necesitan solo seis pasos para abrir una empresa, el tiempo promedio es de 14 días y el costo de un 5,3% del ingreso per cápita (Banco Mundial, 2011). Se espera que el país consiga en el corto plazo igualar la media de países de la OECD en este aspecto.

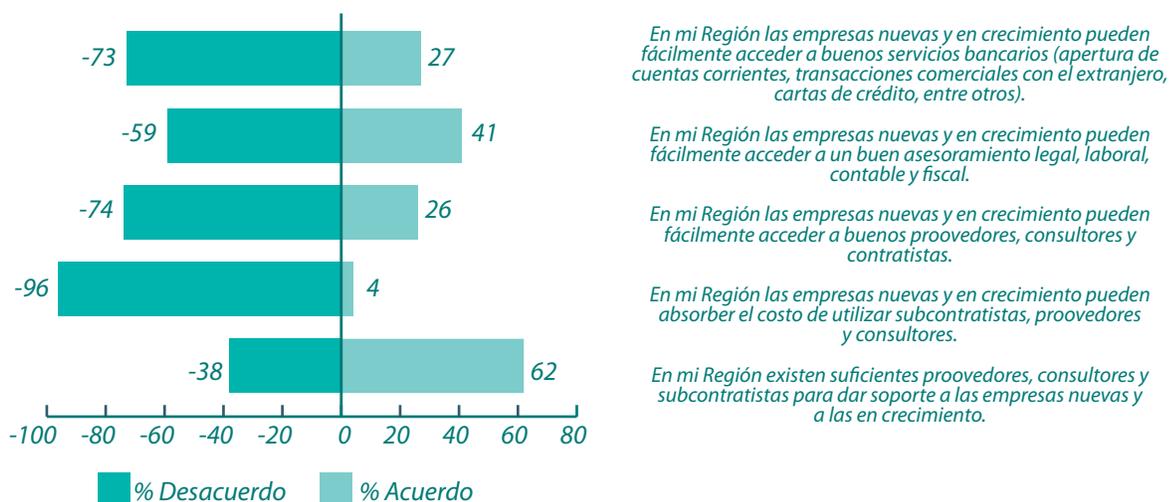
Por otro lado, la mayoría de los expertos aun considera que las empresas nuevas no pueden entrar fácilmente a nuevos mercados y son obstaculizadas por las empresas establecidas. Igualmente, perciben que los mercados de bienes y servicios destinados a empresas y a consumidores cambian notoriamente de un año a otro (figura 43).

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

La evaluación de esta dimensión del contexto emprendedor ha disminuido ligeramente con respecto al año anterior (-0,4). Sigue siendo negativa y muy próxima a la evaluación del país (-0,54). El resultado más crítico se relaciona con el costo de utilizar a los subcontratistas, proveedores y consultores. Para el 96% de los expertos regionales, las empresas nuevas y en crecimiento no son capaces de afrontar estos costos. Pero no solamente es el costo, sino también la escasa mano de obra calificada existente en la Región y, si a esto se le agrega la dificultad de acceder a buenos servicios bancarios, la evaluación resulta crítica (figura 44). En toda esta dimensión y en especial en sus componentes referidos a la cantidad y calidad de los servicios, las diferencias con respecto al país no son muy significativas. Esto refleja la dificultad de acceder a servicios profesionales especializados no solo en la Región sino también a lo largo de Chile. Esta percepción pone en primer plano la necesidad de promover proyectos que fortalezcan y diversifiquen la oferta de estos servicios avanzados. En la Región, existen varias instituciones orientadas a fortalecer dicha oferta, entre ellas destaca el CEDUC de la UCN y el CEIM escuela de oficios, entre otros. Por otro lado, se debe destacar también que con el programa nacional de becas Chile Bicentenario, aumentará a medio y largo plazo la oferta de recursos humanos especializados en la Región.

A pesar de la valoración negativa en casi todos los niveles de esta dimensión, un 62% de los expertos regionales considera que hay suficiente personal calificado para apoyar la gestión de las empresas nuevas y en crecimiento. Esta percepción ha aumentado en proporción con respecto al año pasado mientras que en el país ha disminuido ligeramente del 53% al 52% en el mismo período.

Figura 44. Evaluación de la infraestructura comercial y legal.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.



3.3.5. Acceso al Financiamiento (Evaluación: -0,48)

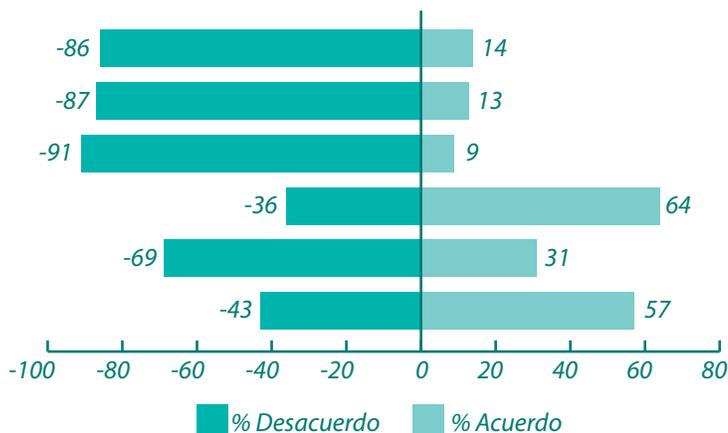
La evaluación que los expertos regionales han hecho de esta dimensión ha sido menos negativa que el año pasado (-0,6). Comparando con los años anteriores, es la dimensión que ha evolucionado más favorablemente desde 2007 (figura 37). Sin embargo, para los expertos nacionales, esta dimensión ha sido ligeramente más negativa (-0,6) que el año anterior (0,56). Se observan diferencias significativas en la percepción de los subsidios gubernamentales destinados a las nuevas empresas y a la existencia de fuentes de capital para financiar a empresas nuevas, donde la percepción positiva de los expertos regionales supera a los nacionales en diez puntos porcentuales (64% frente a 54% y 57% frente a 47% respectivamente).

En esta dimensión continúan destacando por su valoración negativa, las fuentes no tradicionales de financiamiento, tales como la apertura bursátil para empresas nuevas o en crecimiento, así como los Fondos de Capital de Riesgo y los inversionistas privados, denominados también inversionistas ángeles (entendidos como personas que invierten desde un peso en el negocio de otra persona con quien no tiene ningún tipo de vínculo), que no están presentes en la Región.

Aunque existen más de 20 Fondos de Capital de Riesgo en Chile y seis redes de inversionistas ángeles, ninguno tiene sede en la Región de Antofagasta (Romaní, Atienza y Amorós, 2009). Este elevado grado de centralización del sistema financiero en el país, sin duda influye en la percepción de los expertos. Si bien los emprendedores pueden ponerse en contacto on line con dichas fuentes, no es lo mismo que si éstas estuvieran localizadas en la Región. Esta situación pone de manifiesto, como ya se mencionó en informes pasados, la urgencia de trabajar en la formación, vinculación y fortalecimiento de cada uno de los eslabones que constituye la cadena del financiamiento para el emprendimiento innovador, desde la creación de una red de inversionistas privados que estén dispuestos a colocar sus recursos, experiencia y redes de contacto en emprendimientos que se generen en la macro zona norte del país, hasta la creación de un fondo de capital de riesgo capaz de apalancar las necesidades de aquellos emprendimientos con fuerte potencial de crecimiento para que puedan llegar a abrir su capital en la Bolsa Emergente. En este sentido, las alternativas no tradicionales de financiamiento pueden representar un papel relevante en el ámbito regional como una forma de superar el centralismo. Se trata de un trabajo a medio y largo plazo donde la acción conjunta de universidades, empresas privadas y gobierno es fundamental.

Otra variable valorada negativamente por más del 60% de los expertos está relacionada con el financiamiento bancario. Para ellos, no es suficiente el financiamiento bancario existente en la Región (figura 45).

Figura 45. Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento.



En mi Región hay suficientes fondos disponibles a través de la apertura bursátil para financiar empresas nuevas y en crecimiento.

En mi Región hay suficientes fondos de capital de riesgo para financiar empresas nuevas y en crecimiento.

En mi Región hay suficiente financiamiento provenientes de inversionistas privados (ajenos a los fundadores) para financiar empresas nuevas y en crecimiento.

En mi Región hay suficientes subsidios de gobierno para financiar empresas nuevas y en crecimiento.

En mi Región hay suficiente financiamiento bancario para financiar empresas nuevas y en crecimiento.

En mi Región hay suficientes fuentes de capital (propio y de terceros) para financiar empresas nuevas y en crecimiento.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

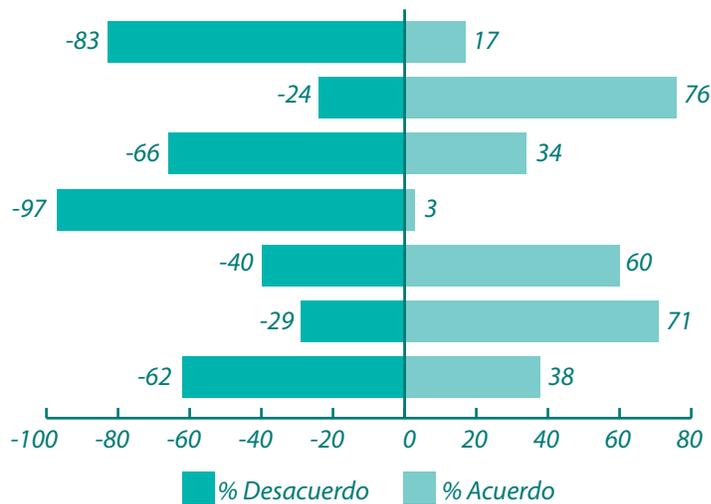
Es importante destacar nuevamente la percepción positiva que tiene más del 60% de los expertos regionales sobre los subsidios gubernamentales existentes para las empresas nuevas y en crecimiento. En los últimos años se ha incrementado la cantidad de programas y líneas de apoyo para el emprendimiento (ver por ejemplo www.fosis.cl, www.sercotec.cl o www.corfo.cl en el caso de emprendimiento innovador, entre otros) y esto es percibido por los expertos. Sin embargo, muchos de los emprendedores desconocen todos los instrumentos que están a su alcance y su difusión, en muchos casos no es la mejor. Esto último teniendo en consideración sobre todo los cambios introducidos por el nuevo gobierno, donde muchos programas han desaparecido mientras que otros se han creado.

Además, según la declaración de emprendedores que postularon a alguno de esos subsidios, éstos son excesivamente burocráticos, lo que, en muchos casos, desanima la postulación debido al tamaño de los formularios y al tiempo que hay que dedicarles. 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. En muchos casos, se hace necesaria la contratación de una persona dedicada exclusivamente a llenar dichos formularios, lo que reduce su accesibilidad a los emprendedores que están partiendo.

3.3.6. Políticas de Gobierno (Evaluación: -0,3)

Esta dimensión también ha tenido una evaluación baja a pesar de ser menos negativa que en 2009 (-0,5). Influyen en este resultado, principalmente, el tiempo necesario para abrir un negocio y el exceso de burocracia en la obtención de permisos y licencias, valorados negativamente por el 97% y 83% de los expertos regionales, respectivamente (figura 46). Como se mencionó más arriba, este tipo de trabas institucionales, es uno de los principales retos a superar por las políticas públicas debido a las limitaciones que imponen a la entrada de nuevos negocios. Asimismo, más de un 65% de los expertos considera que la carga impositiva actual también es un obstáculo y la política de gobierno no favorece sistemáticamente a las empresas nuevas y en crecimiento, aunque el 76% considera que los impuestos y regulaciones que afectan estas empresas se aplican de manera previsible y consistente y un porcentaje mayor o igual al 60% considera que las políticas de apoyo a empresas nuevas y en crecimiento son prioritarias para el gobierno nacional y local.

Figura 46. Evaluación de las políticas de gobierno existentes.



En mi Región las normas, regulaciones o autorizaciones establecidas por la burocracia estatal NO SON excesivamente difíciles de cumplir para las empresas nuevas y en crecimiento.

En mi Región los impuestos y regulaciones gubernamentales que afectan a las empresas nuevas y en crecimiento son aplicados de forma revisible y consistente.

En mi Región la carga impositiva NO ES un obstáculo para las empresas nuevas y en crecimiento.

En mi Región las empresas nuevas pueden obtener la mayoría de las autorizaciones y licencias de operación en una semana.

En mi Región las políticas para apoyar a empresas nuevas y en crecimiento tienen una alta prioridad para el gobierno local.

En mi Región las políticas para apoyar a empresas nuevas y en crecimiento tienen una alta prioridad para el gobierno nacional.

En mi Región las políticas de gobierno favorecen sistemáticamente a las empresas nuevas.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

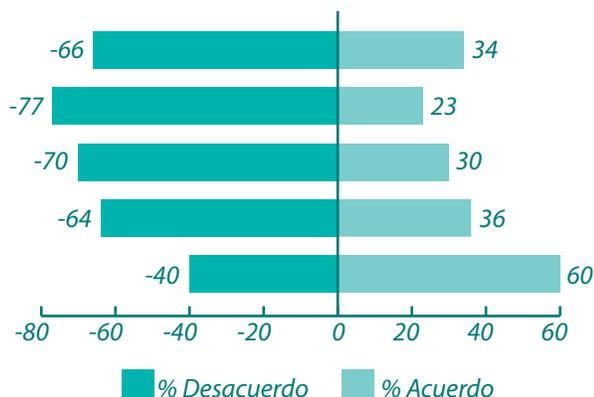
Teniendo en consideración el cambio de gobierno ocurrido en 2010 y además que el nuevo gobierno ha declarado como prioritario el apoyo al emprendimiento y la innovación, esto todavía no se ve reflejado en la percepción de los expertos regionales. Sí bien ha habido una mejora en la valoración con respecto al año anterior, ésta sigue siendo negativa (figura 46).

La percepción de esta dimensión por los expertos del país, está ligeramente por debajo de la evaluación regional (-0,46 frente a -0,3). Influyen en este resultado el mayor porcentaje de desacuerdo entre los expertos nacionales sobre la percepción que tienen de las prioridades del gobierno local y nacional para apoyar empresas nuevas, así como la percepción de que las políticas de gobierno no favorecen sistemáticamente a las empresas nuevas.

3.3.7. Normas Sociales y Culturales (Evaluación: -0,3)

La valoración de esta dimensión ha permanecido constante con respecto al año 2009 (-0,3) y ha mejorado desde 2007. Comparada con la evaluación nacional está ligeramente por encima (-0,36). En general, la percepción sobre la cultura regional continúa siendo pesimista para un porcentaje igual o mayor al 64% de los expertos regionales, porque consideran que no estimula a los emprendedores a ser más arriesgados, no fomenta la creatividad e innovación, ni la autonomía e iniciativa personal. Solo un 60% de los expertos estima que la cultura regional apoya el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal (figura 47).

Figura 47. Evaluación de las normas sociales y culturales.



En mi Región la cultura regional enfatiza la responsabilidad del individuo (más que la colectiva) en el manejo de su propia vida.

En mi Región la cultura regional fomenta la creatividad y la innovación.

En mi Región la cultura regional estimula que los emprendedores se atrevan a tomar riesgos.

En mi Región la cultura regional le da énfasis a la capacidad, autonomía e iniciativa personal.

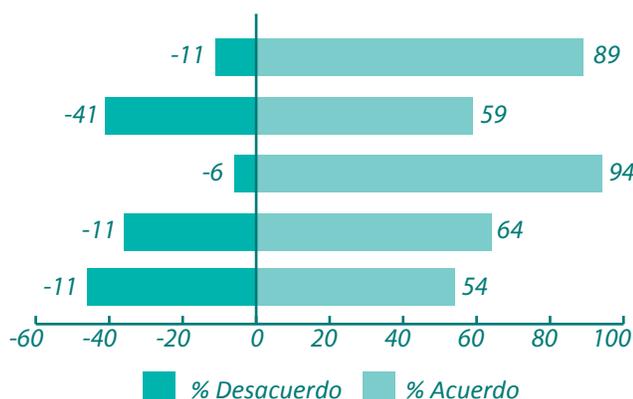
En mi Región la cultura brinda gran apoyo a los éxitos individuales que se han logrado a través de esfuerzos personales.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

Pese a lo anterior, se percibe la existencia de una alta valoración social a los emprendedores exitosos, a quienes se les reconoce como personas preparadas y competentes. En ese sentido, es cada vez más habitual ver en los canales nacionales y regionales a empresarios exitosos, ya sea como comentaristas en algún coloquio o simplemente contando su historia de vida. Esto ha contribuido a que, según los expertos, sea mejor valorado el ser empresario.

Más del 85% de los expertos regionales considera que la mayoría de las personas piensa que los emprendedores son personas competentes y con muchas capacidades, y los exitosos (los que han logrado permanecer en el mercado y se han internacionalizado) gozan de gran reconocimiento y prestigio social. De igual modo, un porcentaje superior al 60% de los expertos considera que ser empresario es una carrera deseable, mientras que un 59% piensa que los medios de comunicación muestran a menudo la historia de empresarios exitosos y un 54% cree que iniciar una empresa es una forma apropiada de prosperar (figura 48). Hace unos años atrás, ser empresario no era considerado como una opción profesional, ya que lo más importante para una familia era que sus hijos estudiaran una carrera para ser empleados, sin valorarse el hecho de ser el dueño del negocio propio. Ahora esa mentalidad está cambiando y esto es percibido por los expertos regionales.

Figura 48. Valoración social de ser empresario.



En mi Región la mayoría de las personas piensa que los empresarios son personas competentes y con muchas capacidades.

En mi Región en los medios de comunicación se ven a menudo historias sobre empresarios exitosos.

En mi Región los empresarios tienen buen prestigio y son respetados.

En mi Región la mayoría de las personas considera que ser un empresario es una carrera deseable.

En mi Región formar una nueva empresa es considerado una forma apropiada de hacerse rico.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.



3.3.8. Programas de Gobierno (Evaluación: -0,03)

A pesar de haber tenido una valoración media pero negativa, es una de las dimensiones cuya evaluación ha evolucionado más favorablemente en los cuatro últimos años, desde una calificación baja (-0,7) en 2007, a una media (-0,03) en 2010 (figura 37). Los expertos regionales han evaluado mucho mejor esta dimensión que los nacionales (-0,42) en el mismo periodo (figura 38).

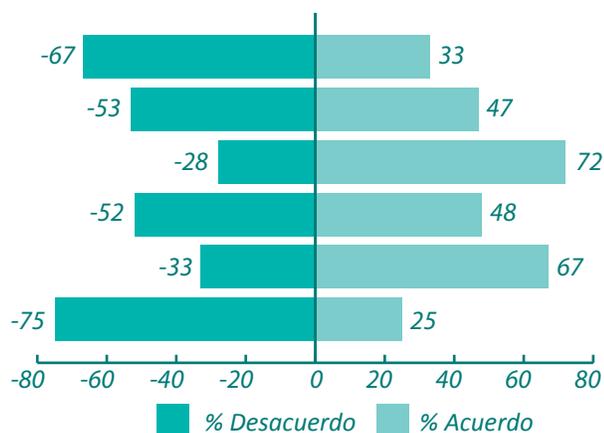
Dos de las categorías en esta dimensión han tenido una evaluación bastante negativa, por parte de los expertos regionales. El 75% de ellos considera que la ayuda del gobierno orientada a nuevas empresas no puede ser obtenida en gran parte en una sola agencia del gobierno. Igualmente, un 67% considera que los programas de gobierno de apoyo a las empresas nuevas no son efectivos. En menor proporción, un 53% y un 52% estiman que estos programas son insuficientes y quienes los necesitan no obtienen lo que requieren, respectivamente.

Pese a todas las medidas de apoyo al emprendimiento y a la innovación anunciadas por el nuevo gobierno, como el programa Start up Chile, éstas no están siendo percibidas por los expertos regionales que mantienen una valoración negativa, quizás debido a que todavía existe cierta incertidumbre respecto a dichos programas y a su modus operandi.

Las categorías que han sido evaluadas favorablemente, se relacionan con el personal que trabaja en los organismos gubernamentales, con el Parque Científico Tecnológico y las Incubadoras, que consideran que sí constituyen un apoyo para la creación y crecimiento de nuevas empresas (figura 49). 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 de Innova Chile de CORFO, así como de Bancos e inversionistas privados. En el caso de Incuba2 sede Calama, solo en 2010, se presentaron tres proyectos a la línea 2 del Capital Semilla, un proyecto de Innovación Empresarial de Rápida Implementación y un proyecto de Apoyo a la Elaboración de Proyectos Apoyo a la Puesta en Marcha de Proyectos Capital Semilla (para ejecutar 10 Capitales Semilla), de los cuales se adjudicaron todos por un monto de 185 millones de pesos¹⁶.

¹⁶Según la información recibida de Incuba2 sede Calama.

Figura 49. Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento.



En mi Región los programas de gobierno que están dirigidos a empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.

En mi Región casi todos los que necesitan ayuda de los programas de gobierno destinados a las empresas nuevas y en crecimiento obtienen lo que quieren.

En mi Región las personas que trabajan para organismos de gobierno son competentes y eficaces par dar apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento.

En mi Región hay suficientes programas de gobierno destinados a las empresas nuevas y en crecimiento.

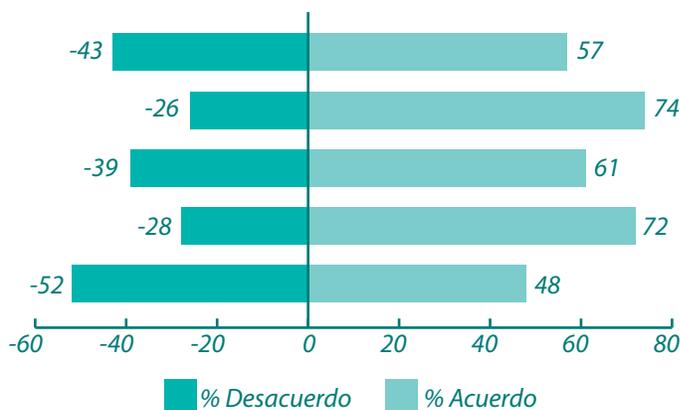
Mi Región los parques tecnológicos y las incubadoras de negocios entregan un apoyo eficaz a las empresas enuvas y en crecimiento.

En mi Región la ayuda gubernamental destinada a las empresas nuevas y en crecimiento puede ser obtenido, en gran parte a través de una misma agencia de gobierno.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

Es importante mencionar, también, que uno de los aspectos que más influye 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 generación de empleo, producto o capacidad exportadora (Acs, Parsons y Tracy, 2008). Por ello, la encuesta a expertos del GEM les solicita evaluar si los programas de gobierno contemplan algún tipo de apoyo para este tipo de empresas. Al respecto, más del 70% de los expertos considera que el alto potencial de crecimiento es usado como criterio de selección para apoyar a los emprendimientos y reconoce que los responsables de las políticas son conscientes de la importancia que tienen las actividades emprendedoras con fuerte potencial de crecimiento; el 61% considera que las personas que trabajan en estos temas tienen las competencias adecuadas; y un 57%, considera que los programas orientados a este tipo de empresas son prioritarios. Sin embargo, un 52% señala que no existen muchas iniciativas de apoyo para este segmento de empresas (figura 50).

Figura 50. Evaluación de la preocupación del gobierno por el desarrollo de empresas con potencial de crecimiento.



En mi Región apoyar el crecimiento rápido de las empresas tiene alta prioridad en las políticas de fomento al emprendimiento.

En mi Región tener potencial de rápido crecimiento es un criterio usual para la selección de los beneficiarios de las iniciativas de apoyo al emprendimiento.

En mi Región las personas que trabajan en iniciativas de apoyo al emprendimiento tienen suficientes habilidades y competencias para apoyar a las empresas de alto potencial de crecimiento.

En mi Región los responsables de políticas públicas están concientes de la importancia que tienen las actividades emprendedoras con alto potencial de crecimiento.

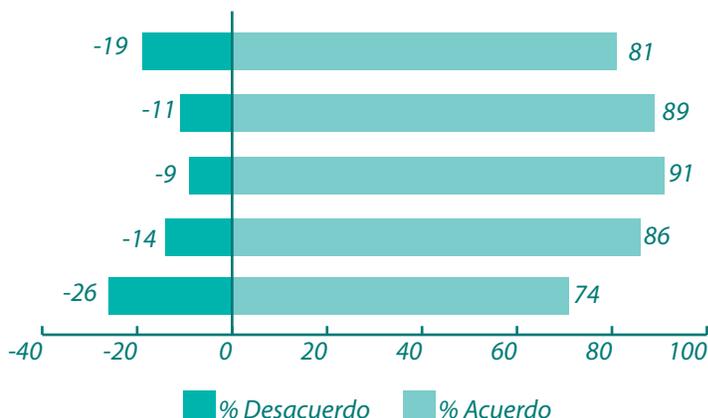
En mi Región existen muchas iniciativas de apoyo que están especialmente diseñadas para empresas de alto potencial de crecimiento.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

3.3.9. Acceso a infraestructura física (Evaluación: 0,94)

La evaluación ha mejorado ligeramente con respecto al año pasado (0,8), y se ha mantenido con valor positivo durante los cuatro últimos años. De una valoración media (0,3) en 2007 ha pasado a una alta (0,9) en 2010, discretamente por debajo de la evaluación realizada por los expertos nacionales (1,02). En esta dimensión todas las categorías han sido evaluadas favorablemente por los expertos. Destacan el tiempo de acceso a las comunicaciones y la posibilidad de pago de los servicios básicos mencionados por más del 80% de los expertos. Menos de un tercio de los expertos considera que la infraestructura física no brinda apoyo para el funcionamiento de las empresas nuevas y en crecimiento (figura 51). En este punto, el contraste con los resultados del país es marcado, en el sentido de que las empresas de la Región no solo tienen que esperar más tiempo para obtener estos servicios, sino 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 51. Evaluación del acceso a infraestructura física.



En mi Región las empresas nuevas o en crecimiento pueden obtener, en aproximadamente un mes, acceso a los servicios básicos (gas, agua, alcantarillado).

En mi Región las empresas nuevas y en crecimiento pueden pagar los costos de servicios básicos.

En mi Región una empresa nueva o en crecimiento puede lograr un buen acceso a las comunicaciones en alrededor de una semana.

En mi Región no es costoso para las empresas nuevas o en crecimiento tener un buen acceso a las comunicaciones (telefono, internet, etc.)

En mi Región la infraestructura física da buen apoyo para el funcionamiento de las empresas nuevas y en crecimiento.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

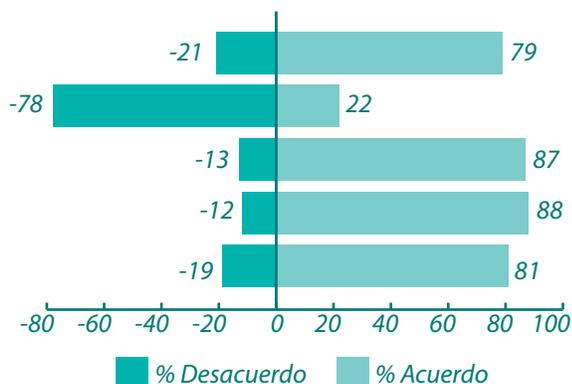
3.3.10. Oportunidades para el Emprendedor y Capacidad Emprendedora

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 en la mayoría de las categorías de esta dimensión con respecto al año 2009. En 2010, un porcentaje igual o mayor al 79% considera que en general en Antofagasta existen buenas oportunidades para crear empresas, incluso de alto potencial de crecimiento, y estas oportunidades han ido aumentando en los últimos cinco años. También, consideran que hay más oportunidades que personas que puedan aprovecharlas. Un 78% de los expertos piensa que las personas no pueden capturar fácilmente dichas oportunidades (figura 52). Cuando se comparan estas expectativas con las expresadas por la población adulta de la Región, 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 responder es: ¿la población de la Región tiene o no las capacidades para aprovechar las oportunidades existentes?

Figura 52. Evaluación de las oportunidades disponibles.



En mi Región muchas buenas oportunidades para crear empresas de alto potencial de crecimiento.

En mi Región las personas pueden fácilmente perseguir y capturar oportunidades.

En mi Región las buenas oportunidades para crear nuevas empresas han aumentado considerablemente durante los últimos cinco años.

En mi Región hay más oportunidades para crear nuevas empresas que personas que puedan aprovechar esas oportunidades.

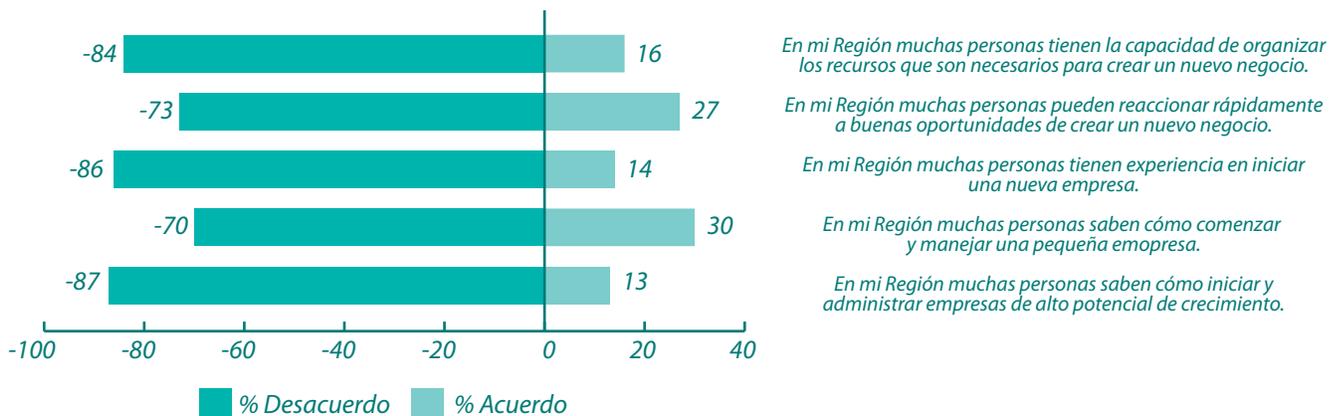
Mi Región está llena de buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas.

Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

Capacidad de formar una empresa.

La evaluación de los expertos sobre la capacidad de los antofagastinos de formar una empresa es bastante pesimista, a pesar de que ha mejorado ligeramente con respecto a la realizada el año anterior. En 2010, un porcentaje igual o mayor al 70% considera que las personas no saben cómo empezar un negocio, su capacidad de reacción ante las oportunidades es escasa, así como de organizar los recursos necesarios, no tienen experiencia y menos cuando se trata de empresas de alto potencial de crecimiento (figura 53).

Figura 53. Capacidad de formar una nueva empresa.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

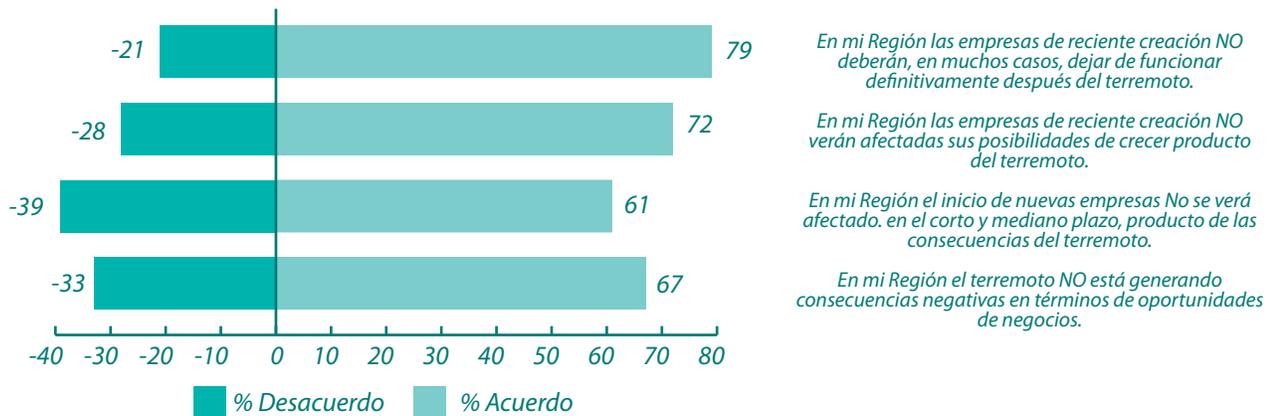
Estos resultados, aunque son más críticos que los obtenidos por el país, no difieren de manera significativa de éste. Una vez más se manifiestan las carencias en educación y capacitación como una de las principales limitantes del emprendimiento en la Región de Antofagasta. Las universidades, colegios 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 y la innovación, esta percepción puede cambiar y se puede contribuir a hacer de Antofagasta una Región emprendedora e innovadora, con profesionales más 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.

Estos resultados, aunque son más críticos que los obtenidos por el país, no difieren de manera significativa de éste. Una vez más se manifiestan las carencias en educación y capacitación como una de las principales limitantes del emprendimiento en la Región de Antofagasta. Las 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 y la innovación, esta percepción puede cambiar y se puede contribuir a hacer de Antofagasta una Región emprendedora e innovadora, con profesionales más 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.

3.3.11. Tópico Especial: Terremoto Chile 27F

Debido al terremoto ocurrido el 27 de febrero de 2010, el equipo GEM Chile decidió incorporar este año un conjunto de preguntas para evaluar las percepciones de los expertos frente a lo ocurrido y su impacto en la actividad emprendedora de la Región. La figura 54 muestra que para más del 60% de los expertos regionales, el terremoto de febrero de 2010, en términos generales, no afectará la creación ni el crecimiento de las nuevas empresas y tampoco las oportunidades existentes en la Región. Esta percepción, sin duda, no es la misma para los expertos de las regiones del Sur del País, donde el seísmo afectó más directamente a dichas regiones.

Figura 54. Impacto del terremoto del 27F.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

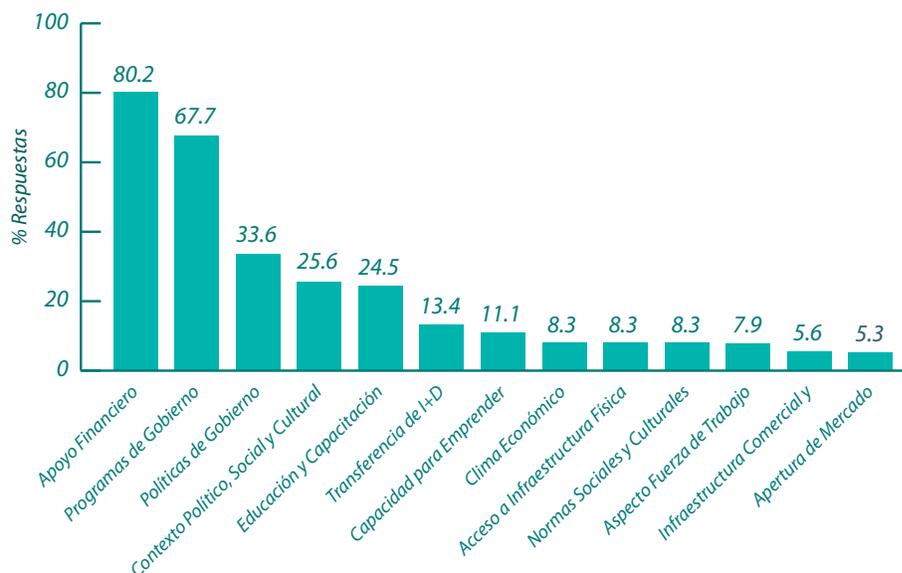
3.3.12. Factores que limitan e impulsan el emprendimiento en la Región.

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

Por segundo año consecutivo, el factor más citado como limitante del emprendimiento en la Región, es el relacionado con el apoyo financiero, con un 80,2% de las menciones. En segundo lugar, se encuentran los programas del gobierno, que representan el 67,7% de las menciones, seguido por las políticas de gobierno con un 33,6%. Otros factores señalados en menor proporción fueron el contexto político social y la educación y capacitación (figura 55).

Al parecer, pese a la reestructuración de los programas de apoyo financiero en beneficio del emprendedor ocurridas durante el año 2010, continúan siendo insuficientes o no cubren todas las necesidades financieras de los emprendedores. Entre las razones que los expertos mencionan, destacan: "Altas barreras para el acceso al capital semilla de CORFO", "costo relativamente alto para crear nuevas empresas", "Falta de fuentes de financiamiento externas adecuadas a los emprendedores", "falta de inversionistas que se arriesguen a invertir en el emprendimiento". Por otro lado, cuando mencionan a los programas de gobierno como un factor limitante, básicamente se refieren a la operacionalización de dichos programas, destacando las trabas institucionales percibidas como exceso de burocracia, rigidez en los servicios, trámites engorrosos. En palabras de los expertos: "trámites legales demorosos", "burocracia de los servicios y falta ventanilla única", "mala focalización de población objetivo", entre otras. En lo que respecta a políticas de gobierno, mencionan: "falta de políticas de estado que apoyen la sustentabilidad del negocio una vez que está en operación", "falta la medición del impacto de dichas políticas para conocer la pertinencia, entre otras.

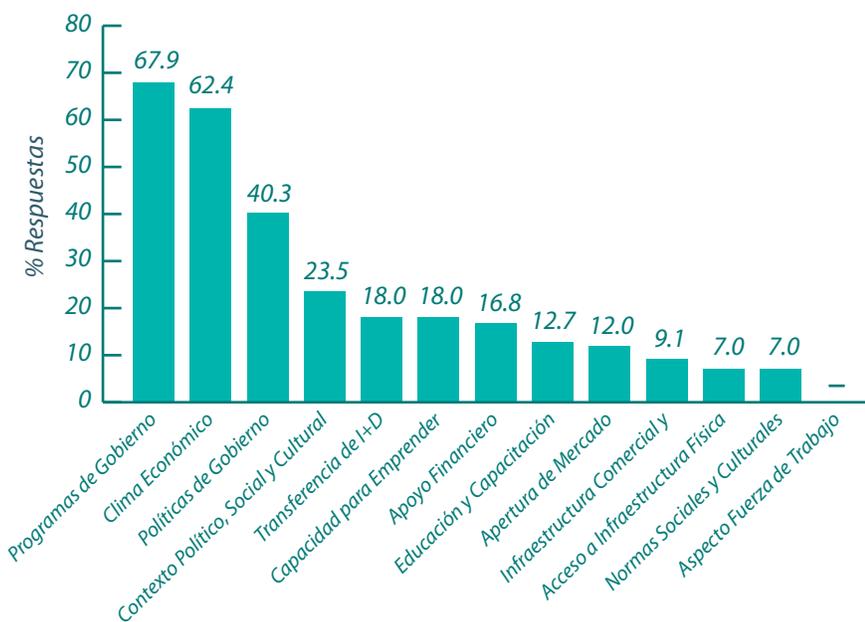
Figura 55. Factores que limitan o perjudican la actividad emprendedora.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

En opinión de los mismos expertos regionales, los factores que promueven el emprendimiento, están relacionados con los programas de gobierno, el clima económico y las políticas de gobierno cuyas menciones superan el 60% en los dos primeros, y el 40% en el caso de las políticas de gobierno (figura 56). Respecto al primer factor más mencionado se debe destacar que, en los dos últimos años y especialmente en 2010, 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 público es percibido por los expertos regionales. En sus palabras: *“existen programas de gobierno (CORFO) orientados a fortalecer entornos de emprendimientos a lo largo del país, con presupuestos específicos asignados”*; *“programa apoyo a proveedores”*; *“sector pesca artesanal y acuicultura a través de un programa de la Agencia Regional de Desarrollo Productivo”*, entre otros. El segundo factor más mencionado por los expertos está relacionado con el clima económico de la región, de acuerdo con ellos, la minería en general tiene un papel preponderante en la actividad emprendedora de Antofagasta, algunas declaraciones al respecto: *“El desarrollo económico de la región permite el surgimiento de nuevas empresas o detección de oportunidades de negocio...”*; *“Buenos precios del cobre generan nuevas y mayores necesidades de productos y servicios asociados”*; *“Área de servicios a la minería”*; *“Altos precios del cobre...”*. El tercer factor más mencionado se relaciona con la política del gobierno: *“El sentido de prioridad que le ha dado el gobierno de temas de emprendimiento”*; *“Las políticas públicas”*; *“Incentivos del gobierno”*, entre otros.

Figura 56. Factores que impulsan el emprendimiento en la Región.

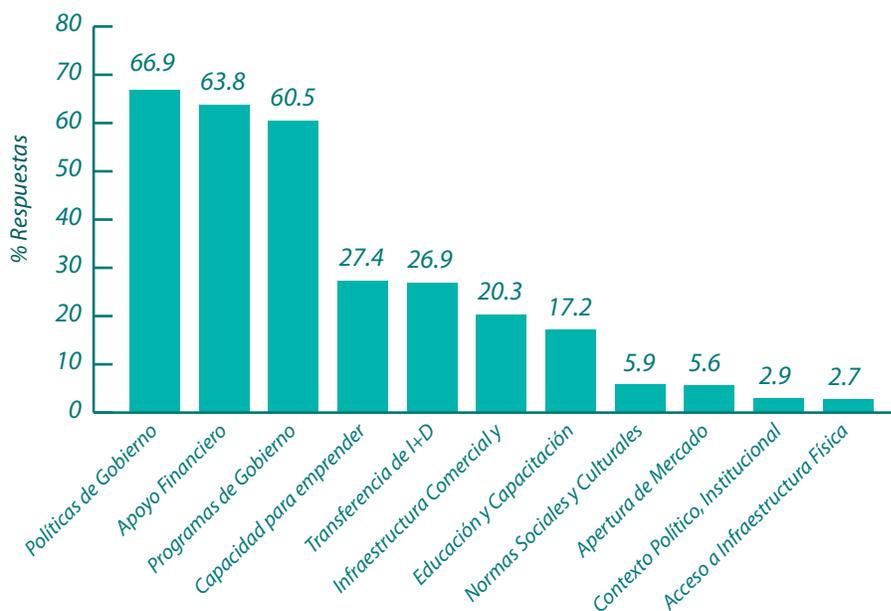


Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.

Finalmente, se preguntó a los expertos qué tipo de medidas tomarían para mejorar e incentivar el emprendimiento en la Región. Al respecto, las más mencionadas son las políticas de gobierno (66,9%), apoyo financiero (63,8%) y programas de gobierno (60,5%) (figura 57).

Los expertos que mencionan las políticas de gobierno como factor donde se puede mejorar el emprendimiento regional, se refieren al tiempo que demoran los emprendedores para abrir una empresa y al foco del apoyo del gobierno fundamentalmente. El plazo de 22 días señalado por el informe del Banco Mundial (2011) no parece ser del todo realista. En muchas ocasiones, lleva hasta 6 meses hacer la apertura de las empresas debido al exceso de burocracia que actualmente existe en las diferentes instituciones públicas. En opinión de los expertos esto debería cambiar y ser más ágil, de modo que facilite más que obstaculice la apertura de empresas: *“Mejorar los tiempos de creación de empresas en términos legales”, “Mayor apoyo gubernamental focalizado”, “Eliminación del impuesto de Timbres y Estampillas para las PYMES”,* entre otros. El segundo factor mencionado por ellos como recomendación está vinculado al apoyo financiero. Lo que más claman los expertos es por un mayor acceso a financiamiento y una urgente creación de fuentes no tradicionales de financiamiento, en palabras de ellos: *“Creación de capital de riesgo”, “Más apoyo de inversionistas ángeles”, “Flexibilizar y aumentar financiamiento”, “Capitales en secuencia que apoyen el desarrollo de emprendimientos en distintas etapas de evolución”.* Un tercer factor mencionado se relaciona con los programas de gobierno, específicamente al fortalecimiento de los ya existentes y creación de otros: *“Fortalecer a los programas públicos de apoyo al emprendimiento”, “Implementación de Incubadoras pero no restringida a innovación tecnológica sino que orientada a los servicios que contribuyan al clúster minero...”*

Figura 57. Factores donde se puede mejorar el emprendimiento en la Región.



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta, 2010.



4. Reflexiones en torno al emprendimiento en la Región.

Este cuarto informe sobre la actividad emprendedora en la Región da continuidad al estudio iniciado en 2007, donde por primera vez se realizó una aproximación sobre las características del emprendedor regional, así como su actividad y aspiraciones. Durante estos cuatro años de análisis se ha podido ver que esta actividad presenta un fuerte dinamismo, con cambios rápidos ante circunstancias como las crisis o el alza de los precios del cobre. En consecuencia, el análisis anual se plantea como una necesidad para entender los determinantes de la actividad emprendedora regional y para relacionar este análisis con las tendencias a largo plazo de forma que se cuente con una fuente de información fiable para el diseño de políticas adaptadas a las circunstancias locales, tal y como demandan los expertos regionales. El proyecto GEM, tanto con la encuesta a la población adulta como con la encuesta a expertos, busca no solo entregar una visión del panorama emprendedor nacional, sino también aportar al desarrollo de Chile con estudios representativos de la realidad de las regiones del país, entre las que 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 que en los últimos cuatro años ha pasado de poseer las mayores tasas de emprendimiento a estar entre las regiones menos emprendedoras del país, aun cuando se percibe como una región de oportunidades. En el fondo de este trabajo se encuentra la pregunta de cómo puede llegar a consolidarse una cultura local emprendedora que vaya más allá de los negocios de escaso valor añadido y que contribuya, con ello, a la sustentabilidad del crecimiento regional.

La crisis internacional no parece haber afectado la esencia de la actividad emprendedora en la Región ya que la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales tuvo una tendencia creciente hasta 2009, pero sí afectó las motivaciones de los emprendedores. Mientras el emprendimiento en etapas iniciales por oportunidad permaneció constante entre 2008 y 2009, hubo un incremento en el emprendimiento por necesidad en ese mismo período. Igualmente, las percepciones de los emprendedores en las diferentes etapas solo mejoraron en 2009. Curiosamente en 2010, en un momento de fuerte dinamismo en la economía regional, con precios del cobre al alza y una tasa de desempleo en declive, es cuando se produce una importante disminución en la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales, de poco más de tres puntos porcentuales con respecto al año anterior, pasando del 17,4% en 2009 al 14,3%. Igualmente, la tasa de empresarios establecidos continúa su tendencia decreciente y disminuye del 4,9% al 3,7%.

Si bien las percepciones de los emprendedores, sobre las oportunidades percibidas en la región, son bastante más favorables que el año 2009, esto no se refleja en sus motivaciones emprendedoras. La tasa de emprendimiento por oportunidad ha disminuido de 13,5% a 11,2% en 2010, así como el emprendimiento por necesidad de 3,8% a 2,8%. Este último sin duda, a consecuencia del dinamismo económico de la región. Esta contraposición entre dinamismo económico y disminución de la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales es solo aparente, dado que el costo de oportunidad de ser emprendedor es hoy más alto que en tiempos de crecimiento lento, y nos lleva a centrar la atención en cómo mejorar no tanto la cantidad como la calidad de los emprendimientos.



Por un lado tenemos menos emprendedores por necesidad lo cual es bueno, sin embargo los que emprenden por oportunidad al parecer no están logrando sustentar sus negocios en el tiempo, este es el principal desafío para la región. Urge plantear medidas que frenen esta situación. Por otro lado, los nuevos negocios continúan orientados, en su mayoría, a actividades de servicios al consumidor final donde las posibilidades de innovar en procesos o productos son limitadas. Además, continúa siendo muy baja la tasa de emprendedores en etapas iniciales que aspiran a expandirse a nuevos mercados usando tecnología (10,4%). Predominan los negocios “estilo de vida” que en su gran mayoría, no buscan su expansión por medio del uso de dichas tecnologías, ni tienen una estrategia clara de crecimiento.

Un resultado alentador en 2010 es el aumento de la proporción de empresarios establecidos usando tecnología de uno y cinco años en sus procesos o servicios y la disminución del uso de tecnologías con más de cinco años. Asimismo, el incremento de clientes en el extranjero tanto de los emprendedores en etapas iniciales como de los establecidos, es un aspecto positivo a destacar.

Se percibe también, un leve pesimismo en los emprendedores establecidos en sus percepciones post terremoto del 27F y crisis financiera internacional respecto a la apertura de nuevas empresas, crecimiento del negocio y percepción de buenas oportunidades.

Uno de los aspectos más positivos de los resultados de 2010 tiene que ver con la evolución cada vez más favorable que desde 2007 ha experimentado la valoración del contexto emprendedor local realizada por los expertos regionales. Destacan, sobre todo los avances en el ámbito de los programas de gobierno, las normas sociales y culturales (que han conducido a una creciente valoración social de los emprendedores), el acceso al financiamiento y las políticas de gobierno. Esto, sin embargo, no debe llevarnos a perder de vista que la evaluación del contexto emprendedor continúa siendo marcadamente negativa y caracterizada por el hecho de que existen en la Región más oportunidades de las que los emprendedores son capaces de abordar con éxito. A pesar de las mejoras, todavía existen dimensiones del contexto emprendedor regional cuya valoración es muy negativa, sobresaliendo la Transferencia de I+D, la Educación y Capacitación en Emprendimiento y el Acceso al Mercado Interno, y donde deben concentrarse las iniciativas tanto públicas como privadas para lograr que en la Región lleguen a generarse emprendimientos innovadores y con alto potencial de crecimiento.



Referencias.

- Acs, Z. (2006). How is Entrepreneurship good for Economic Growth? *Innovations*, 1, 97-107.
- Acs, Z.; Audretsch, D.; Braunerhjelm, P. y Carlsson, B. (2003). *The Missing Link: The Knowledge Filter and Endogenous Growth*. Center for Business and Policy Studies. Stockholm, Sweden.
- Acs, Z.; 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.
- Amit, R. (2009). How entrepreneurs identify new business opportunity. Disponible en <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article.cfm?articleid=2370>.
- Amorós, J.E. y Poblete, C. (2011). *GEM Reporte Nacional de Chile 2010*. Santiago: Universidad del Desarrollo.
- ARDP (s.d). *Agenda Estratégica 2008 -2010 Región de Antofagasta*. Antofagasta: Agencia Regional de Desarrollo Productivo.
- ARDP (s.d). *Sistema Regional Innovación*. 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, M., Romaní, G. y Aroca, P. (2006). *La Pyme de la Región de Antofagasta. Perspectivas de Desarrollo en Torno a la Minería*. Antofagasta: CORFO/IDEAR. Universidad Católica del Norte.
- Audretsh, D. (2007) Entrepreneurship Capital and Economics Growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 23 (1), 63-78.
- Banco Mundial (2011). *Doing Business 2011. Creando Oportunidades para los Emprendedores*. Washington D.C.: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/ Banco Mundial y la Corporación Financiera Internacional.
- Berger, A. y Udell, G. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debts markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking and Finance*, 22, 613-673.
- Bygrave, W. and Quill, M. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor. 2006 Financing Report*. Wellesley London: Babson College and London Business School.



- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en Générale* (The Nature of Trade in General), Paris: Institute National D'études Démographiques.
- 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.
- Davidsson, P. (2004). *Researching Entrepreneurship*. New York: Springer.
- Godin, K.; Clemens, J. y Veldhuis, N. (2008). Measuring Entrepreneurship: Conceptual Frameworks and Empirical Indicators. *Studies in Entrepreneurship and Markets*, 7. Fraser Institute.
- Gries, T. y Naude, W. (2008). Entrepreneurship and Structural Economic Transformation. *UNU-Wider Research Papers*. Helsinki.
- Headd, B. (2003). Redefining Business Success: Distinguish between closure and failure. *Small Business Economics* 21,51-61.
- INE (2003). Censo de Población y Vivienda, Chile 2002. Santiago. Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Kelley, D., Bosma, N. y Amorós, J.E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor. 2010 Global Report*. Babson College y Universidad del Desarrollo. Disponible en: www.gemconsortium.org.
- Koellinger, P. y Thurik, R. (2009). Entrepreneurship and the Business Cycle. *Tinbergen Institute Discussion Paper*. TI 2009-032/3, Erasmus School of Economics, Erasmus University, Rotterdam, EIM Business and Policy Research, Zoetermeer, The Netherlands, Tinbergen Institute.
- 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. y Amorós, E. (2009). Informal Investors in Chile: An exploratory study from a gender perspective. *Anales del XXXII ISBE Conference*. Liverpool, Inglaterra.



- Romaní, G. y Atienza, M. (2008). *GEM Informe de la Región de Antofagasta 2007*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2009). *GEM Informe de la Región de Antofagasta 2008*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Romaní, G. y Atienza, M. (2010). *GEM Informe de la Región de Antofagasta 2009*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Romaní, 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.
- Romaní, G.; Salinas, P.; Reyes, C. y Ziede, M. (2010). *GEM Mujeres y Actividad Emprendedora. Región de Antofagasta, Chile, 2009-2010*. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.
- Schwab, K. (2010). The Global Competitiveness Report 2010-2011. Ginebra, Suiza: World Economic Forum. Disponible en: <http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20102011fullreport.pdf>.
- 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



Expertos que respondieron la encuesta regional 2010.¹⁷

Carlos Acuña.

Gerente Comercial
Ferrocarril Antofagasta Bolivia FCAB.

Claudio Acuña.

Departamento de Ingeniería Química
Universidad Católica del Norte.

Vanessa Acuña B.

Directora Regional
Prodemu

Ricardo Andrade

Jefe de Departamento
Ilustre Municipalidad de Antofagasta

Roberto Álamos C.

Oficina Oris
Aduana Antofagasta

Mercedes Álvarez.

Asesora Regional
Secretaría Ministerial de Hacienda.

Hernán Ángel M.

Director OTRI Chile
Región Antofagasta

Gastón Bastías

Gerente General
Antofagasta Terminal Internacional-ATI

Pía Bravo

Socia Fundadora/Gerente
Antofagasta Emprende

María Brontis.

Funcionaria
Codesser

María Teresa Bustos.

Directora Ejecutiva, CDP
Corporación de Desarrollo Productivo.

Eliecer Chamorro V.

Ingeniero de Proyectos
Serplac – Calama.

Erik Díaz F.

Gerente/Dueño
Consultora Celsus

Ana Fabres.

Directora Regional
SENCE, Antofagasta.

Gonzalo Flores M.

Coordinador Programa Emprendedores
Universidad Antofagasta.

Juan Godoy A.

Funcionario
Servicio Nacional de la Mujer- Sernam.

Bárbara González

Asesora Financiera
Larraín Vial.

Ricardo Gómez

Jefe de Área
Banco Estado

Gabriela Gómez

Encargada de Políticas Públicas
Gobierno Regional

Celia González

Ejecutivo FIC
Región Antofagasta

Erick Hurtado.

Ejecutivo Senior
Banco de Crédito Inversiones BCI

Geraldo Jusakos L.

Director Ejecutivo
Agencia Regional de Desarrollo Productivo.

Marco Kútuas.

Gerente General
Aguas Antofagasta.

Paulette L'huissier E.

Extensión Cultural y Vinculación
Universidad Católica del Norte

¹⁷ En orden alfabético y con el cargo que ocupaban cuando fueron entrevistados.

**Pilar Majmud**

Gerente/Dueña
Sociedad de Inversiones San Martin Ltda.

Jorge Ruz

Gerente
Cociva Constructora

Silvio Mattos Araya

Jefe de Carrera
Universidad Santo Tomás

Marlene Sánchez

Directora Regional
Sercotec

Rodrigo Mendiburu Zanabria

Seremi de Minería
Región de Antofagasta

Luis Valenzuela C.

Socio/Fundador
Fundación Desarrollo.

Gabriela Montenegro

Gerente
Incuba2 sede Antofagasta

Jenny Véliz O.

Directora de Turismo
Corporación Cultural y Turismo- Calama.

Ricardo Muñoz

Jefe de Proyectos-Área Tecnológica
Asociación de Industriales

Úrsula Weber

Gerente de Relaciones Exteriores
Xstrata Copper.

Mario Pereira

Vicerrector de Investigación y Desarrollo
Tecnológico – UCN.

Juan Ignacio Zamorano

Subdirector Regional
Corfo

Fernando Pizarro B.

Director
Instituto Nacional de Estadísticas Antofagasta

Yenny Zepeda.

Coord. de Proyectos Sociales e Indígenas
Fundación Minera Escondida

Gonzalo Pizarro P.

Agente Empresa
Banco de Chile

Marcela Ziede B.

Consultora de Empresas.

Expertos que respondieron la encuesta nacional 2010¹⁸.

Arturo Basadre

Socio Fundador / Gerente
ABR Ingeniería

Lenka Marangunic

Administradora Programas Sociales
Ilustre Municipalidad de Antofagasta

Fernando Cortés

Gerente
Asociación de Industriales de Antofagasta.

Elías Tefarikis

Gerente de Desarrollo
Momento Cero S.A.

Marcela Hernando

Alcaldesa
Ilustre Municipalidad de Antofagasta

¹⁸En orden alfabético y con el cargo que ocupaban cuando fueron entrevistados.



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

Global Entrepreneurship Research Center -GERC
Universidad del Desarrollo

www.gemchile.cl
Contacto: Carlos Poblete Cazenave
Coordinador GERC
capobletec@udd.cl
Tel: 56-2- 3279158

Coordinación del GEM Región Antofagasta

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

Contacto: Gianni Romaní
Directora
gachocce@ucn.cl
Tel: 56-55-355769/355746



Equipos regionales que participaron en el proyecto GEM Chile 2010

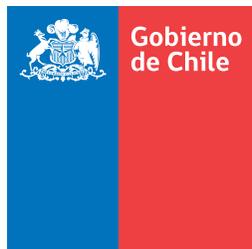
Región	Institución	Departamento Encargado	Equipo
Región de Arica y Parinacota	Universidad de Tarapacá	Área de Emprendimiento, Liderazgo y TICs de la escuela Universitaria de Ingeniería Industrial, informática y de Sistemas. Universidad de Tarapacá.	Vesna Karmelic Roberto Gamboa Aguilar Dante Choque Cáseres Hernando Bustos Andreu
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Corporación de Desarrollo de la Universidad Arturo Prat	Mauricio Vega
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Centro de Emprendimiento y de la Pyme	Gianni Romaní Miguel Atienza
Región de Atacama	Agencia Regional de Desarrollo Productivo Atacama	Agencia Regional de Desarrollo Productivo Atacama	Marynela Salvador Rodrigo Basco
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Escuela de Ingeniería Comercial	Karla Soria
Región de Valparaíso	Universidad Técnico Federico Santa María	Departamento de Industrias, Economía y Negocios	Cristóbal Fernández Jorge Cea
Región Metropolitana	Universidad Mayor	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	María Cristina Betancour Massiel Guerra
Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins	Braulio Guzmán Aracelly Tapia Sandra Díaz Antonio Iturra
Región del Maule	Universidad Católica del Maule	Facultad de Ciencias de la Ingeniería	Andrés Valenzuela Alejandro Sottolichio
Región del Bío-Bío	Universidad Católica de la Santísima Concepción	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas	Jorge Espinoza
	Universidad del Desarrollo	Facultad de Economía y Negocios	José Ernesto Amorós Carlos Poblete Cazenave
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	INCUBATEC- Incubadora de Negocios de la Universidad de la Frontera	Carlos Isaacs Bornand Claudina Uribe Franklin Valdebenito Gerardo Lagos Pedro Araneda



Presentación de los Auspiciadores



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



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”**



Agencia Regional 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.



Global Entrepreneurship Monitor

Ediciones Universitarias



Centro de Emprendimiento
y de la Pyme

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