



Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey

# Intención y Actividad Emprendedora de los Estudiantes de la Universidad Católica del Norte Antofagasta 2016



Gianni Romaní · Miguel Atienza · Nicolás Rojas



**MINERA  
ESCONDIDA**  
Operada por BHP Billiton





Intención y Actividad Emprendedora de los Estudiantes de la Universidad Católica del Norte · Antofagasta

Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey

GUESSS UCN 2016

Informe de la Universidad Católica del Norte · Antofagasta

Gianni Romaní, Miguel Atienza, Nicolás Rojas







## Informe de la Universidad Católica del Norte Antofagasta 2016

**Gianni Romani.**

**Miguel Atienza.**

**Nicolás Rojas.**

Centro de Emprendimiento y de la Pyme.

Facultad de Economía y Administración.

Universidad Católica del Norte.

Este estudio ha sido posible gracias al financiamiento de BHP Billiton y el apoyo de la Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo Tecnológico de la UCN. Agradecemos el compromiso de los académicos y estudiantes de la universidad que apoyaron el proceso de convocatoria, así como a los estudiantes que respondieron el cuestionario.

Los datos utilizados en este informe, así como su análisis e interpretación, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

© 2017 Universidad Católica del Norte.

Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey  
Informe Nacional de Chile 2016.  
Marzo 2017.

Editor: Ediciones Universitarias, Universidad Católica del Norte.

Registro de Propiedad Intelectual  
Inscripción N° 276145  
Santiago Chile.

ISBN: 978-956-287-391-8

Diseño, Diagramación y Portada: Cristian Peña Morales · [www.dimco.cl](http://www.dimco.cl)

Fotografía de portada: Pablo Vargas

Impreso en Emelnor S.A. Avenida A. Rendic 02 Antofagasta, Chile

## Presentación de la Coordinación GUESSS UCN · Antofagasta

El Proyecto GUESSS UCN- Antofagasta 2016 ha sido desarrollado por académicos vinculados 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

Tengo el gusto de presentar esta primera versión del *Global University Entrepreneurial Student's Survey*, GUESSS UCN 2016, informe sobre la Intención Emprendedora y Actividad de los Estudiantes de la Universidad Católica del Norte sede Antofagasta resultado del trabajo de académicos del Centro de Emprendimiento y de la Pyme, CEMP, de la Facultad de Economía y Administración de esta casa de estudios.

Este informe da luz sobre el rol de la educación en la formación emprendedora a nivel superior ya que muestra indicadores sobre la actitud, actividad, intención y aspiración emprendedora de los estudiantes en nuestra casa de estudios de Antofagasta. Un tema que tiene especial interés en para nuestra universidad, no solo en el ámbito de la docencia, sino también en la contribución que, como actor social, jugamos para contribuir al desarrollo regional y del país.

Destaco, también, que el CEMP ha sido capaz de convocar en un proyecto de colaboración e investigación sin precedentes a casi todas las facultades y escuelas en esta sede. Esto ha supuesto involucrar a más de mil estudiantes en Antofagasta. El notable tamaño de esta muestra ha permitido tener indicadores valiosos que nos permitirán tomar acciones para fomentar el emprendimiento universitario con innovación y valor agregado.

Les invito a disfrutar de este primer informe y aprovecho la oportunidad de agradecer a la empresa BHP Billiton, por haber financiado esta iniciativa y espero que nos siga apoyando en las próximas versiones de este estudio y a todos nuestros estudiantes que han participado en este estudio respondiendo el cuestionario *on line*.

Mis felicitaciones al equipo de académicos que realizaron el estudio y espero que continúen con este importante trabajo que nos permitirá tener una visión en el largo plazo sobre la actividad emprendedora de nuestros estudiantes

Jorge Tabilo Álvarez  
Rector  
Universidad Católica del Norte

## **AGRADECIMIENTOS**

Como Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo Tecnológico (VRIDT) de la Universidad Católica del Norte, agradecemos a cada una de las Facultades y Departamentos de esta sede, en particular a sus decanos, directores y jefes de carrera por su compromiso en el proceso de levantamiento de la información logrando que más de mil alumnos se involucren en el tema de generar datos relevantes que permitan estudiar y promover el emprendimiento, a través de cuestionario online. Sin ellos este estudio no hubiera sido posible y confiamos continuar con su apoyo en las próximas versiones de este importante estudio. Asimismo, nuestros agradecimientos a la Compañía Minera Escondida por apoyar este proyecto que permitirá visibilizar los emprendimientos de nuestros estudiantes.

También, agradecer al equipo de académicos adscritos al Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración, en particular a su Directora, Dra. Gianni Romaní por su compromiso y participación en este proyecto.

María Cecilia Hernández  
Vicerrectora de Investigación y Desarrollo Tecnológico  
Universidad Católica del Norte

## ÍNDICE

PREFACIO .....	vii
AGRADECIMIENTOS .....	viii
ÍNDICE.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
EXECUTIVE SUMMARY .....	xiv
1. EL PROYECTO GUESSS .....	2
1.1. EL MODELO CONCEPTUAL.....	3
1.2. ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO GUESSS UCN · ANTOFAGASTA .....	3
1.3. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA.....	4
2. PRINCIPALES RESULTADOS.....	5
2.1. PROYECCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE SU CARRERA .....	5
2.2. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO .....	7
2.2.1 El entorno universitario.....	7
2.2.2 Las habilidades de los estudiantes y su entorno .....	10
2.2.3 El entorno familiar .....	12
2.2.4 La sociedad.....	13
2.3. EMPRENDEDORES NACIENTES.....	14
2.3.1 Características generales.....	14
2.3.2 Planificación de su empresa .....	16
2.3.3 Motivaciones y metas .....	20
2.3.4 Otros aspectos sobre la planificación de la empresa .....	21
2.4. EMPRENDEDORES ACTIVOS .....	23
2.4.1 Características generales.....	24
2.4.2 Características de la empresa.....	25
2.4.3 Motivaciones y metas .....	28
2.4.4 Orientación de la empresa .....	30
2.4.5 Resultados de la empresa.....	31
CONSIDERACIONES FINALES .....	33
EMPRENDEDORES UNIVERSITARIOS.....	35
REFERENCIAS .....	42
SOBRE LOS AUTORES.....	43
COORDINACIÓN DEL GUESSS CHILE .....	44
COORDINACIÓN DEL GUESSS INTERNACIONAL .....	44
PRESENTACIÓN DE LOS AUSPICIADORES .....	45

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. Participación de los estudiantes por sexo .....	4
Figura 2. Carreras de los estudiantes que participaron en la encuesta.....	4
Figura 3. Proyección de los estudiantes al terminar su carrera y cinco años después .....	5
Figura 4. Proyección de los estudiantes UCN · Antofagasta y en Chile .....	6
Figura 5. Proyección de los estudiantes por sexo en la UCN · Antofagasta .....	6
Figura 6. El entorno universitario.....	7
Figura 7. Los cursos y seminarios en los que participaron los estudiantes.....	8
Figura 8. Afirmaciones respecto a cursos y otros.....	9
Figura 9. Reflexiones en torno al emprendimiento.....	10
Figura 10. Habilidades de los estudiantes en la realización de diferentes tareas.....	11
Figura 11. Reacción del entorno frente a la carrera como emprendedor .....	12
Figura 12. Actualmente, ¿tus padres son trabajadores por cuenta propia?.....	12
Figura 13. ¿Tus padres son accionistas mayoritarios de alguna empresa? .....	12
Figura 14. La sociedad en que vives.....	13
Figura 15. ¿Estás actualmente tratando de iniciar tu propio negocio? .....	14
Figura 16. Emprendedores nacientes por sexo .....	14
Figura 17. Nivel académico de los estudiantes emprendedores nacientes.....	15
Figura 18. Emprendedores nacientes por nivel de estudios .....	15
Figura 19. ¿Actualmente tus padres son trabajadores por cuenta propia?.....	16
Figura 20. ¿Son tus padres accionistas mayoritarios de alguna empresa? .....	16
Figura 21. ¿En cuánto tiempo pretende abrir su empresa?.....	17
Figura 22. Proyección de los emprendedores nacientes cinco años después.....	17
Figura 23. Emprendedores nacientes que han creado otra empresa anteriormente.....	17
Figura 24. ¿En qué sector piensa abrir su negocio?.....	18
Figura 25. Actividades de los estudiantes emprendedores nacientes.....	19
Figura 26. Motivaciones y metas .....	20
Figura 27. ¿De dónde ha surgido la idea de abrir una empresa? .....	21
Figura 28. ¿Cuál será el porcentaje de participación en la empresa? .....	22
Figura 29. ¿Cuántos socios fundadores tendrá su empresa? .....	22
Figura 30. ¿Cuántos de tus cofundadores serán mujeres? .....	22
Figura 31. ¿Cuántos cofundadores serán familiares tuyos?.....	23
Figura 32. ¿Cuántos cofundadores serán tus compañeros de estudio? .....	23
Figura 33. ¿Estás actualmente gestionando tu propio negocio?.....	23
Figura 34. Emprendedores activos por sexo .....	24
Figura 35. Nivel de educación de los estudiantes emprendedores activos.....	24

Figura 37. ¿Son tus padres accionistas mayoritarios de alguna empresa? .....	25
Figura 38. Año de creación de la empresa de los emprendedores activos.....	26
Figura 39. Porcentaje de participación en el capital de la empresa .....	26
Figura 40. ¿Quieres que la empresa sea tu principal ocupación después de graduarte?.....	27
Figura 41. Proyección de los emprendedores activos cinco años después de terminar la carrera .....	27
Figura 42. Sectores donde operan las empresas de los estudiantes .....	28
Figura 43. Motivaciones de los emprendedores activos.....	29
Figura 44. Como fundador de la empresa es importante para mí.....	30
Figura 45. Nivel de importancia en la realización de proyectos innovadores. ....	31
Figura 46. ¿Generas beneficios en ventas con tu empresa? .....	31
Figura 47. ¿Los beneficios en las ventas cubren los costos de la empresa? .....	32
Figura 48. ¿Tu empresa genera utilidades? .....	32
Figura 49. Grado de satisfacción con aspectos relacionados a su emprendimiento .....	32



## RESUMEN EJECUTIVO

De los 1312 estudiantes que respondieron el cuestionario, un 51,8% es hombre y 48,2% mujer.

Inmediatamente después de terminar sus estudios, un 8,4% de los estudiantes quiere ser emprendedor; cifra que se eleva a 56,4% cuando los estudiantes se proyectan cinco años después de egresados.

Un 50,8% estima que la UCN tiene un entorno favorable para el emprendimiento, un 47,7% siente que la universidad lo inspira a desarrollar nuevas ideas de negocios y un 49,2% cree que la universidad lo motiva a generar emprendimientos.

El 50,7% de los estudiantes ha asistido al menos a un curso específico de emprendimiento (promedio similar a lo que ocurre a nivel nacional, donde un 48,9% asegura haber asistido).

Un 57,4% de los estudiantes piensa que la capacitación recibida en la UCN le ayudó a entender qué significa ser emprendedor, mientras que un 61,7% asegura que los cursos le ayudaron para aumentar su habilidad para identificar oportunidades de negocios.

El 30% de los estudiantes de pregrado está involucrado en alguna actividad emprendedora ya sea haciendo todo lo posible para iniciar su negocio (emprendedor naciente), o ya está gestionando su propia empresa (emprendedor activo). Este porcentaje alcanza el 53,4% entre los estudiantes de post grado.

El 21,2% de los estudiantes de pregrado son emprendedores nacientes, frente a un 36,7% de los de postgrado. Solo un 8,8% es emprendedor activo, frente a un 16,7% de los estudiantes de postgrado.

El 44% de los estudiantes involucrados en actividades emprendedoras viene de una familia donde, al menos uno de sus padres, se encuentra autoempleado.

El 62% de los estudiantes involucrados en actividad emprendedora es hombre.

El 66% de los estudiantes involucrados en alguna actividad emprendedora ha asistido al menos a un curso de emprendimiento.

Del total de emprendedores nacientes, el 41,5% viene de una familia donde, al menos uno de sus padres, es autoempleado. El 54,5% ha asistido al menos a un curso de emprendimiento y el 62,6% es hombre.

Del total de los emprendedores activos, el 49,6% proviene de una familia donde, al menos uno de sus padres, es autoempleado. El 66,4% ha asistido al menos a un curso de emprendimiento y un 60,5% es hombre.

## EXECUTIVE SUMMARY

1312 students answered the on line questionnaire. 51.8% out of them were men and 48.2% women.

Immediately after completion of their studies, 8.4% of the students have the intention to be entrepreneurs, a figure that rises to 56.4% when the students project themselves five years later.

50.8% believe that the UCN has a favorable environment for entrepreneurship; 47.7% feel that the university inspires them to develop new business ideas, and 49.2% believe that the university motivates them to start businesses.

50.7% of the students have attended at least one course on entrepreneurship. Similarly occurs at a national level (48.9%).

57.4% of the students think that the courses received at the UCN helped them to understand what it means to be an entrepreneur, while 61.7% acknowledge that the courses helped them to increase their ability to identify business opportunities.

30% of the undergraduate students are involved in some entrepreneurial activity, either doing everything possible to start a business (nascent entrepreneur), or already managing their own business (active entrepreneur). This percentage reaches 53.4% among postgraduate students. 62% of the students involved in entrepreneurial activities are men.

21.2% of the undergraduate students are nascent entrepreneurs, compared to 36.7% of postgraduate students. Only 8.8% are active entrepreneurs, compared to 16.7% of postgraduate students.

44% of the students involved in entrepreneurial activities come from a family in which at least one of their parents is self-employed.

66% of the students involved in some entrepreneurial activity have attended at least one course on entrepreneurship.

41.5% of all the nascent entrepreneurs come from a family where at least one of their parents is self-employed. 54.5% have attended at least one course on entrepreneurship and 62.6% are men.

49.6% of the total active entrepreneurs come from a family where at least one of their parents is self-employed. 66.4% have attended at least one course on entrepreneurship and 60.5% are men.

## INTRODUCCIÓN

Por primera vez en su historia, la Universidad Católica del Norte (UCN) está midiendo la actitud, actividad, intención y aspiración emprendedora de sus estudiantes. El objetivo es conocer dónde están las fortalezas y debilidades de la educación emprendedora que está impartiendo la UCN, a fin de potenciar y mejorar los aspectos que sean necesarios.

Desde hace varios años, la UCN viene haciendo esfuerzos sistemáticos para fomentar el espíritu emprendedor en sus estudiantes, a través de diversas acciones como la creación del Centro de emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración en 2007, la incorporación de ramos obligatorios de emprendimiento en las mallas curriculares de algunas carreras, la inclusión de electivos de formación profesional y/o general conducentes al desarrollo de competencias emprendedoras; además de otras iniciativas más actuales como la creación de un Minor en emprendimiento e innovación (que comenzó a pilotarse en marzo del presente año), la construcción del edificio de co-work de la universidad, el primer concurso de emprendimiento universitario UCN (también lanzado en marzo del presente año), entre otras iniciativas enmarcadas en el proyecto USQAI, dependiente de la Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo Tecnológico.

Si bien todas estas acciones son positivas y contribuyen a la generación de un ecosistema emprendedor dentro de la universidad, tan importante como su implementación es medir el impacto de lo que se está haciendo.

Las cifras de las que actualmente disponemos para evaluar el rol de la educación en la formación emprendedora, nos hablan de un panorama bastante desalentador, sobre todo en la educación básica: no se está fomentando la creatividad ni se prepara a los estudiantes para la creación, gestión y administración de empresas (Romaní y Atienza, 2016). Sin embargo, este es el panorama general de la región y para tomar las decisiones correctas en la universidad es necesario conocer lo que está pasando específicamente con nuestros estudiantes.

En ese sentido, la Universidad Católica del Norte a través del CEMP está liderando el proyecto GUESSS Chile que tiene como objetivo justamente medir la actitud, actividad, aspiración e intención emprendedora de los estudiantes universitarios en el país y en este caso en la UCN, para ello se aplicó la encuesta on-line a todos los estudiantes de la UCN tanto en el campus de Antofagasta como en Coquimbo. Este informe solo corresponde a los estudiantes de la UCN-Antofagasta.

En la UCN-Antofagasta, 1.312 estudiantes de pre y posgrado (97,7% y 2,3% respectivamente) de las diferentes carreras y programas que ofrece este campus, respondieron la encuesta online. La información fue recogida entre abril y julio de 2016 a través de un cuestionario en línea que fue difundido por medio de distintas plataformas a todos los estudiantes de la universidad.

Con el fin de simplificar el análisis y la lectura, el presente informe tiene tres partes. En la primera, se describe brevemente el proyecto GUESSS y su modelo teórico conceptual; en la segunda parte, se hace la descripción de la muestra; luego se presentan los principales resultados del estudio, seguidos por las consideraciones finales.

## 1. EL PROYECTO GUESS<sup>1</sup>

El proyecto Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESS) se inició en 2003, como una iniciativa del Instituto de Investigación de la Pequeña Empresa y Emprendimiento de la Universidad de Saint Gallen (KMU-HSG) en Suiza. A partir del año 2016, se hacen cargo del proyecto la Universidad de Saint Gallen en conjunto con la Universidad de Bern, en Suiza, y es auspiciado por la consultora Ernest & Young.

Actualmente, el GUESS es uno de los estudios más grandes sobre emprendimiento universitario en el mundo. Tiene como objetivo analizar la intención emprendedora y la actividad de los estudiantes a través de una encuesta en línea que se realiza cada dos años. En cada ciclo de recolección de datos, el GUESS se ha ido consolidando y se implementa cada vez en más países, culminando su séptimo ciclo en el año 2016 con más de 50 países participantes y más de 122 mil estudiantes (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2016).

En cada ciclo de recolección de datos, el equipo del proyecto desarrolla una encuesta con los más altos estándares académicos. Luego se envía el *link* de la encuesta a las universidades que están liderando el proyecto en los diferentes países participantes (cada país participante está representado por una universidad). La universidad responsable en cada país envía el *link* a sus estudiantes y a las universidades que se asocian al proyecto. A su vez, cada universidad socia envía el *link* a sus respectivos estudiantes y así se levanta la información en cada uno de los países miembros del proyecto. Posteriormente, los datos son enviados a la universidad responsable en cada país para la elaboración del informe nacional y esta, a su vez, reenvía la base de datos a las universidades socias para que puedan analizarlos.

La información recogida permite comprender en profundidad las actitudes, intenciones, actividades y aspiraciones emprendedoras de los estudiantes, así como evaluar la efectividad y calidad de los programas que las universidades ofrecen en el contexto del emprendimiento. Asimismo, los datos se usan para diferentes estudios, informes, publicaciones académicas en revistas como *Journal of Business Venturing*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, *Small Business Economics* y *Journal of Small Business and Management*, entre otros.

---

<sup>1</sup> Este apartado está basado en Romaní, Atienza y Rojas (2017a)

## 1.1. EL MODELO CONCEPTUAL

El modelo conceptual del proyecto GUESSS está basado en la Teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), Azjen (2002) y Fishbein y Azjen (1975), el cual explica que las intenciones hacia un comportamiento específico son influenciadas por diferentes factores.

La figura 1 representa el modelo teórico. Los estudiantes llegan a la universidad con todo el historial personal y familiar, así como sus motivaciones personales con respecto al emprendimiento. La universidad proporciona un entorno específico de reglas, expectativas y normas de comportamiento que también contribuyen a desarrollar en el estudiante una actitud frente al emprendimiento. A través de su oferta académica, la universidad también puede aumentar la percepción de los estudiantes sobre autoeficacia y control de comportamiento percibido, en relación a la actividad emprendedora. La combinación de las actitudes hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido resultan en la intención emprendedora de los estudiantes.

**Diagrama 1. Modelo conceptual del GUESSS**



Fuente: Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2011).

## 1.2. ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO GUESSS UCN · ANTOFAGASTA

La Universidad Católica del Norte - Antofagasta se incorporó por primera vez al proyecto GUESSS en 2011, liderado en esa ocasión por la Universidad Adolfo Ibáñez<sup>2</sup>. En esa oportunidad participaron apenas 470 estudiantes. Posteriormente, en 2016 es la UCN, a través del Centro de emprendimiento y de la pyme de la Facultad de Economía y Administración, la que lidera el proyecto en el país. En esta ocasión se difundió la información a todos los jefes de carreras de las distintas escuelas y facultades de la sede en

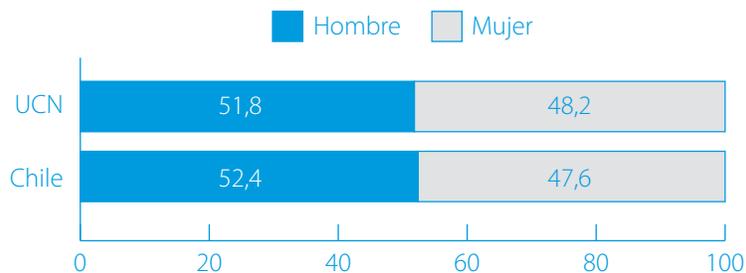
Antofagasta. Cada jefe de carrera distribuyó el link de la encuesta online entre sus estudiantes, además el CEMP realizó una campaña sala a sala para solicitar la colaboración de los estudiantes en el proceso de recogida de la información. Igualmente, el link de la encuesta se colocó en la página online de la UCN para facilitar el acceso de los estudiantes. El levantamiento de la información se dio entre los meses de abril y julio y permitió la participación de 1.312 estudiantes que respondieron el cuestionario online.

<sup>1</sup> Mayor información ver Echeopar, Bustamante y Bejares (2011).

### 1.3. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

De los 1.312 estudiantes que respondieron la encuesta en la Universidad Católica del Norte de Antofagasta, un 51,8% son hombres y el 48,2% mujeres. No se observan diferencias significativas cuando se compara con el conjunto del país (figura 1). La edad promedio de los estudiantes de la UCN-Antofagasta que respondieron el cuestionario es de 22,9 años, mientras que la mediana es de 23 años.

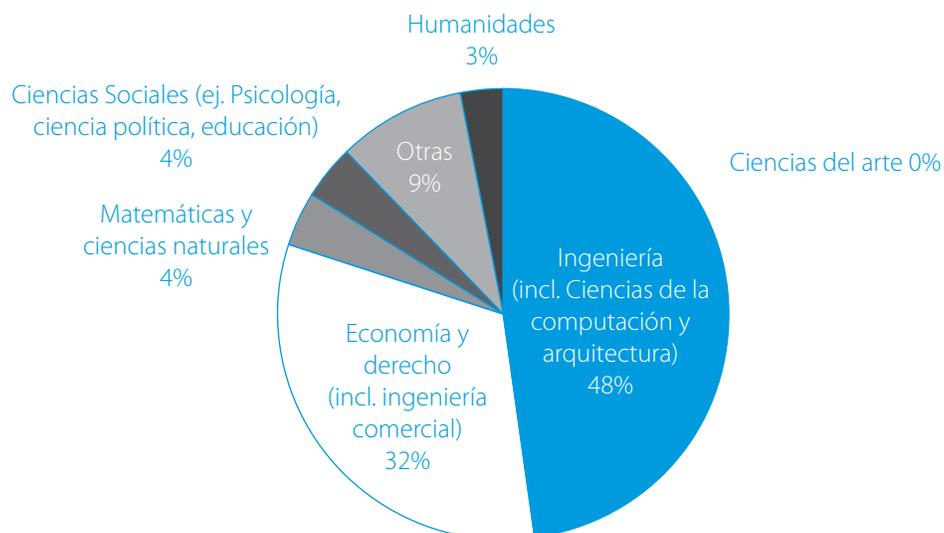
**Figura 1. Participación de los estudiantes por sexo**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

De ellos, el 97,7% está estudiando en pregrado, el 1,6% un programa de maestría y el 0,7% un programa de doctorado. Por otro lado, las áreas de estudio más relevantes en la muestra son las Ingenierías, que incluye las Ciencias de la computación y Arquitectura (47,5%) y Derecho y Economía, que incluye la carrera de Ingeniería Comercial (32,4%), representando en conjunto el 79,9% (ver figura 2).

**Figura 2. Carreras de los estudiantes que participaron en la encuesta**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS UCN-Antofagasta 2016.

El 97,9% de los estudiantes son chilenos, pero también se han identificado estudiantes peruanos (0,6%), colombianos (0,4%), ecuatorianos (0,3%), mexicanos (0,3%), argentinos (0,2%) y bolivianos, cubanos y europeos (0,1% respectivamente). Es importante destacar que, del total de estudiantes extranjeros, siete de ellos se encuentran en programas de intercambio, representando un 0,5% del total de la muestra.

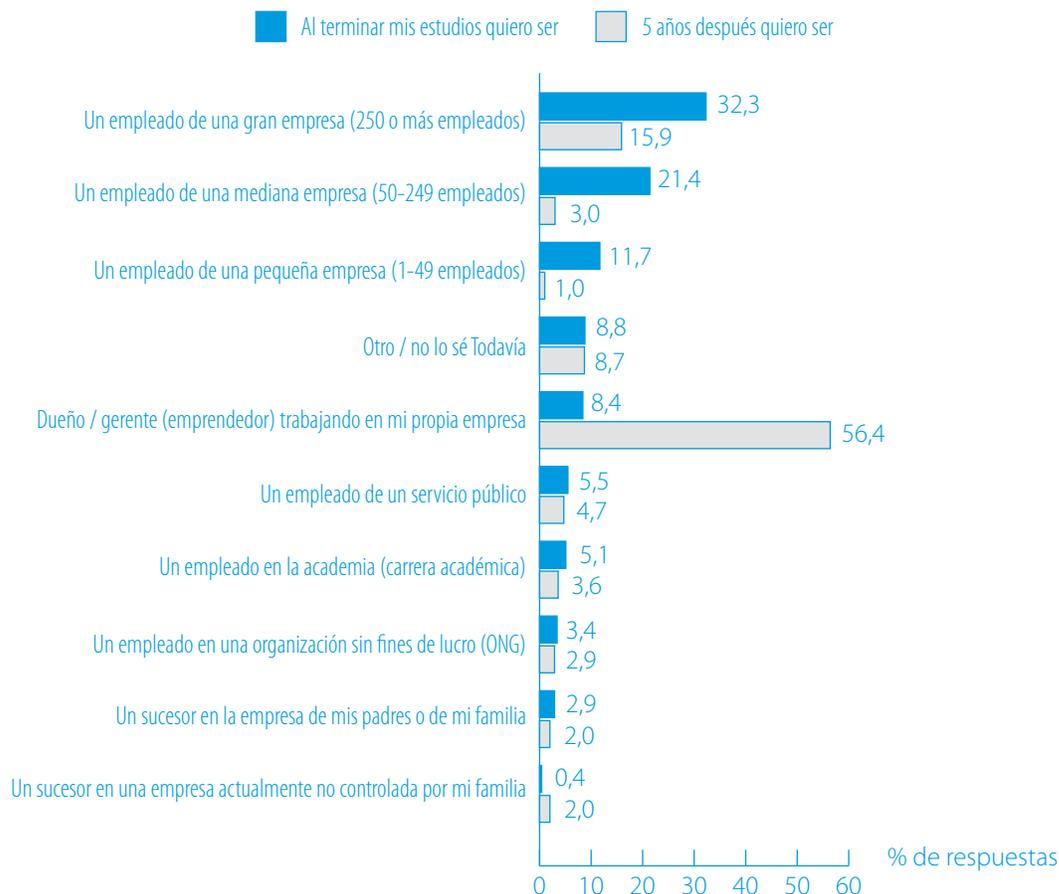
## 2. PRINCIPALES RESULTADOS

### 2.1. PROYECCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE SU CARRERA

Uno de los aspectos importantes para el modelo conceptual del GUESSS es conocer la proyección que realizan los estudiantes sobre lo que ocurrirá en términos profesionales con su futuro: si quieren ser emprendedores, empleados o sucesores de una empresa familiar.

De esta manera, se les pregunta sobre la proyección de su carrera al terminar sus estudios y cinco años después, apreciándose una importante diferencia pues, mientras que al terminar la carrera casi el 80% quiere ser empleado, este porcentaje disminuye a 31% cuando se proyectan cinco años más. En consecuencia, tal como se ve en la figura 3, la cantidad de estudiantes de la UCN que quiere emprender aumenta considerablemente (de 8,4% a 56,4%).

**Figura 3. Proyección de los estudiantes al terminar su carrera y cinco años después**

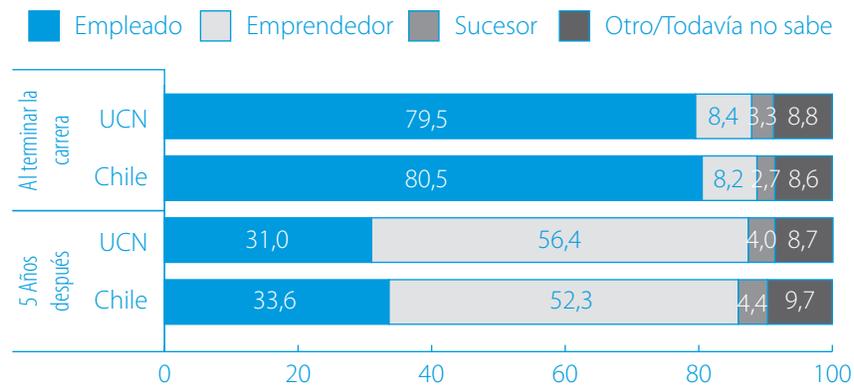


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS UCN-Antofagasta 2016.

La brecha respecto a la intención emprendedora en ambos supuestos podría tener relación con la autopercepción que tienen los estudiantes respecto a las habilidades y competencias que tienen para emprender, pues se podría deducir que quieren trabajar, generar redes de contacto, juntar dinero y ganar experiencia antes de desarrollar un emprendimiento. Sin embargo, estas interpretaciones deberían ser confirmadas en estudios posteriores, pues los datos obtenidos no permiten concluir aquello.

Los datos obtenidos son próximos a lo que ocurre con los universitarios a nivel nacional, pero la intención emprendedora de los estudiantes de la UCN de Antofagasta es levemente superior al promedio de Chile (figura 4).

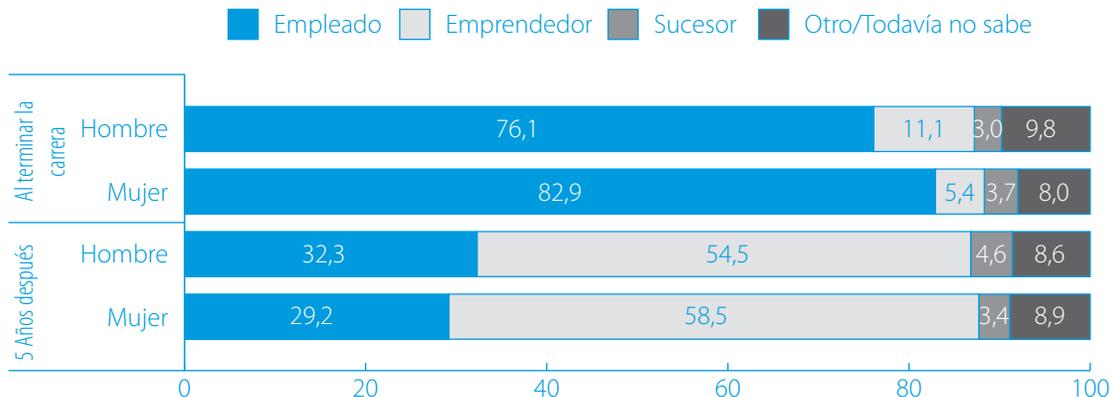
**Figura 4. Proyección de los estudiantes UCN · Antofagasta y en Chile**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

Analizada por género, la intención emprendedora de los estudiantes muestra que son más los hombres los que quieren emprender, prácticamente duplicando a las mujeres (11,1% y 5,4%, respectivamente). Sin embargo, la situación cambia al proyectarse cinco años después, donde las mujeres, proporcionalmente, tienen más intenciones de emprender su propio negocio (58,5% y 54,5% respectivamente) que los hombres.

**Figura 5. Proyección de los estudiantes por sexo en la UCN · Antofagasta**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

## 2.2. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO

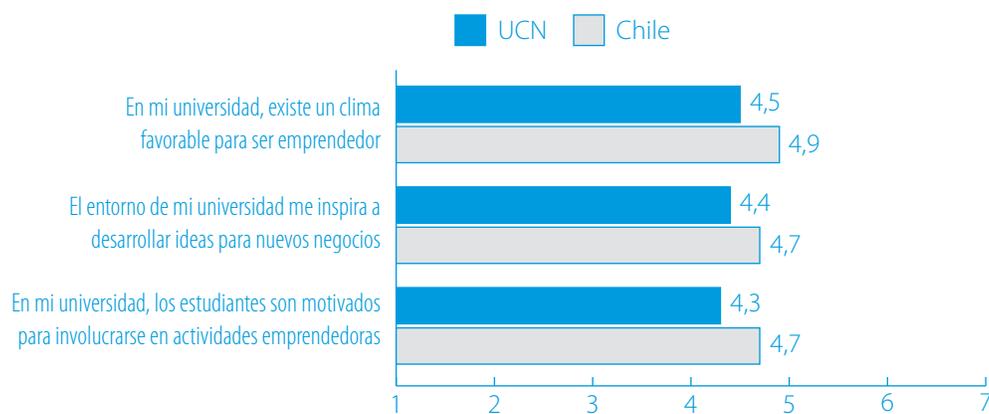
### 2.2.1 El entorno universitario

Según el modelo conceptual en el que se basa el proyecto GUESSS, el contexto universitario también influye en la intención emprendedora de los estudiantes. En ese sentido, una de las preocupaciones del GUESSS es saber si la universidad desarrolla actividades vinculadas con el emprendimiento, para ello ha incorporado al cuestionario afirmaciones que permiten recoger esta información, medidas con una escala de Likert de 1 a 7, donde 1 = Muy en desacuerdo y 7 = Muy de acuerdo.

Si bien las respuestas relacionadas al entorno de la universidad tienen valoraciones positivas, estas se encuentran por debajo del promedio nacional en las tres dimensiones. El promedio más alto, tanto para la UCN-Antofagasta como para el promedio nacional, nos habla de un ambiente favorable para el emprendimiento; seguido por el entorno para desarrollar nuevos negocios y, finalmente, la motivación que les entrega la universidad para involucrarse en actividades emprendedoras (ver figura 6).

Analizando la distribución porcentual de los resultados de la UCN-Antofagasta, se observa que un 47,7% o más, considera que en la universidad existe un clima favorable para ser emprendedor, que el entorno universitario les inspira a desarrollar ideas de negocio, y que en la universidad son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras. Pese a estos resultados favorables, el 23,3% considera que el ambiente universitario no tiene trascendencia en estos aspectos. Por lo anterior, estos datos representan un desafío para la universidad para insistir y mejorar las acciones que se están realizando, además de averiguar qué es lo que necesitan los estudiantes para mejorar estos indicadores.

**Figura 6. El entorno universitario**

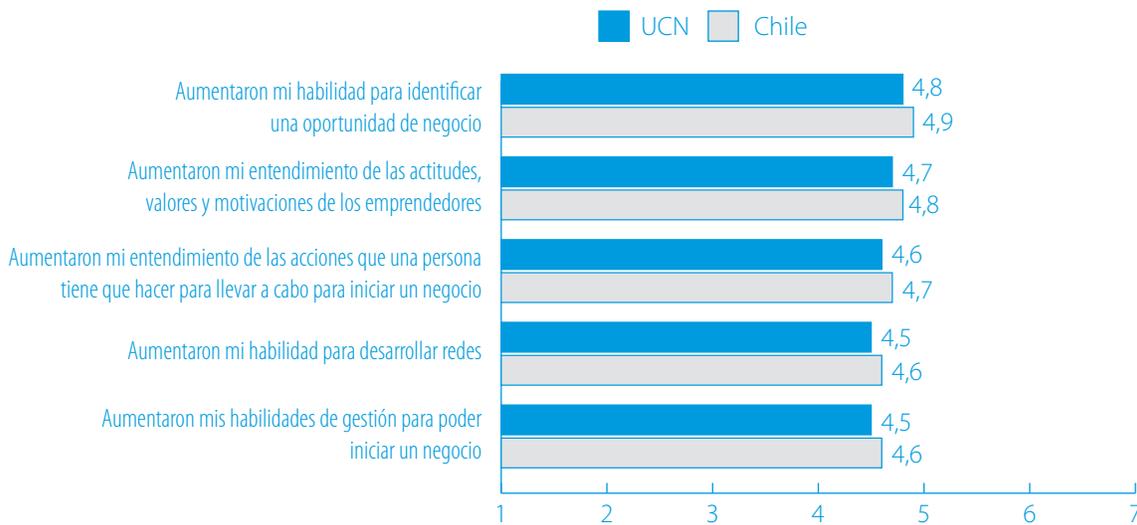


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

Además de las preguntas generales, el GUESSS también pone el foco en la utilidad de los cursos de emprendimiento a los que han asistido los estudiantes. Al respecto, se observa que las valoraciones de los estudiantes de la UCN - Antofagasta se encuentran levemente por debajo del promedio nacional en todas las dimensiones (figura 7), aunque cabe destacar que las valoraciones promedio están todas sobre el 4,5. Analizando la distribución de las respuestas se observa, que un 52,9% o más, considera que los cursos fueron un aporte en cada una de las dimensiones señaladas, sin embargo, para un 21,6% o menos de los estudiantes, estos cursos les han sido indiferentes y menos de un cuarto de ellos considera lo contrario. Estos resultados también muestran un desafío para la universidad en el sentido de evaluar la oferta de cursos y seminarios que se imparten vinculados con emprendimiento.

Destacan en este apartado la habilidad para identificar oportunidades de negocio y el entendimiento de lo que significa ser emprendedor (valores, actitudes, motivaciones y acciones), lo que, tanto para la UCN-Antofagasta como a nivel nacional, podría explicar la importante brecha observada en la intención emprendedora al terminar la universidad y cinco años después (figura 5).

**Figura 7. Los cursos y seminarios en los que participaron los estudiantes**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

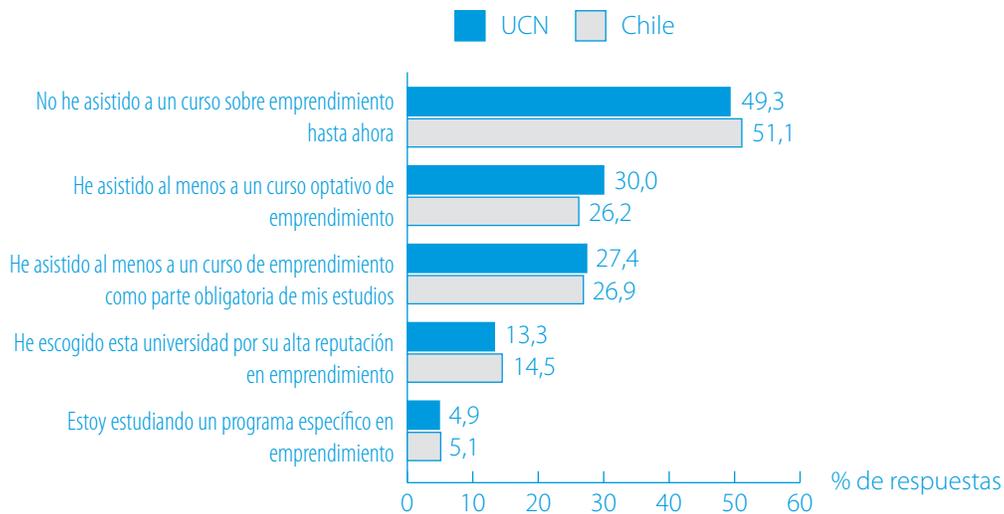
En relación a la asistencia a cursos específicos de emprendimiento, los resultados de la UCN-Antofagasta son próximos al conjunto del país, en algunos casos levemente por encima y en otros ligeramente por debajo.

Si bien los resultados podrían parecer poco alentadores, las cifras deben leerse con cuidado, pues en las economías basadas en la innovación se da el fenómeno de una menor intención emprendedora (Kelley, Singer y Herrington, 2016). En base a ello, podemos inferir que la intención emprendedora está influenciada además de la educación, por los costos de oportunidad, la comprensión de lo que implica el proceso emprendedor, entre otros factores.

Mientras que en la UCN el 49,3% de los estudiantes afirma que no ha asistido a ningún curso de emprendimiento, el promedio nacional es del 51,1%. Asimismo, un 30% de los estudiantes declara que ha asistido a un ramo optativo y el 27,4 a un curso obligatorio (figura 8). La misma realidad, pero a nivel nacional, nos indica que el 26,2% ha asistido a un curso optativo y el 26,9% a un curso obligatorio.

Nuevamente, los resultados muestran una gran oportunidad para la universidad, en el sentido de incorporar cursos de emprendimiento de manera obligatoria y transversal para todas las carreras, de tal forma que todos los estudiantes, con independencia de la carrera que estudien, desarrollen la actitud emprendedora no solo para crear una empresa sino para incorporarlo en su estilo de vida.

**Figura 8. Afirmaciones respecto a cursos y otros**



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESS Chile 2016.

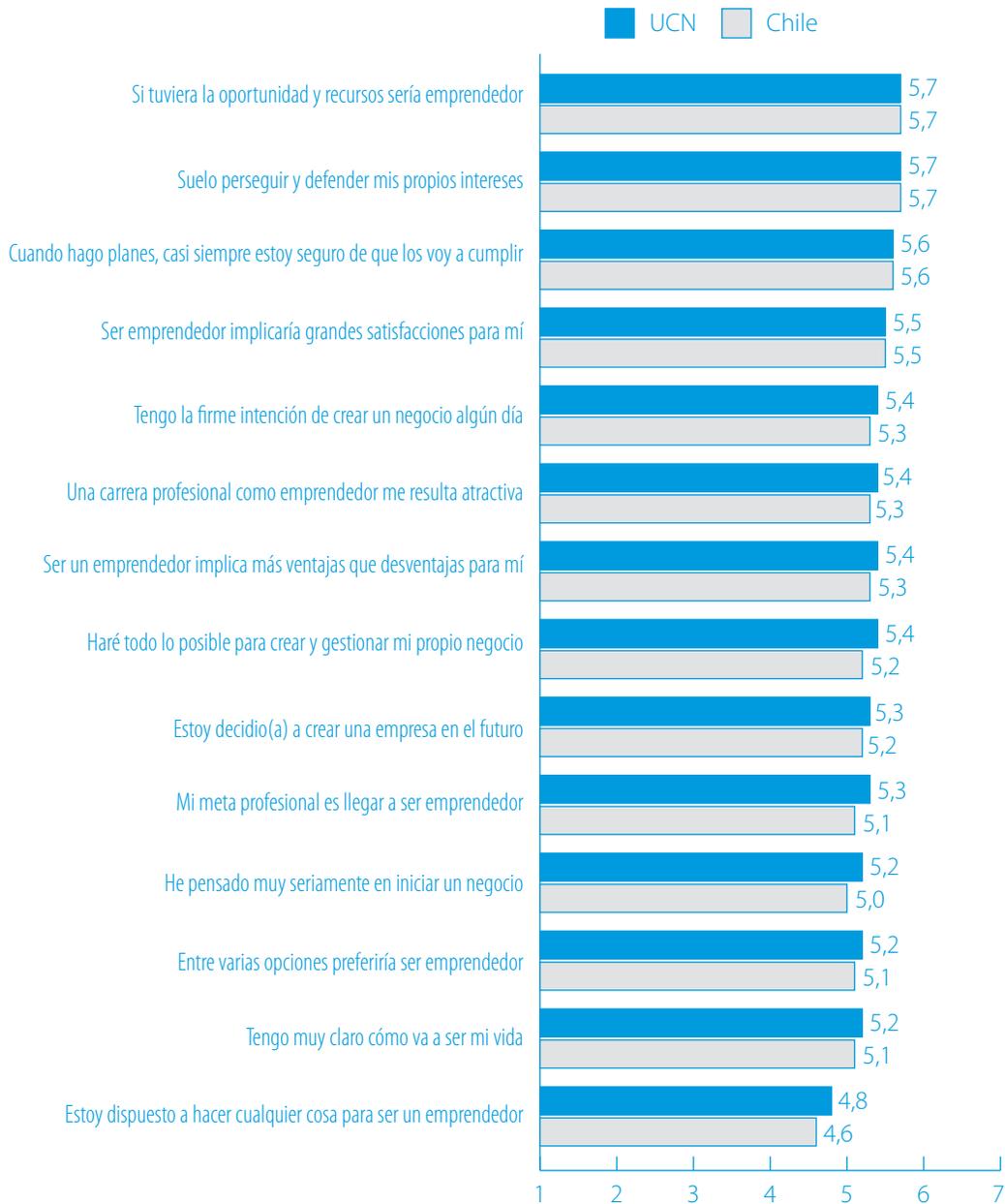
La encuesta también contempla las reflexiones de los estudiantes respecto al emprendimiento, a través de afirmaciones que deben valorar en una escala de Likert de 1 a 7 donde 1= Muy en desacuerdo y 7 = Muy de acuerdo. Estas afirmaciones vienen a ser parte del locus de control de los estudiantes que también influye en la intención emprendedora.

En términos generales, las valoraciones de los estudiantes de la UCN están levemente por encima del promedio nacional (figura 9), coincidiendo en el orden de las más altas a las más bajas. Siendo la valoración promedio más baja de 4,8 mientras que la más alta de un 5,7.

Analizando la distribución de sus respuestas, el 83,8% de los estudiantes de la UCN - Antofagasta está dispuesto a perseguir y defender sus intereses y el 60,3% asegura que está dispuesto a hacer cualquier cosa para ser emprendedor.

En definitiva, tal como se puede apreciar en la figura 9, los estudiantes de la UCN –Antofagasta tienen una marcada orientación hacia el emprendimiento y la persecución de sus intereses personales, lo que indica que existe una muy buena base actitudinal para desarrollar cursos y planes de emprendimiento en los estudiantes.

**Figura 9. Reflexiones en torno al emprendimiento**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

### 2.2.2 Las habilidades de los estudiantes y su entorno

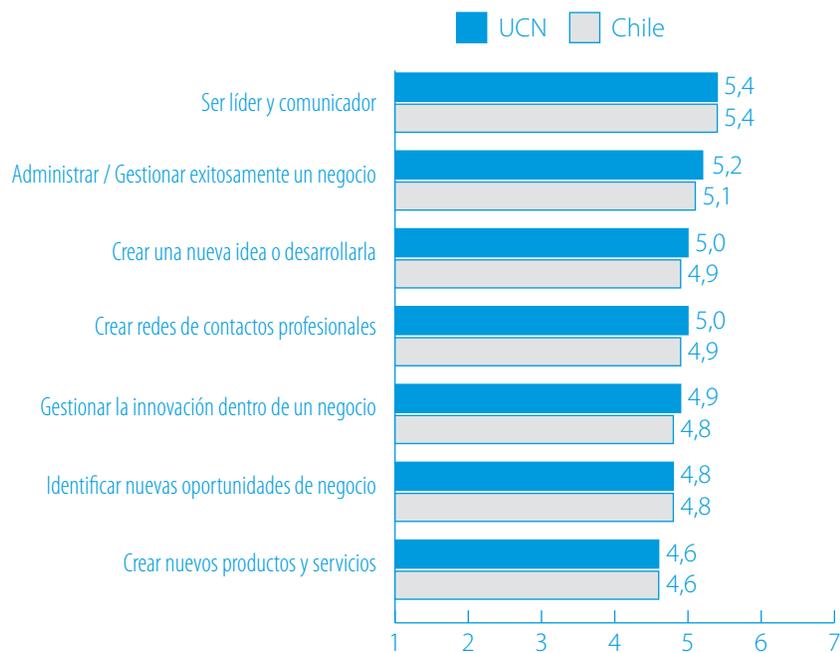
La investigación además contempla preguntas relacionadas con la percepción que tienen los estudiantes respecto a sus habilidades para emprender, las que se miden a través de una escala de Likert de 1 a 7, donde 1=Muy baja competencia y 7=Muy alta competencia.

El promedio de respuestas varía entre el 4,6 y 5,4 reflejando resultados por encima del promedio nacional, salvo en el primer ítem “ser un líder y un comunicador”, el cual está levemente por debajo.

Como se puede apreciar en la figura 10, los estudiantes se ven a sí mismos con habilidades más fuertes para liderar, comunicar, administrar y crear o desarrollar nuevas ideas; mientras que las menos desarrolladas (aunque con promedio superior al 4,6) tienen que ver con la capacidad de crear nuevos productos y servicios e identificar oportunidades de negocios. En el fondo, de acuerdo a su propia percepción, si bien reconocen sus habilidades, les falta materializar sus ideas y ponerlas en práctica. Es importante destacar que el universo encuestado proviene mayoritariamente de las ingenierías y la economía, lo que podría explicar este resultado.

De todas formas, lo anterior confirma lo visto en la figura 9, en relación con la base que tienen los estudiantes de la UCN - Antofagasta, pues tienen una percepción bastante optimista de sí mismos, se sienten capaces y están dispuestos a luchar para lograr sus objetivos. En consecuencia, el desafío es canalizar estas competencias y generar los espacios para que puedan materializar sus ideas.

**Figura 10. Habilidades de los estudiantes en la realización de diferentes tareas**

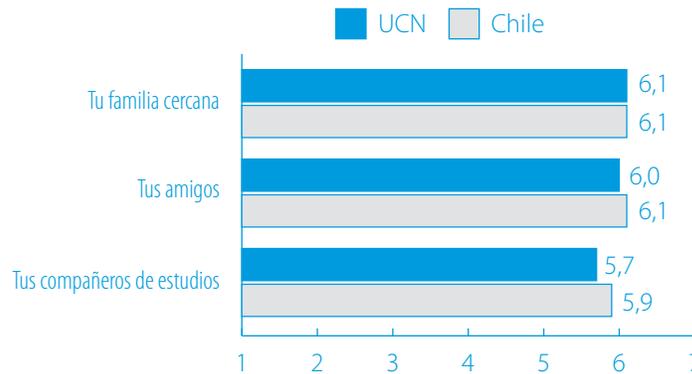


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESS Chile 2016.

Adicionalmente, se midió la reacción de su entorno respecto a una potencial carrera como emprendedor, medida también a través de una escala Likert, donde 1=Muy negativamente y 7= Muy positivamente.

Destaca la positiva reacción que tendría su familia cercana, con una valoración de 6,1 en el caso de los estudiantes de la UCN-Antofagasta, prácticamente igual al promedio nacional. En segundo lugar se encuentran los amigos, los que, de acuerdo a las respuestas de los estudiantes, también tendrían una reacción muy favorable; así como de sus compañeros de estudios, que si bien es una valoración en promedio menor que la de sus amigos y su familia no deja de ser positiva. En general no hay diferencias significativas entre los estudiantes de la UCN-Antofagasta y los del conjunto del país.

**Figura 11. Reacción del entorno frente a la carrera como emprendedor**

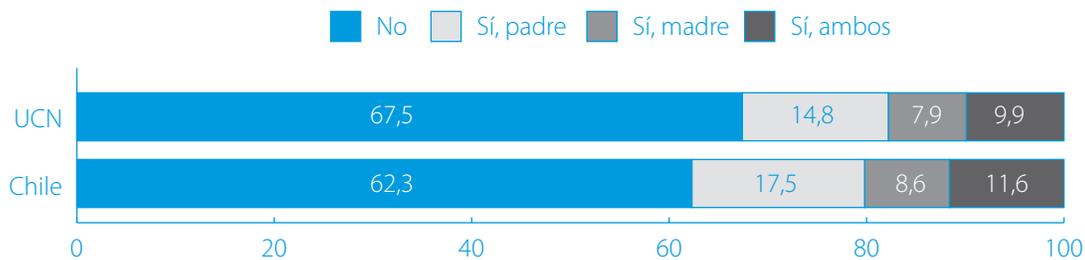


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

### 2.2.3 El entorno familiar

Además de la percepción sobre las habilidades que tiene cada estudiante de sí mismo, es interesante conocer la realidad familiar, pues es uno de los factores que influiría en la intención emprendedora de los estudiantes. En los siguientes gráficos (figuras 12 y 13) se puede apreciar que un 32,5% de los estudiantes de la UCN-Antofagasta declara que al menos uno de sus padres trabaja por cuenta propia frente al 37,7% a nivel nacional, mientras que el 10,4% asegura que al menos uno de sus padres es accionista mayoritario de una empresa versus un 12,7% en Chile.

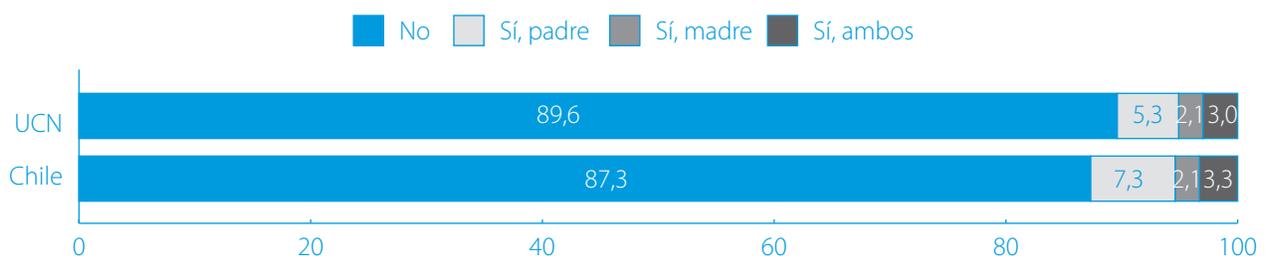
**Figura 12. Actualmente, ¿tus padres son trabajadores por cuenta propia?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

El hecho de que casi un tercio de los estudiantes tenga al padre, madre o ambos como autoempleados, es un resultado no menor ya que podría influir en la intención emprendedora de los estudiantes. Es de esperar que este porcentaje aumente en el grupo de estudiantes que son emprendedores nacientes y en los activos. Lo mismo se esperaría de la proporción de padres que son accionistas mayoritarios de alguna empresa.

**Figura 13. ¿Tus padres son accionistas mayoritarios de alguna empresa?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

## 2.2.4 La sociedad

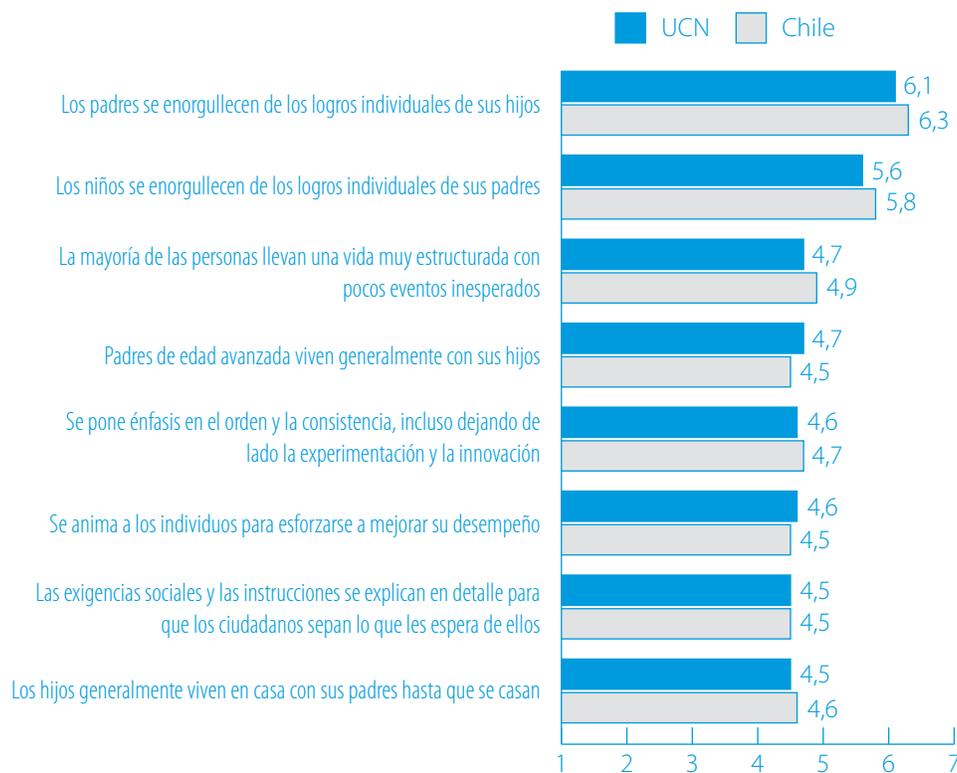
Además de la autopercepción y el entorno familiar, el modelo conceptual del GUESSS incluye el entorno social como uno de los factores que influye en la intención emprendedora de los estudiantes. En este contexto, se incorporó una serie de afirmaciones para que los estudiantes valoren en una escala de Likert de 1 a 7, donde 1= Muy en desacuerdo y 7= Muy de acuerdo.

En este aspecto, las valoraciones promedio son muy próximas entre los estudiantes de la UCN-Antofagasta y el conjunto del país, situándose ligeramente por encima o por debajo del conjunto del país. En el primer caso varían entre un 4,5 y un 6,1 mientras que en el segundo entre un 4,6 y un 6,3.

La valoración más alta es de 6,1 y 6,3 respectivamente, y se refiere al orgullo que tienen los padres respecto a los logros de sus hijos (figura 14), seguido de un 5,6 y un 5,8 respectivamente, relacionado con el orgullo de los hijos en relación a los logros de los padres. El resto de las valoraciones en promedio están por debajo de 5. La valoración más baja es para la afirmación que hace referencia a que los hijos generalmente viven en casa de sus padres hasta que se casan, que tiene una puntuación de 4,5 y 4,6 respectivamente.

**Figura 14. La sociedad en que vives**

En mi sociedad,

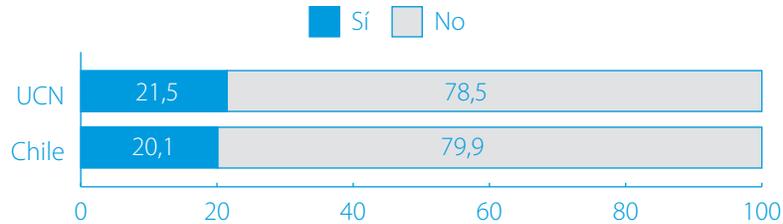


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

## 2.3. EMPRENDEDORES NACIENTES

Para el proyecto GUESSES, un emprendedor naciente es el estudiante que declara que actualmente está trabajando para iniciar su propio negocio o ser autoempleado. En la UCN, el 21,5% de los estudiantes declara estar en esta condición, porcentaje levemente superior al promedio nacional, un 20,1% (figura 15).

**Figura 15. ¿Estás actualmente tratando de iniciar tu propio negocio?**



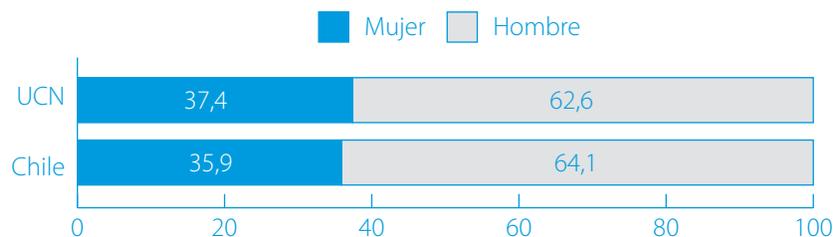
Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSES Chile 2016.

### 2.3.1 Características generales

Tanto en la UCN - Antofagasta como a nivel nacional, predominan los estudiantes varones que están tratando de iniciar sus emprendimientos (figura 16). Un 62,6% de los emprendedores nacientes son hombres en la UCN, versus el 64,1% a nivel nacional.

El mismo análisis a nivel regional, si bien nos muestra que los emprendedores en etapas iniciales (que han pagado salarios por hasta 42 meses) son mayoritariamente hombres, la tendencia se revierte cuando hablamos de emprendedores establecidos, existiendo una mayoría femenina (Romaní y Atienza, 2016).

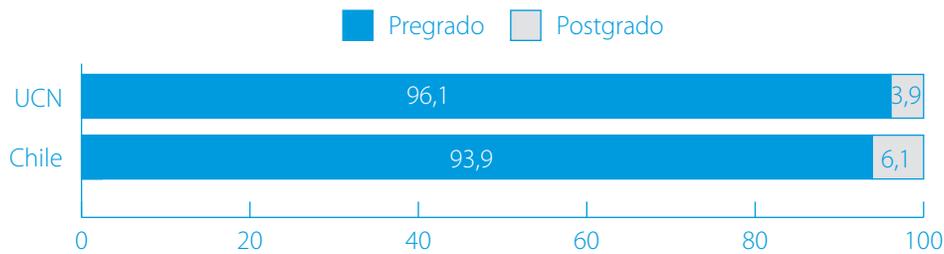
**Figura 16. Emprendedores nacientes por sexo**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSES Chile 2016.

En cuanto al nivel académico, un porcentaje muy mayor corresponde a estudiantes de pregrado, tendencia similar a lo que ocurre a nivel nacional, representando en la UCN un 96,1% de los emprendedores (figura 17). De los estudiantes de postgrado, un 3,2% corresponde a programas de magister y un 0,7% a doctorados.

**Figura 17. Nivel académico de los estudiantes emprendedores nacientes**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

Si analizamos separadamente a los emprendedores por nivel de estudios, en pregrado un 21,2% de los estudiantes está intentando comenzar un negocio, lo mismo ocurre con el 42,9% de los estudiantes de magister y 22,2% de los estudiantes de doctorado (figura 18). Destaca el grupo de estudiantes del magister tratando de iniciar su empresa.

**Figura 18. Emprendedores nacientes por nivel de estudios**

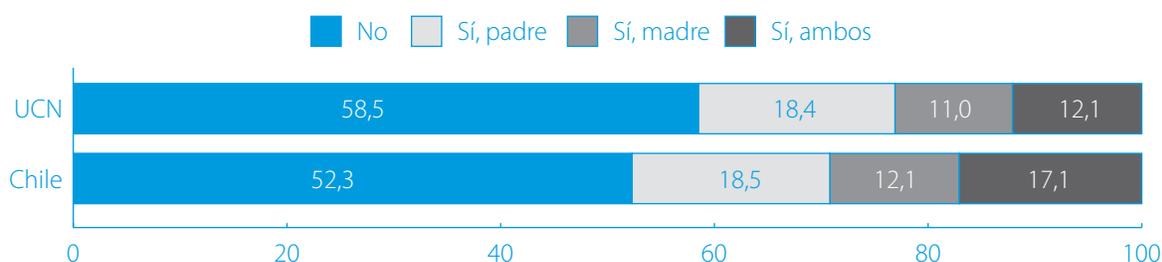


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS UCN-Antofagasta 2016.

En relación a lo que ocurre en sus familias, los datos demuestran que el 41,5% de los emprendedores nacientes de la UCN - Antofagasta proviene de entornos emprendedores, con padre, madre o ambos involucrado en actividades emprendedoras (figura 19). Este resultado podemos contrastarlo con el visto en la figura 13, donde el 32,5% del total de estudiantes proviene de entornos emprendedores; confirmando así que el medio familiar es un factor a considerar cuando se trata de medir la intención emprendedora.

De igual modo a nivel nacional el 47,7% de los emprendedores universitarios en etapas iniciales proviene de familias con esas características, lo que nuevamente nos lleva a pensar que estamos frente a uno de los factores que inciden de manera importante en la intención emprendedora de las personas. Sin embargo, estas conclusiones aún no podemos determinarlas, pues los datos obtenidos no lo permiten, por lo que se sugiere para una investigación futura.

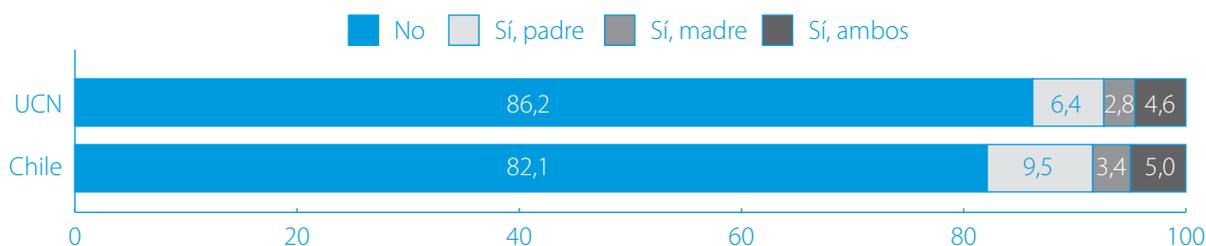
**Figura 19. ¿Actualmente tus padres son trabajadores por cuenta propia?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

En esta misma línea, el 13,8% de los universitarios involucrados en actividades emprendedoras proviene de familias donde el padre, la madre o ambos son accionistas mayoritarios de una empresa (figura 20). Este porcentaje está por debajo del nivel nacional, un 17,9%. Como es de esperar en este grupo de estudiantes, el porcentaje que tiene familiares cercanos como accionistas mayoritarios de una empresa supera al obtenido por el total de estudiantes de la UCN – Antofagasta, un 13,8% frente a un 10,4%.

**Figura 20. ¿Son tus padres accionistas mayoritarios de alguna empresa?**



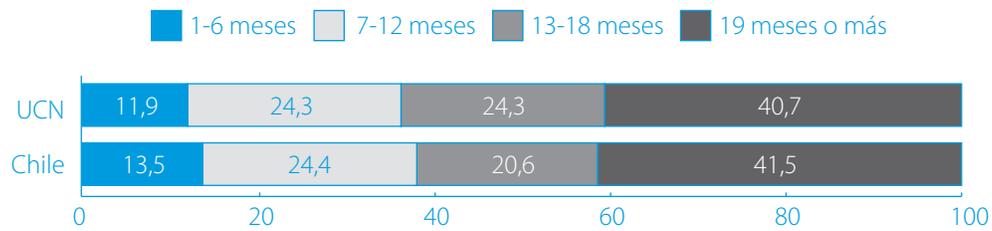
Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

### 2.3.2 Planificación de su empresa

Conocer qué están soñando los estudiantes, cuáles son las acciones que han empezado a realizar y cómo planifican sus emprendimientos es fundamental para poder orientar los procesos al interior de las universidades. En la UCN - Antofagasta, el 40,7% de los alumnos que planea iniciar su negocio espera hacerlo en 19 meses o más, mientras que solo un 11,9% asegura que lo hará dentro de los próximos seis meses (figura 21).

Comparado con los resultados a nivel nacional, la situación es muy similar: 41,5% de los estudiantes asegura que abrirá su empresa en 19 meses o más y 13,5% de ellos lo hará en los próximos seis meses.

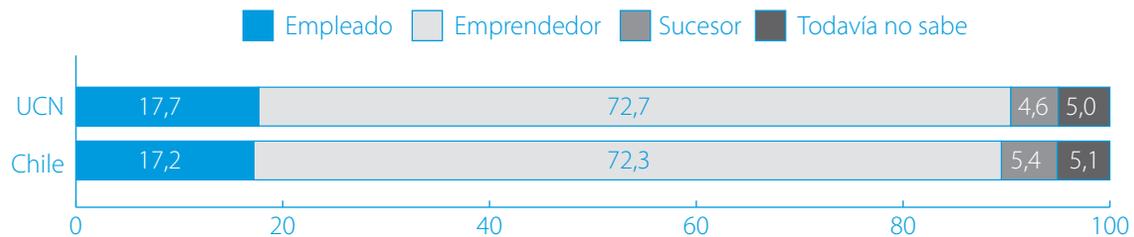
**Figura 21. ¿En cuánto tiempo pretende abrir su empresa?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

En esa misma línea, cuando los emprendedores nacientes se proyectan a cinco años, los resultados cambian significativamente y son bastante similares a los obtenidos en el conjunto del país: más del 70% de los estudiantes de la UCN – Antofagasta y en el conjunto del país quiere que su emprendimiento se convierta en su principal ocupación, mientras que solo un 17,7% (en el caso de la UCN -Antofagasta) pretende ser empleado frente a un 17,2% a nivel nacional (figura 22).

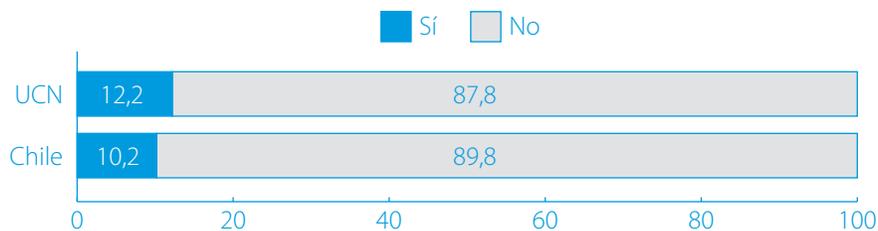
**Figura 22. Proyección de los emprendedores nacientes cinco años después**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

Además de las proyecciones que hacen los estudiantes respecto a sus carreras, es importante destacar que, en el grupo de emprendedores nacientes, un 12,2% tiene experiencia previa en la creación de empresas, porcentaje levemente superior al promedio nacional, un 10,2% (figura 23). Esa información es relevante si consideramos que los emprendedores, en un alto porcentaje, tienden a fracasar en sus primeras experiencias.

**Figura 23. Emprendedores nacientes que han creado otra empresa anteriormente**

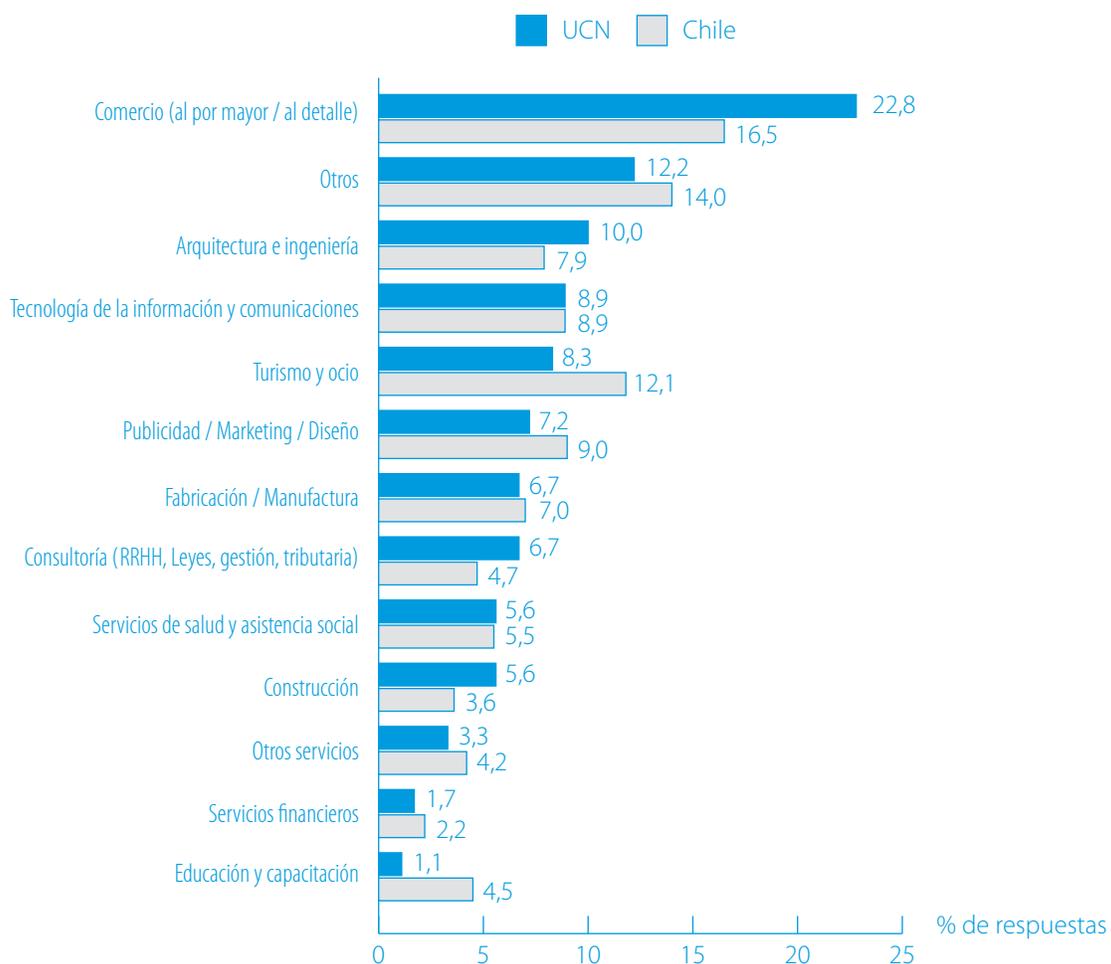


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

En relación al sector económico que los estudiantes de la UCN- Antofagasta planean abrir sus empresas, existe una clara tendencia hacia el comercio (por mayor o detalle), sector que obtiene un 22,8% de las preferencias; seguido por arquitectura e ingeniería, con 10%, y las TIC, representando un 8,9% (figura 24).

Llama la atención las significativas diferencias con las proyecciones de los estudiantes a nivel nacional, donde si bien las mayores preferencias también apuntan al comercio, este representa un porcentaje bastante menor (16,5%) comparado al 22,8% de los estudiantes UCN - Antofagasta. Asimismo, solo un 8,3% de los estudiantes de la UCN - Antofagasta frente a un 12,1% a nivel nacional está viendo oportunidades en el sector de turismo y ocio, siendo que están en una región con un potencial importante debido al alto flujo de visitantes por la actividad minera. Es importante destacar que la proporción de estudiantes que piensa orientar su emprendimiento al sector de la Arquitectura e Ingeniería, así como a la Construcción supera al obtenido a nivel nacional, un 10,0% frente a un 7,9% y un 5,6% versus un 3,6% respectivamente. Por otro lado, se esperaría que al ser estudiantes universitarios, orienten sus productos o servicios hacia sectores de mayor valor agregado con más innovación. Sin embargo más de un quinto de los estudiantes planea orientar al sector comercio ya sea al por mayor o al detalle donde existe poca o nula innovación. Estos resultados son un desafío para la universidad para promover el emprendimiento de alto impacto con innovación.

**Figura 24. ¿En qué sector piensa abrir su negocio?**



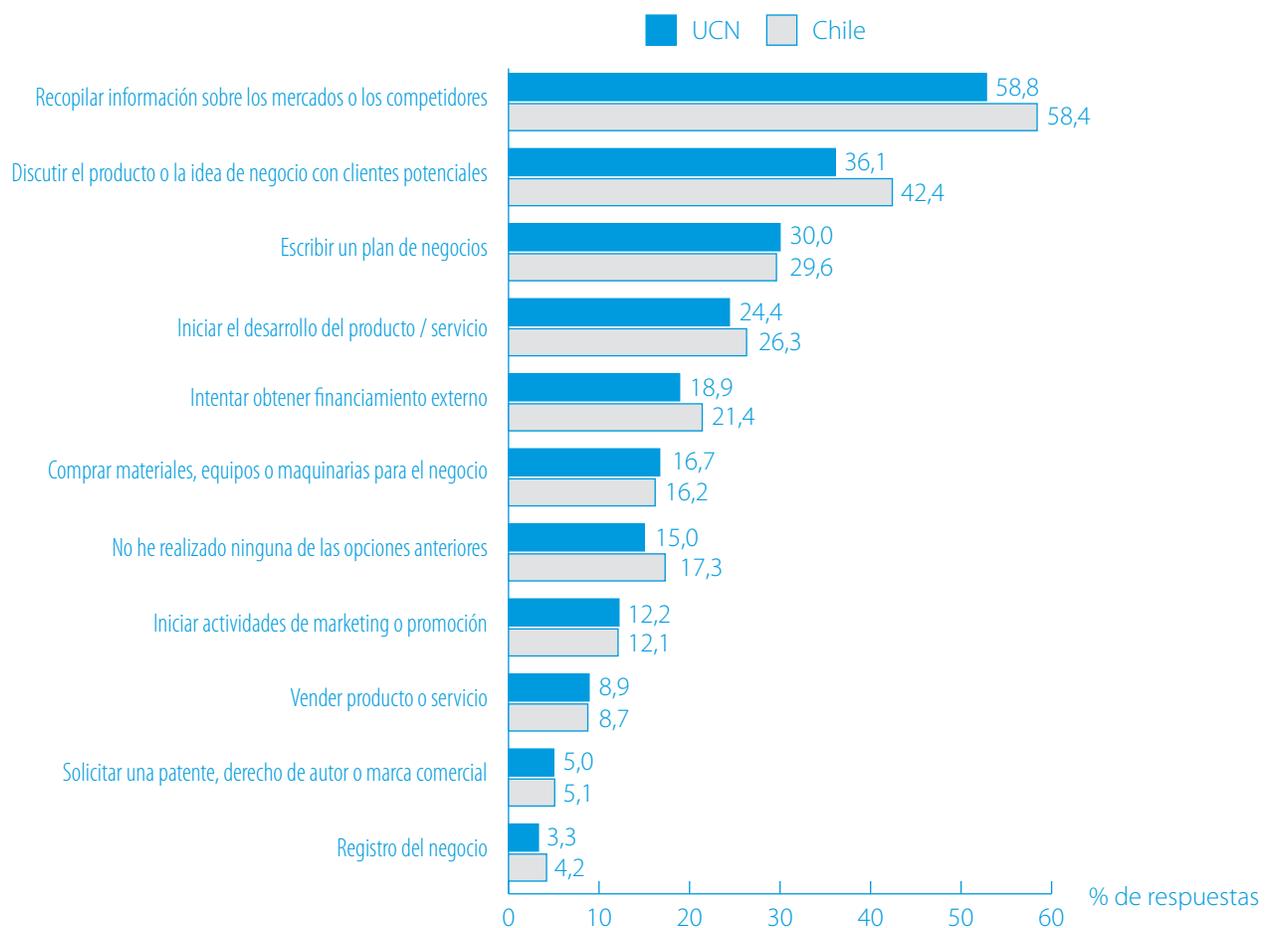
Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

Si bien el grupo de estudiantes que se analiza en este apartado corresponde a los alumnos que están proyectando iniciar un negocio en el corto plazo, el grado de avance que cada uno presenta también es interesante analizar.

Entre las actividades más frecuentemente realizadas por estos emprendedores nacientes, destaca la recopilación de información sobre los mercados o los competidores, la discusión sobre el producto o idea de negocio y la escritura del Plan del Negocio. Más de la mitad (52,8%) de este grupo de estudiantes de la UCN ha recopilado información sobre los mercados o los competidores, porcentaje inferior a la media nacional (58,4%). En segundo lugar, un 36,1% de los estudiantes de la UCN ha discutido su idea de negocio con potenciales clientes, mientras que el 30% ya tiene un plan de negocios escrito (figura 25).

Menos del 10% de los estudiantes, tanto de la UCN - Antofagasta como del conjunto del país, vende el producto o servicio, solicita patente o ha registrado el negocio (figura 25).

**Figura 25. Actividades de los estudiantes emprendedores nacientes**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

### 2.3.3 Motivaciones y metas

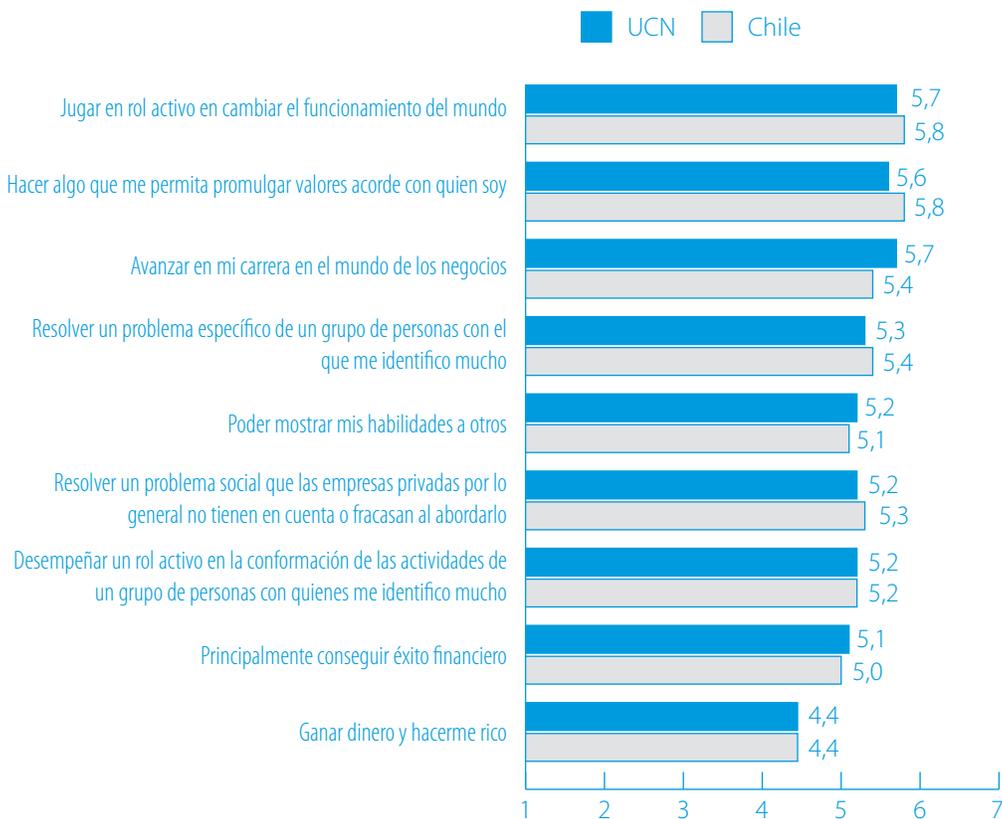
El proyecto GUESSS también averigua sobre las motivaciones y metas de este grupo de estudiantes, a través de afirmaciones valoradas en una escala de Likert, donde 1= Muy en desacuerdo y 7=Muy de acuerdo.

En la figura 26 se aprecia que la principal motivación para emprender de los estudiantes de la UCN-Antofagasta es jugar un rol activo para cambiar el funcionamiento del mundo y avanzar en su carrera en el mundo de los negocios (promedio de 5,7 respectivamente), seguido por hacer algo que les permita promulgar valores acordes a lo que son (5,6); mismas motivaciones que tienen -en mayor porcentaje- los estudiantes a nivel nacional. Seguido a esto, se observa también que hay un interés marcado por resolver problemas de grupos específicos o la creación de modelos de negocios innovadores.

Lo anterior nos entrega algunas luces respecto a cómo debemos enfocar la educación emprendedora, resultando acertado abordarla desde enfoques como Effectuation (Sarasvathy, 2008) y/o la metodología Lean Startup (Ries, 2012).

El ganar dinero y hacerse rico es uno de los motivos menos importantes tanto para los estudiantes de la UCN-Antofagasta, como para los del país, cuyas valoraciones en promedio alcanzaron el 4,4 en ambos casos. Es importante destacar la orientación social de los jóvenes estudiantes tanto en la UCN-Antofagasta como en el conjunto del país.

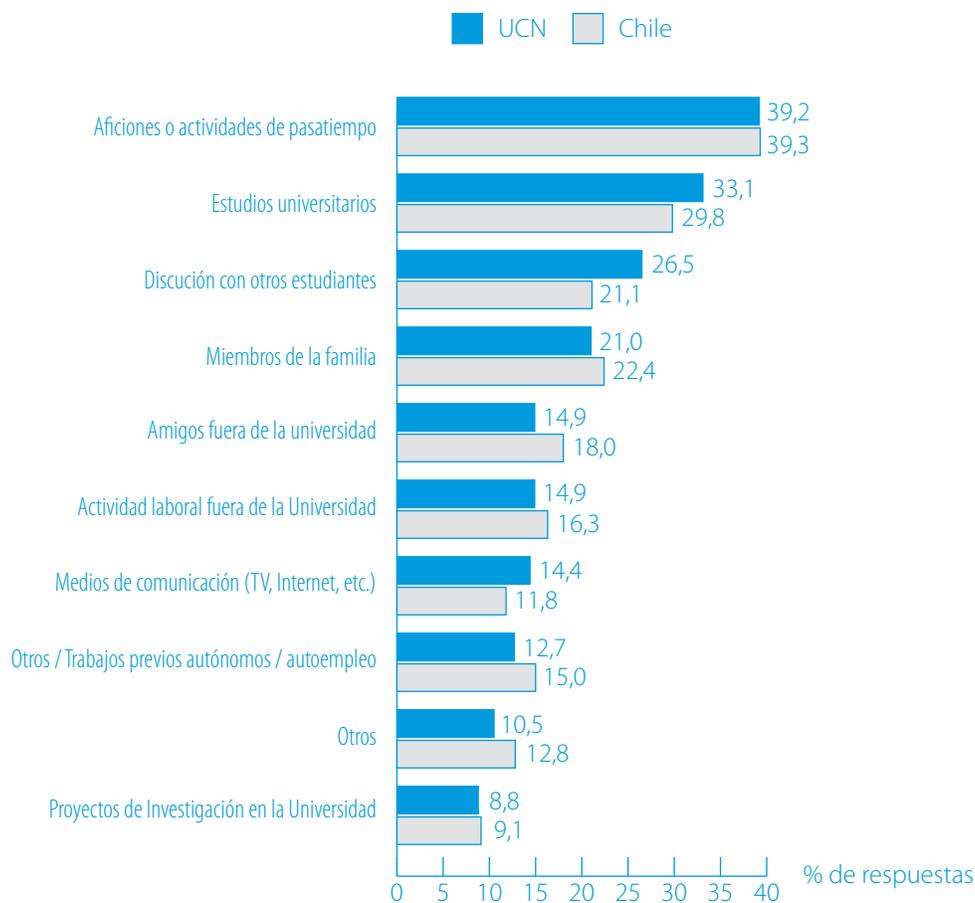
**Figura 26. Motivaciones y metas**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

Además de las fuerzas que mueven a los estudiantes para ser emprendedores, es interesante conocer dónde surgió la idea de emprender. En ese sentido, los estudiantes de la UCN - Antofagasta, en concordancia con el promedio nacional, aseguran que sus ideas provienen de sus aficiones y pasatiempos (39,2%), seguido de los estudios universitarios (33,1%) y discusión con otros estudiantes (26,5%); lo que indica que la universidad está siendo un lugar de inspiración para ellos. Sin embargo, se observa en último lugar a los proyectos de investigación como fuente de inspiración para desarrollar sus emprendimientos, con apenas un 8,8% y un 9,1% respectivamente (figura 27). Este resultado también es un desafío para la universidad en el sentido de cómo lograr que los proyectos de investigación también sean fuente de inspiración para iniciar nuevos emprendimientos.

**Figura 27. ¿De dónde ha surgido la idea de abrir una empresa?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

### 2.3.4 Otros aspectos sobre la planificación de la empresa

Respecto a la planificación de sus emprendimientos, relacionado al porcentaje de participación y número de socios que esperan tener, los resultados muestran que en la UCN el 78,2% de los estudiantes proyecta tener más del 51% del control de la empresa, porcentaje más elevado que el mostrado en el promedio nacional, un 69,1% (figura 28).

**Figura 28. ¿Cuál será el porcentaje de participación en la empresa?**

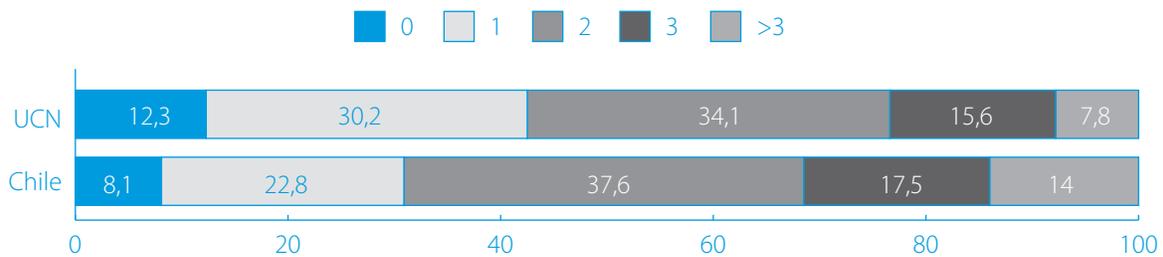


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

Respecto a la cantidad de socios que los estudiantes esperan tener, más de un tercio de los estudiantes UCN así como del conjunto del país, esperan tener dos socios (Figura 29). Un 7,8% en el caso de la UCN - Antofagasta y un 14% en el caso de los estudiantes en el país, piensan tener más de tres socios.

Asimismo, un 12,3% en el caso de los estudiantes de la UCN – Antofagasta y un 8,1% a nivel país, no piensa tener ningún socio.

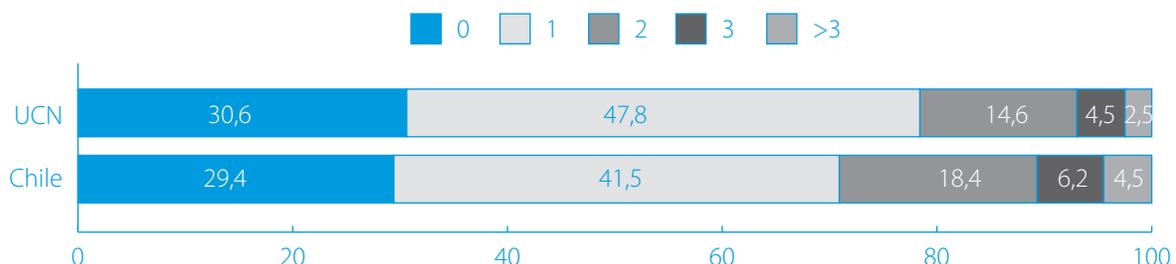
**Figura 29. ¿Cuántos socios fundadores tendrá su empresa?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

De los que han respondido que tendrán dos o más socios fundadores en la empresa, casi el 70% pretende incorporar al menos a una mujer (figura 30).

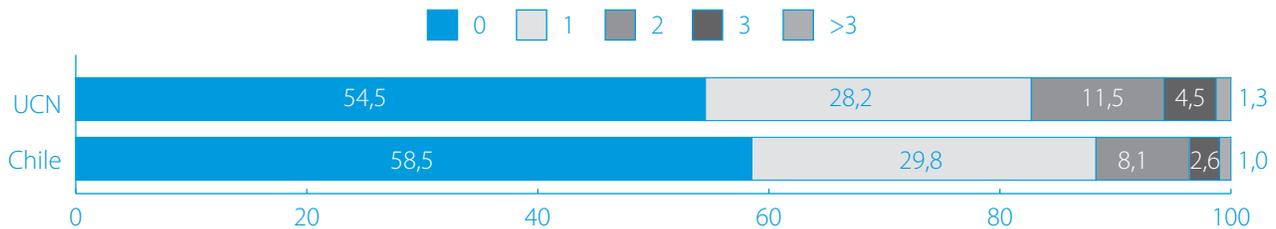
**Figura 30. ¿Cuántos de tus cofundadores serán mujeres?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

Del mismo modo, más de la mitad de los estudiantes de la UCN - Antofagasta asegura que no invitará a sus familiares como socios fundadores, porcentaje similar al promedio nacional (figura 31).

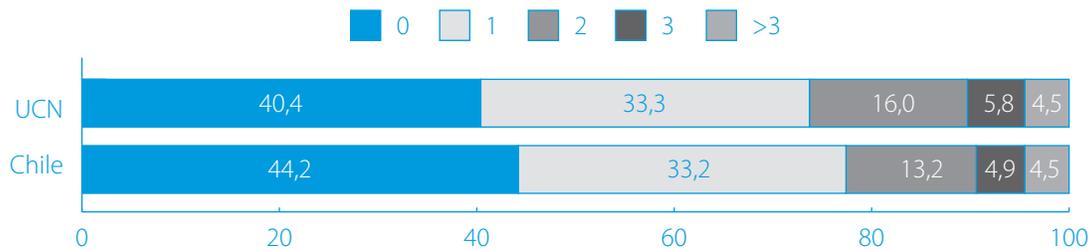
**Figura 31. ¿Cuántos cofundadores serán familiares tuyos?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

Finalmente, y en proporciones bastante similares a las del promedio nacional, más del 40% de los estudiantes de la UCN pretenden asociarse a sus compañeros de estudio (figura 32), confirmando así que la universidad es un espacio donde pueden conocer también a sus futuros socios.

**Figura 32. ¿Cuántos cofundadores serán tus compañeros de estudio?**

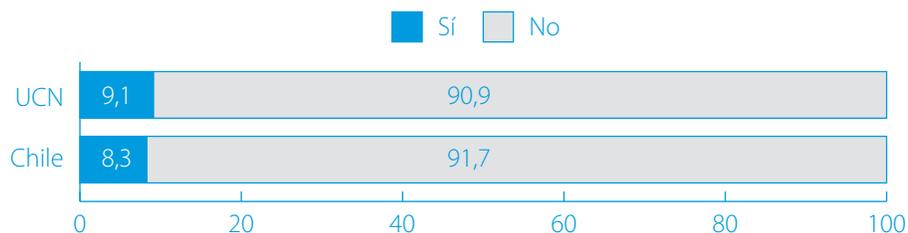


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

## 2.4. EMPRENDEDORES ACTIVOS

El proyecto GUESSS considera como emprendedores activos a los estudiantes que actualmente están gestionando su propio negocio o están autoempleados. En la UCN - Antofagasta, este porcentaje es de un 9,1%, levemente superior al promedio nacional, el cual está en un 8,3% (figura 33).

**Figura 33. ¿Estás actualmente gestionando tu propio negocio?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

### 2.4.1 Características generales

En relación al género de los emprendedores activos de la UCN, al igual que lo que se aprecia a nivel nacional, la mayoría de las personas que han iniciado sus negocios son hombres, representando el 60,5%, mientras que las mujeres representan el 39,5% (figura 34).

**Figura 34. Emprendedores activos por sexo**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

En relación al nivel de estudios, como es de esperar, se observa que mayoritariamente los emprendedores activos de la UCN - Antofagasta son estudiantes de pregrado, representando un 95,7%, frente al 4,3% de los estudiantes de magister. De los estudiantes de doctorado que respondieron la encuesta, ninguno de ellos se encuentra operando su propio negocio, mientras que en el conjunto del país, corresponde a un 2,8% (figura 35).

**Figura 35. Nivel de educación de los estudiantes emprendedores activos**

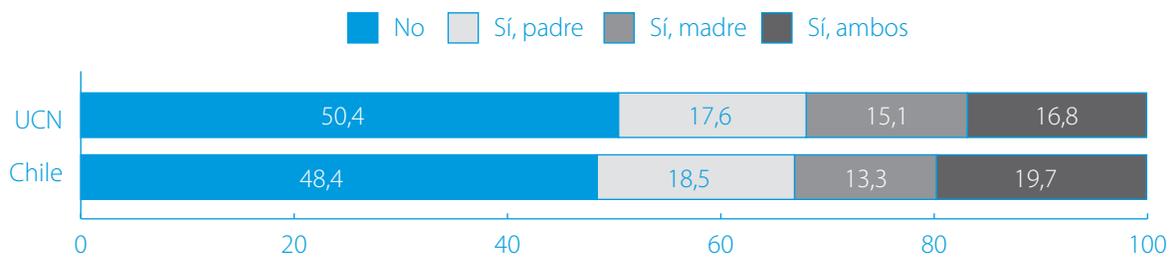


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

En términos familiares, prácticamente la mitad de este grupo de estudiantes de la UCN tiene padres emprendedores, porcentaje levemente inferior al promedio nacional, un 49,6% versus un 51,6% a nivel nacional (figura 36).

En la figura 36 se puede ver, también, que un 17,6% de los estudiantes tiene a su padre autoempleado, un 15,1% a la madre y un 16,8% a ambos. Estos porcentajes son próximos a los obtenidos en el conjunto del país. Estos resultados permiten afirmar que el entorno familiar importa en la intención emprendedora.

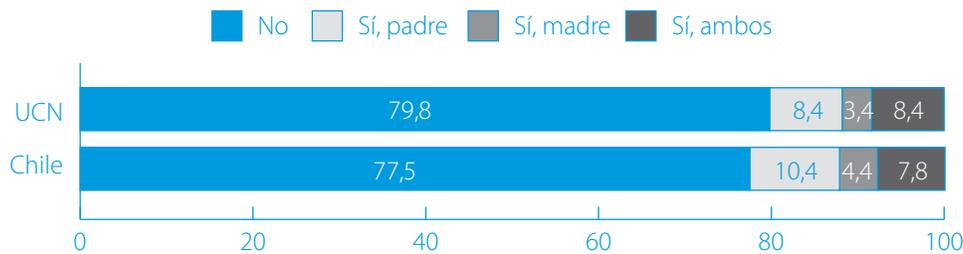
**Figura 36. Actualmente, ¿tus padres son trabajadores por cuenta propia?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

Respecto a si los padres de los emprendedores activos son accionistas mayoritarios de alguna empresa, un 20,2% de los estudiantes de la UCN -Antofagasta proviene de una familia donde el padre, la madre o ambos son accionistas mayoritarios de una compañía. Este porcentaje está ligeramente por debajo del conjunto del país, un 22,5% (figura 37).

**Figura 37. ¿Son tus padres accionistas mayoritarios de alguna empresa?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

## 2.4.2 Características de la empresa

De los emprendedores activos de la UCN - Antofagasta, solo el 0,9% fundó su empresa antes de 2011, mientras que el 59,1% lo hizo entre 2015 y 2016 y un tercio lo hizo entre los años 2013 y 2014 (figura 38). A nivel país se aprecia que más del 75% de las empresas de los estudiantes fueron creadas entre 2014 y 2016, con mayor concentración en los dos últimos años. En general, se observa que los emprendimientos de los estudiantes de la UCN – Antofagasta como del conjunto del país, están en sus etapas tempranas y que todavía no han terminado de pasar el denominado “valle de la muerte”.

**Figura 38. Año de creación de la empresa de los emprendedores activos**

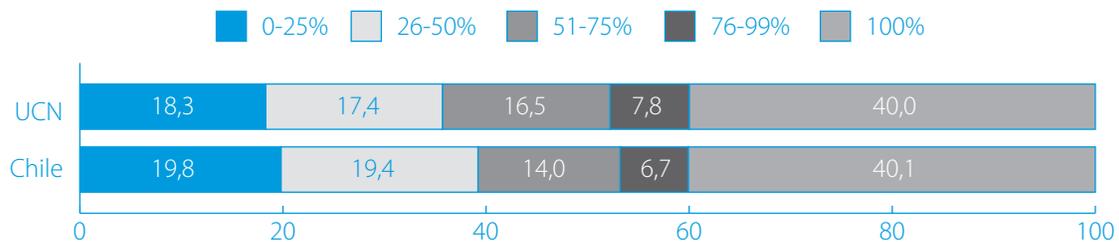


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

En promedio, las empresas de los estudiantes de la UCN tienen contratados a 2,8 trabajadores a tiempo completo, mientras que el promedio nacional es de 3,9 trabajadores.

Respecto al porcentaje de participación en el capital de la empresa, las cifras de los estudiantes de la UCN-Antofagasta son bastante similares a las del promedio nacional. En la figura 39 se muestra que un 40% de los estudiantes de la UCN tiene el control total del capital la empresa; mientras que el restante 60%, en diferentes proporciones, tiene socios que han contribuido en el financiamiento.

**Figura 39. Porcentaje de participación en el capital de la empresa**

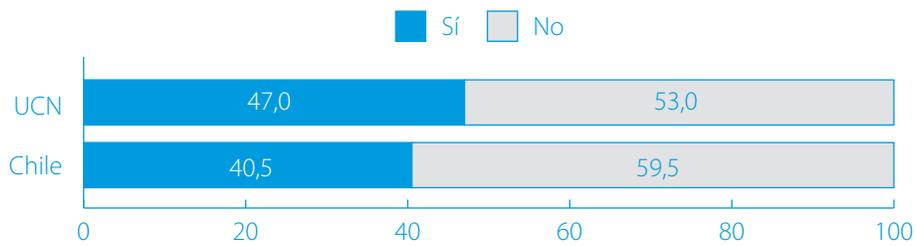


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

Respecto al futuro, llama la atención que menos de la mitad de los estudiantes de la UCN-Antofagasta proyecte su empresa como su principal ocupación después de graduarse (47%), aunque la cifra es superior al promedio nacional de 40% (figura 40).

La interpretación de estos datos puede responder a diferentes factores: que crearon una empresa para pagar sus estudios, que no están conformes con los resultados, no es el tema que los apasiona u otras razones que deberían ser abordadas en investigaciones futuras.

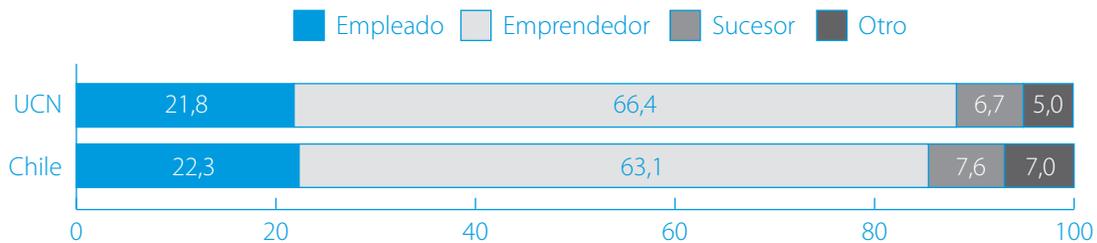
**Figura 40. ¿Quieres que la empresa sea tu principal ocupación después de graduarte?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

Pese a las cifras señaladas en el párrafo anterior, cuando se les pregunta a los estudiantes que han iniciado un negocio qué quieren hacer cinco años después de haber terminado la carrera, los números cambian: un 66,4% asegura que quiere ser emprendedor, mientras que un 21,8% quiere ser empleado (figura 41). A nivel nacional las cifras son relativamente próximas, aunque el porcentaje de los estudiantes de la UCN – Antofagasta, supera al del conjunto del país (63,1%).

**Figura 41. Proyección de los emprendedores activos cinco años después de terminar la carrera**

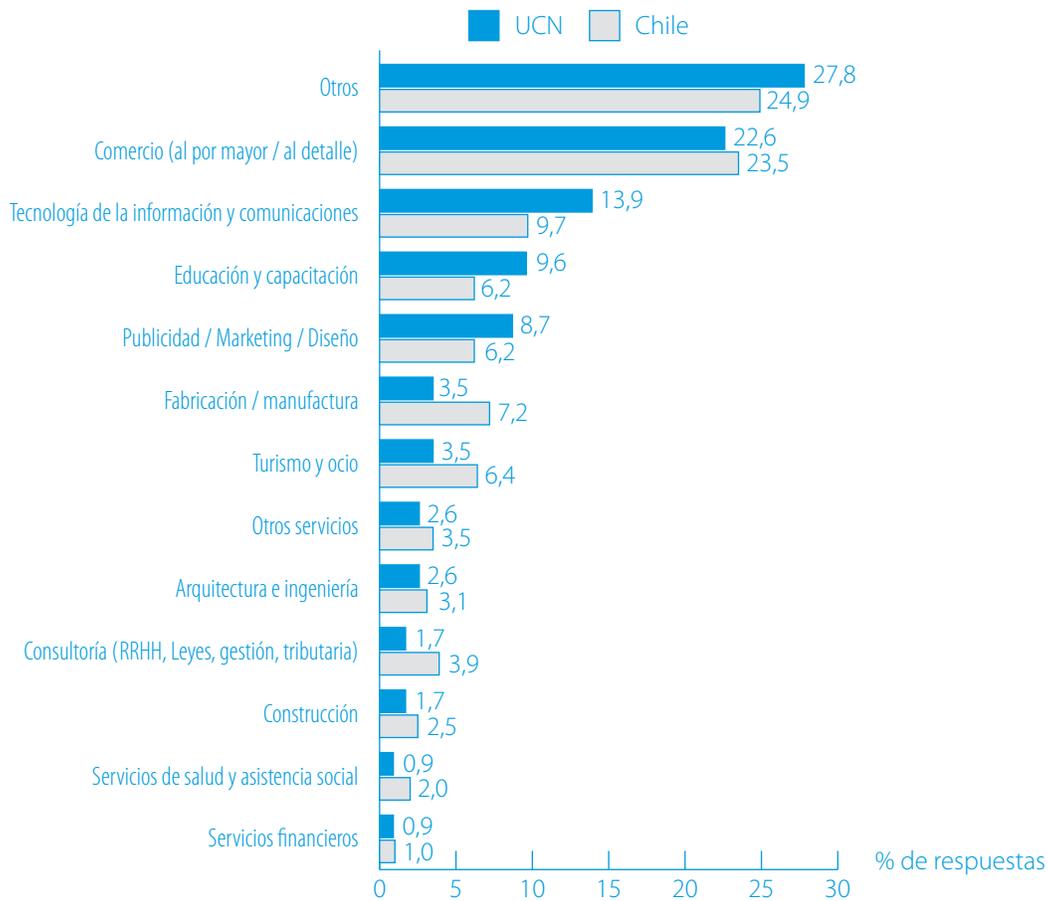


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016

Respecto a los sectores donde mayoritariamente operan las empresas de los estudiantes de la UCN -Antofagasta, se encuentra nuevamente, el Comercio al por mayor y detalle, con un 22,6%, seguido por las TIC, con un 13,9%, la Educación, con un 9,6% y el área de Publicidad, Marketing y Diseño con un con un 8,7% (figura 42). En la vereda opuesta se encuentran los servicios financieros, de salud y asistencia social, que en conjunto no superan el 2%.

Se puede apreciar que, tanto a nivel nacional como en la UCN, prácticamente un tercio de los emprendimientos se enfoca a los sectores de comercio y TIC. Nuevamente llama la atención que en la UCN-Antofagasta haya pocos emprendimientos dedicados a la industria del turismo y ocio (solo un 3,5%).

**Figura 42. Sectores donde operan las empresas de los estudiantes**



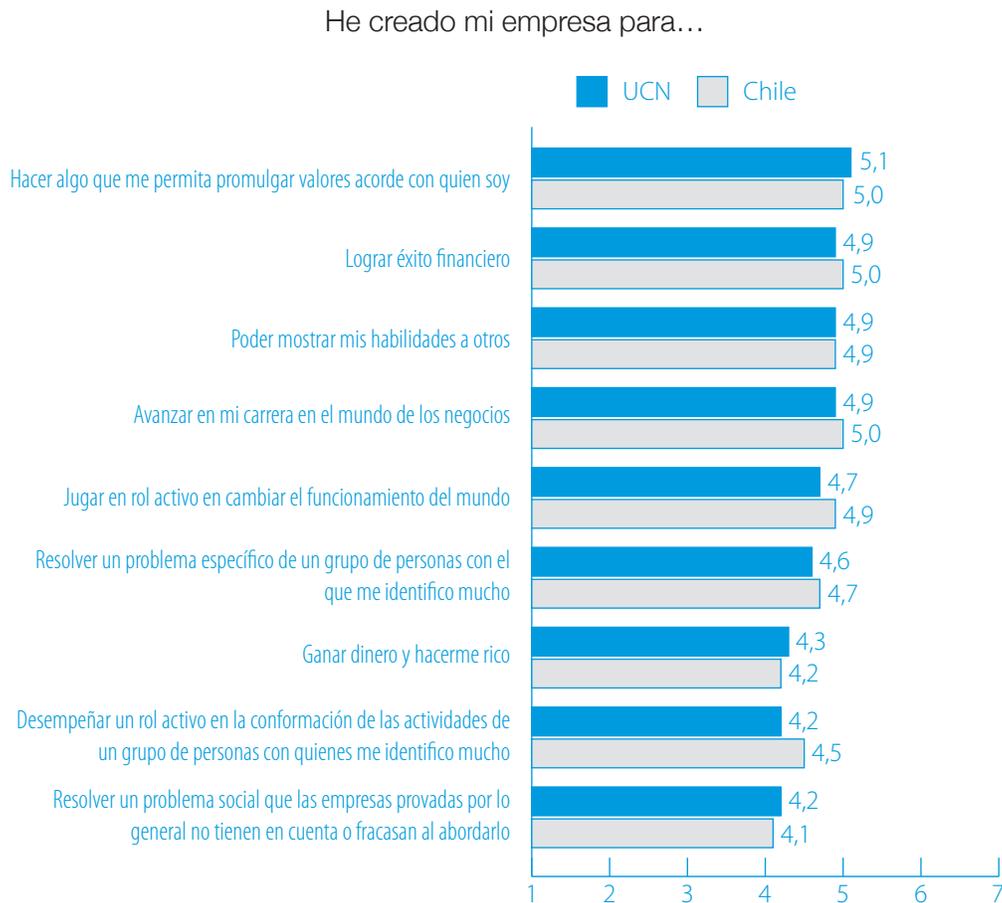
Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

### 2.4.3 Motivaciones y metas

También a los emprendedores activos se les pregunta sobre sus motivaciones y metas, por lo que tienen que valorar una serie de afirmaciones relacionadas con este tema en una escala de Likert de 1 a 7, donde 1=Muy en desacuerdo y 7=Muy de acuerdo.

La principal motivación que tienen los estudiantes de la UCN para iniciar sus emprendimientos es hacer algo que les permita promulgar los valores de acuerdo a lo que son (5,1), seguido de lograr éxito financiero (4,9). En contraposición, las razones menos valoradas tienen relación con resolver problemas que las empresas privadas no tienen en cuenta o fracasan al abordarlo, y desempeñar un rol activo en la conformación de las actividades de un grupo de personas con quienes los estudiantes se identifican; ambas con un 4,2 (figura 43).

**Figura 43. Motivaciones de los emprendedores activos**



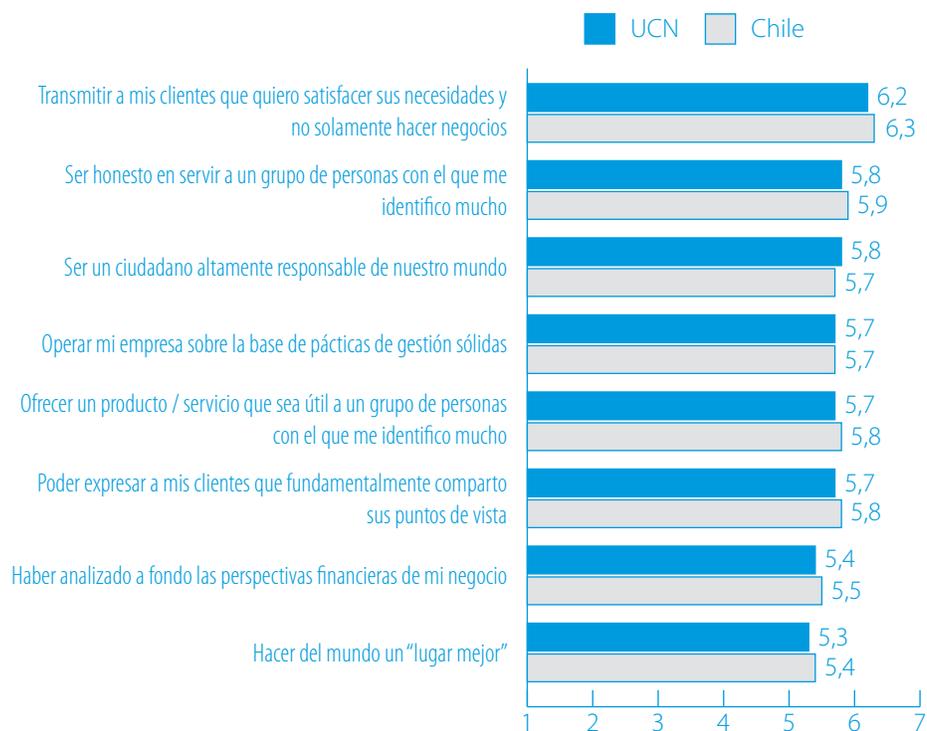
Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

Además de sus motivaciones, al proyecto GUESSS le interesa saber qué es lo que más les importa a los estudiantes en su rol de fundadores de empresa, valoración que también se hace en una escala de Likert de 1 a 7, donde 1= Muy en desacuerdo y 7= Muy de acuerdo.

Los estudiantes de la UCN-Antofagasta valoran el hecho de poder transmitir a sus clientes el deseo por satisfacer sus necesidades, y no solamente hacer negocios (6,2). Este aspecto ha tenido la mayor valoración del conjunto de afirmaciones mencionadas como alternativas; seguido por ser honestos al servir a un grupo de personas con el que se identifican (5,8). Ambas apreciaciones -que nos hablan de una orientación hacia el cliente-, son las mismas que obtienen más preferencias a nivel nacional.

Al final de la lista, pero con valoraciones por sobre los cinco puntos, se encuentra “hacer del mundo un lugar mejor” y “haber analizado a fondo las finanzas de mi negocio”, coincidiendo también con las frases menos valoradas a nivel nacional; tal como se puede apreciar en la figura 44.

**Figura 44. Como fundador de la empresa es importante para mí...**



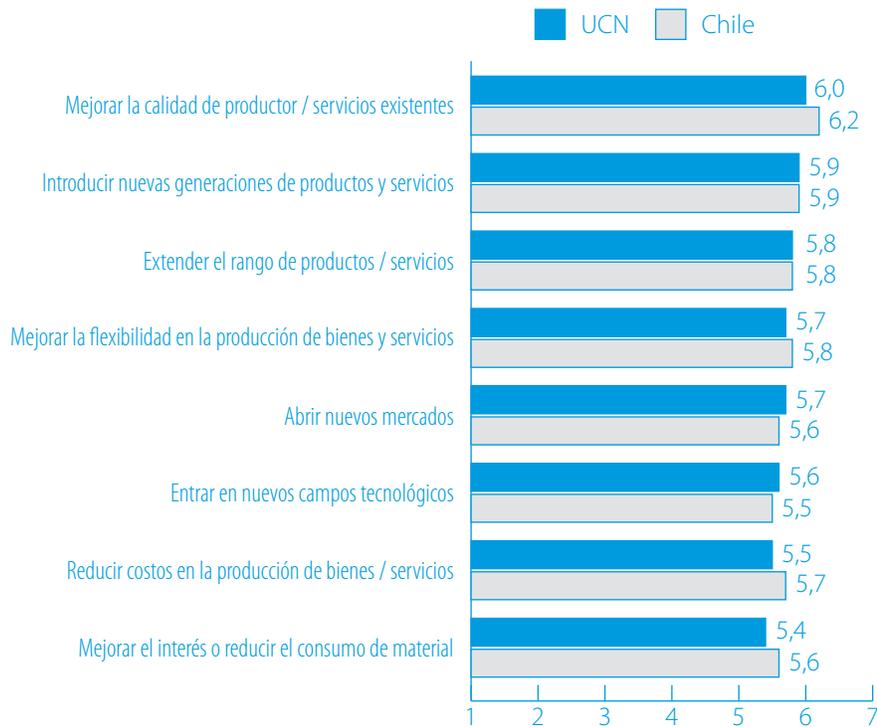
Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

#### 2.4.4 Orientación de la empresa

Al ser la innovación reconocida como uno de los principales motores para el crecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos, el GUESSS también incorpora preguntas relacionadas a ello para los emprendedores activos, las que son medidas en una escala de Likert de 7 puntos, donde 1=Nada importante y 7= Muy importante.

En la figura 45 se puede apreciar que, a la hora de realizar proyectos innovadores, los emprendedores de la UCN-Antofagasta le dan mayor importancia a mejorar la calidad de los productos o servicios existentes, siendo también la más valorada a nivel nacional (6 y 6,2 respectivamente). Otro de los aspectos relevantes tiene relación con la introducción de nuevos productos o servicios y extender el rango de productos o servicios; lo que nos indica que los estudiantes están viendo la innovación más orientada al producto y servicio, en desmedro de la innovación en modelos de negocios o tecnológica, por nombrar dos casos.

**Figura 45. Nivel de importancia en la realización de proyectos innovadores.**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

### 2.4.5 Resultados de la empresa

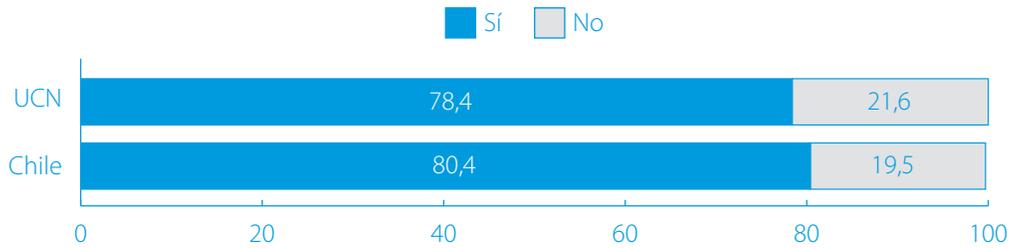
En relación a los resultados de las empresas de los estudiantes, estos son bastante positivos y similares al conjunto del país: un 78,4% genera retornos respecto a sus ventas, mismo porcentaje que asegura que estos beneficios alcanzan a cubrir los costos y, finalmente, un porcentaje levemente inferior (77,6%) afirma que su empresa genera utilidades (figuras 46, 47 y 48).

**Figura 46. ¿Generas beneficios en ventas con tu empresa?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

**Figura 47. ¿Los beneficios en las ventas cubren los costos de la empresa?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

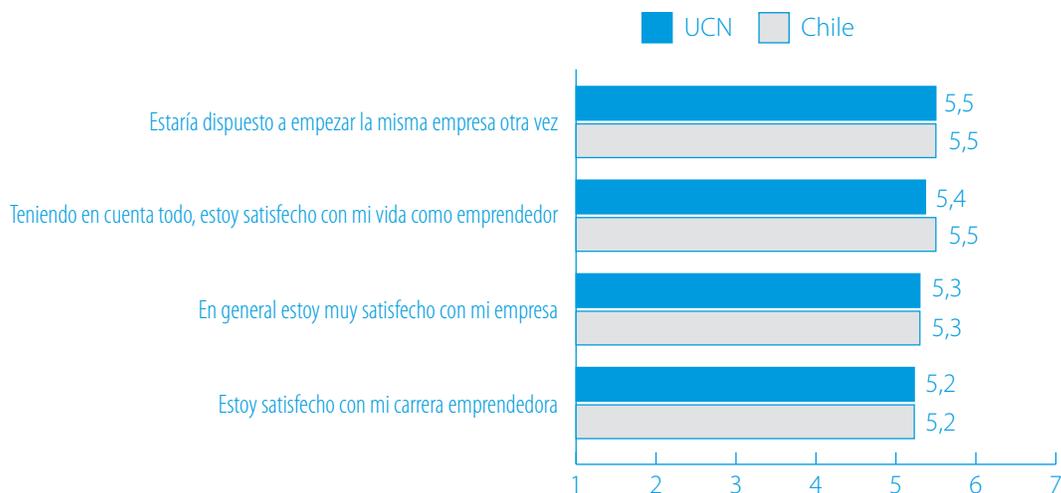
**Figura 48. ¿Tu empresa genera utilidades?**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

Otro de los temas importantes para el proyecto GUESSS es el grado de satisfacción que tienen los estudiantes con sus empresas, lo que se representa en la figura 49. De acuerdo a la opinión de los alumnos de la UCN - Antofagasta, se puede apreciar que, en general, están satisfechos con sus emprendimientos. Sus respuestas son muy similares a las de nivel nacional. En promedio, a nivel de la UCN las valoraciones están entre el 5,2 y el 5,5, de acuerdo a una escala de Likert donde 1= Muy en desacuerdo y 7 = Muy de acuerdo.

**Figura 49. Grado de satisfacción con aspectos relacionados a su emprendimiento**



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

## CONSIDERACIONES FINALES

El presente informe sobre la intención y actividad emprendedora de los estudiantes de la Universidad Católica del Norte de Antofagasta se elaboró en el marco del proyecto GUESSS mundial, donde participaron más de cincuenta países y 122 mil estudiantes. A nivel nacional, 20 universidades se sumaron a la iniciativa, totalizando 6.077 respuestas válidas. En tanto, en la UCN, 1.312 estudiantes de pre y posgrado respondieron la encuesta, datos con los que fue elaborado este primer informe.

Los resultados muestran que, comparado con el promedio nacional, el entorno para emprender que genera la UCN-Antofagasta es levemente menos inspirador; por lo que el desafío es a seguir trabajando y generando instancias que motiven a los estudiantes a emprender. En este sentido, iniciativas como el voluntariado del CEMP, el cual comenzó en 2016; el proyecto USQAI (que también partió en 2016) y otras que se están llevando a cabo deben recoger la información aquí expuesta para continuar el proceso de mejora.

Si bien los cursos, talleres y actividades de emprendimiento han sido un aporte para los estudiantes, se hace necesario aumentar el universo de alumnos beneficiados con estos programas, pues solo llega a un 50,7% de los estudiantes.

Respecto a la intención emprendedora, podemos ver una enorme brecha entre lo que quieren los estudiantes inmediatamente al salir de la universidad (8,4% quiere emprender) y cinco años después, donde el 56,4% quiere ser emprendedor. Al respecto, seguramente factores como los costos de oportunidad, entre otros, donde la minería ofrece altos salarios a los recién egresados, podrían estar afectando. Sin embargo, la universidad debe mostrar este camino y facilitar y apoyar las acciones para que los estudiantes comiencen sus emprendimientos al mismo tiempo que realizan sus estudios, involucrando a las diferentes carreras en el proceso, ofreciendo espacios, mentoría, redes de contacto y acceso a financiamiento para los emprendedores.

En esta misma línea se observan brechas de género, pues tanto al salir de la universidad -donde los hombres que quieren emprender son prácticamente el doble que las mujeres-, como cinco años después, las mujeres tienen menos intención de generar empresas.

Pese a lo anterior, los estudiantes reconocen que la universidad es un buen lugar para generar ideas y proyectos emprendedores, reconociendo que sus ideas, en un 68,5% de los casos de los emprendedores nacientes, proviene del contexto interno de la universidad (discusiones con compañeros, estudios universitarios y proyectos de investigación, aunque este último con un porcentaje bajo). La tarea es seguir fortaleciendo estas instancias y darles los espacios necesarios para que se generen ideas y proyectos emprendedores.

Otro desafío que nos plantea el análisis de los datos es lograr que los estudiantes reconozcan oportunidades en sectores donde la región de Antofagasta tiene ventajas: sector de turismo de negocios, sector de construcción, minería, entre otros, y no se orienten a sectores de bajo valor agregado como es el comercio.

Frente a la disposición e importancia que los emprendedores universitarios le asignan a la innovación, si bien existe una alta valoración, un desafío importante es que la universidad contribuya a mostrar que la innovación no solamente se da en los productos o servicios, sino también puede darse el aspecto social, de gestión, o en los modelos de negocios, entre otras áreas.

Respecto al entorno regional, un 88,6% reconoce que la familia se enorgullece por los logros individuales de los hijos y un 55,7% asegura que, en términos generales, la sociedad anima a las personas a esforzarse y mejorar su desempeño. Estos resultados muestran otro desafío importante como ciudad, destacando a los emprendedores -y el esfuerzo que hay detrás de la creación de sus emprendimientos- en medios de comunicación, charlas, foros y otras instancias.

En resumen, si bien el entorno universitario y antofagastino están jugando un rol importante, iniciativas que comenzaron en 2016 o antes (voluntariado CEMP, cambio de mallas curriculares e incorporación de ramos de emprendimiento en diferentes carreras, entre otros), así como las que empezarán a implementarse en el transcurso de 2017 como el minor en emprendimiento e innovación, el cual se hará en modalidad de piloto para 32 estudiantes de diferentes carreras; el Edificio USQAI para el trabajo colaborativo de emprendedores UCN - Antofagasta, que comenzará a construirse el primer semestre del presente año; la aceleradora de emprendimiento USQAI, junto a las que se piensan implementar en 2018 (cátedra de emprendimiento obligatoria para todos los estudiantes, consejo asesor USQAI de profesores de emprendimiento, entre otras); seguramente harán que los resultados del GUESSS UCN-Antofagasta 2018 mejoren; pues las acciones están apuntando en esa dirección.

Asimismo, urge generar instancias para relacionar a los estudiantes con la red de egresados de la UCN, egresados emprendedores de la UCN y emprendedores de la región, a fin de generar vínculos de mentoría para los estudiantes que quieran emprender, ayudar a los estudiantes a reconocer nuevas oportunidades de negocios, a escalar sus productos o servicios, entre otros. En este sentido, crear las instancias para generar experiencias emprendedoras desde el primer año es una alternativa recomendada, donde el acceso a financiamiento y la vinculación con el medio externo son claves.

Si bien los datos de este primer estudio no permiten tener conclusiones todavía, conversaciones y el trabajo en clases con los estudiantes nos permite asegurar que efectivamente tienen proyectos y ganas de emprender, especialmente en el ámbito social. Por lo mismo, aprovechar el entorno que se ha generado en la región de Antofagasta -y vincular a nuestros estudiantes con este movimiento-, es también una de las acciones que se espera generar.

## **EMPRENDEDORES UNIVERSITARIOS**



## EMPRENDEDORES NACIENTES

### **Gustavo Pallauta: Eco shower para darle color al desierto**



Gustavo Pallauta estudia Ingeniería Comercial en la Universidad Católica del Norte. Ha pasado la mayor parte de su vida en Calama, una ciudad situada en el desierto más seco del planeta. “Un día iba pasando por una estación de servicio en la ciudad y me llamó la atención porque había pasto en sus alrededores. Fue ahí cuando me dije que, ‘qué bonito sería hacer de Calama una ciudad llena de áreas verdes’. De ahí en adelante, el uso eficiente del agua fue un tema pendiente para mí”.

En otra ocasión, mientras Gustavo encendía el agua para tomar una ducha, sintió sed: “Ahí vi que perfectamente podía tomar agua directamente de la ducha, dándome cuenta de la gran cantidad de agua que se pierde mientras uno está a la espera que caliente. Entonces averigüé si existían productos que solucionara esta problemática y sí los hay, pero no son prácticos o son demasiado caros. Me puse a trabajar en Eco-shower, un soporte para la ducha teléfono para reutilizar el agua que se desperdicia esperando la temperatura, destinándola a la automatización de regadíos. Con este dispositivo, al abrir la llave, el agua se desvía al patio, hasta que se calienta y un sensor led avisa, cambiando de color”.

¿Las claves? De acuerdo a su experiencia, Gustavo señala el interés, entusiasmo y las ganas de desarrollarse en el rubro que le apasiona. “Por mi parte, cuento con una red de contactos de personas interesadas en el tema y tolerancia a la frustración: cuando haces cosas que te apasionan y no resultan como te las había propuesto, quiere decir que es una de las maneras de cómo no hacerlas”.

Otra de las claves ha sido el equipo de trabajo, pues este proyecto comenzó como un trabajo grupal para la universidad junto a sus compañeros Carlos y Felipe, quienes apoyaron el proceso de investigación de mercado. Luego consiguió ayuda con otro amigo que tenía conocimientos en el software AutoCAD, muy útil para modelar el prototipo en 3D; y otro amigo que se dedica a la robótica, que diseñó el sensor led. “También ha sido fundamental la parte motivacional y sentir que se va por buen camino. En ese sentido, el profesor Nicolás Rojas fue una de las personas que nos apoyó en todo momento, generando contactos, nuevas ideas de perfeccionamiento y motivando en todo el proceso. El profesor, junto a la profesora Claudia Pezoa, también me motivaron para que en 2015 postulara para representar a la universidad en el Foro Mundial de Emprendimiento Juvenil (JWEF por sus siglas en inglés), instancia que fue fundamental para seguir adelante con la idea”.

El dispositivo, que permite ahorrar entre 1300 y 1800 litros mensuales de agua (calculados para un hogar de cuatro personas), ahora está en fase de prototipo, esperando pronto salir al mercado.

### Jonathan Guzmán: *El talento emprendedor*



Para Jonathan Guzmán, su primera experiencia emprendedora es haber ingresado a la UCN: “vengo de una familia donde nadie antes había siquiera ingresado a la universidad; el hecho de que yo entrara fue un emprendimiento tanto individual como familiar”. Así, y con la ayuda y acompañamiento de su abuelo, hoy está iniciando su camino empresarial. “Mi abuelo “llegó a ser uno de los contratistas carpinteros mejor catalogados de la segunda región. Para mí, ser nieto de alguien así, que me dio el regalo de enseñarme su oficio y creer en mí, fue un pilar muy importante”, explica.

Hoy, este estudiante de segundo año de Ingeniería Comercial está iniciando una empresa que presta servicios a la construcción, haciendo hincapié en la relación entre el jefe y el empleador: “quiero formar una relación que nunca antes se haya visto, en la cual todos se respeten entre todos, donde nuestros trabajadores puedan crecer tanto como personas como a nivel profesional”.

Tras enterarse de que la construcción es el segundo campo laboral más importante de la región, Jonathan logró ver con claridad que ahí había una oportunidad, especialmente en un rubro donde, según explica, existe una muy mala reputación, sobre todo en la relación de jefes y empleados: “busco reparar eso, tener una empresa donde todos tengan la misma importancia, donde no haya discriminación y que, más que una empresa, sea una comunidad en la que todos se apoyen”.

Tras ver la oportunidad, se acercó al Centro de Emprendimiento y de la Pyme de Facultad de Economía y Administración de la UCN, quienes “siempre estuvieron cuando los necesité, ya sea para aclarar dudas, conocimiento técnico o práctico; siempre tienen las puertas abiertas para los estudiantes que tienen ese bichito del emprendimiento”. Además, recuerda que “en el proceso fueron muchos los que me ayudaron, ya sea con conocimiento o dándome la motivación para seguir adelante; principalmente mi profesor de emprendimiento de la UCN fue una de las personas que más me ayudó en el proceso de iniciar la empresa, siempre estuvo disponible para ayudarme y, lo más importante, me pude dar cuenta de que él cree en que los estudiantes pueden hacer cosas grandes como iniciar un emprendimiento”, explica Jonathan.

### Pablo Campillay: *Pasión por los animales*



Pablo Campillay estudia Ingeniería en Información y Control de Gestión de la UCN, y reconoce en él una cercanía especial con los animales, además de ser una persona comprometida, flexible, con iniciativa y orientado a las necesidades de las personas. Un día, en el año 2009, mientras paseaba al perro de su tía, se le acercó una persona y le preguntó si se dedicaba a eso. Rápidamente Pablo vio la oportunidad, le entregó sus datos y comenzó con su negocio.

De a poco la actividad fue creciendo, más gente lo empezó a contactar y así nació Hiro Pet Services, un emprendimiento que, pese a que aún no se ha formalizado, se hace cargo del poco tiempo que tienen las personas para pasear y cuidar a sus mascotas en el sector centro sur de Antofagasta. En el camino, Pablo reconoce el apoyo de su familia y su pareja, “sus consejos, apoyo y comprensión han permitido que tenga tranquilidad y claridad para continuar con esto. Sin embargo, con el tiempo me di cuenta de que no podía solo y necesitaba apoyo en las salidas, así que comencé a trabajar con otros universitarios. Fue necesario llevar un registro de las salidas y otras cosas y, por fortuna, dentro de mi equipo de trabajo he conocido excelentes personas de confianza, quienes me han ayudado con la coordinación y otros aspectos como finanzas o la creación de un sistema de base de datos”, recuerda agradecido.

¿Qué fue necesario para lograr echar a andar la oportunidad? Pablo reconoce que su experiencia de cuatro años como voluntario de Teletón fue clave, sobre todo en poder desarrollar habilidades como la planificación y gestión de recursos. Por otro lado, el hecho de haber crecido en un ambiente de emprendimiento, pues su familia tenía un negocio de abarrotes, hizo que le llame la atención el “poder ser tu propio jefe, a pesar de que en el emprendimiento hay mucho sacrificio de por medio”.

Luego, tras llegar a la UCN, Pablo vio cómo sus habilidades se fueron perfeccionando, valorando de mejor manera los recursos y visualizando nuevas oportunidades de negocio. “El mundo del emprendimiento significa grandes responsabilidades, trabajo y sacrificio, pero creo que es algo que vale la pena. Por eso estoy constantemente invitando a mi entorno a que incursione en esta área”, concluye.

## EMPRENDEDORES ACTIVOS

### Nathal Dawson: *Videojuegos Indie Knight*



Desde muy chico Nathal Dawson quiso comprender la magia que existía detrás de los videojuegos. Recuerda las tardes enteras con su hermano, “siendo felices” mientras jugaban. “En mi familia de manera natural considero que mi padre, madre, hermano y abuelo; son los líderes que han sido referentes importantes para darme cuenta de que yo también podía lograr cosas como las que ellos han logrado”, comenta.

Mientras era estudiante del Eagle School en Antofagasta, ya se asomaba su espíritu emprendedor: en varias oportunidades se dedicó a vender productos relacionados a la tecnología, como videojuegos o aplicaciones. Pero fue en la universidad cuando decidió dar sus pasos más importantes en este mundo, creando junto a su socio Eduardo Carvajal, Indie Knight, una empresa de desarrollo de videojuegos educativos, comerciales y publicitarios, entre otros.

Hoy Nathal es estudiante de Ingeniería Civil en Computación e Informática de la Universidad Católica del Norte (UCN), carrera que le ha dado las herramientas técnicas para emprender en el área de los videojuegos.

“Dentro del mercado del desarrollo de software a nivel regional, hasta el momento solo una empresa había abordado la temática del desarrollo de videojuegos. Sin embargo, esa empresa dejó de existir hace algunos años, y como yo siempre sentí la necesidad de crear algo relacionado a este campo, vi en ello una oportunidad importante. Así decidimos solucionar una necesidad existente en el mercado local, pero que no había sido abordada con éxito anteriormente”.

En el proceso, Nathal reconoce el apoyo de innumerables personas que lo han apoyado, entre los que destaca, además de su familia, el vínculo con instituciones que apoyan el emprendimiento en la región de Antofagasta como el Co work Espacio Atacama y el Centro de innovación metodológica de la UCN (CIMET).

En cuanto a la universidad, Nathal destaca el aporte en “todo lo referente al desarrollo de las habilidades técnicas y blandas, que me han permitido cumplir ese sueño de ser emprendedor. Sé que aún me queda un largo camino por recorrer, pero sin estas habilidades, me hubiese sido imposible formar el emprendimiento”.

### Inclunova: El valor de la interdisciplina



Algunas historias parten con estudiantes de diversas disciplinas. La de Catalina Anguita (Ingeniería Comercial), Estefanía Flores y Arturo Espinosa (ambos de Ingeniería Civil en Computación e Informática) partió como un proyecto académico de la universidad, donde tuvieron la oportunidad de trabajar con la Agrupación de ciegos y disminuidos visuales de Antofagasta. La experiencia les permitió observar y conocer diferentes necesidades de este grupo, surgiendo así Inclunova, una empresa que desarrolla tecnología inclusiva entregando servicios y productos que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas, especialmente a las con discapacidad.

Este grupo de estudiantes, que hace pocos meses viajó a Nueva York, con el apoyo de la universidad, para presentar su emprendimiento; reconoce el valor de la interdisciplina, tanto así que siguieron agrandando el equipo de trabajo: “contamos con habilidades técnicas y administrativas para crear tecnología que ayude a mejorar la calidad de vida de las personas. Dentro del equipo se encuentran tres Ingenieros Civiles en Computación e Informática, una Ingeniera Comercial y una Diseñadora Gráfica. Esta diversidad permite contar con conocimiento en creación de aplicaciones móviles y web, robótica, emprendimiento, comerciales, formulación, diseño y coordinación y dirección de proyectos”, explican.

En el proceso, valoran el apoyo del Departamento de Sistemas y Computación de la UCN, especialmente de la profesora Vianca Vega, quien los invitó a participar con la agrupación mencionada. Cuando el proyecto comenzó a tomar forma, el Centro de Emprendimiento y de la Pyme fue otro de los pilares, donde los profesores Gianni Romaní y Nicolás Rojas “fueron los principales apoyos en generar redes dentro del mundo del emprendimiento”. Luego accedieron a la ayuda que brinda la Oficina de Transferencia y Licenciamiento de la UCN y del proyecto USQAI, dependiente de la Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo Tecnológico.

En su busca constante, estos estudiantes también han conseguido apoyo de otras instituciones, donde destacan a la Fundación Minera Escondida, Acción Emprendedora y Dos Barbas.

Hoy Inclunova tiene sus dispositivos instalados en el Hospital regional de Antofagasta, donde, conectándose a la aplicación para teléfonos celulares, las personas con discapacidad visual pueden guiarse para encontrar el lugar que necesiten. La UCN también tiene proyectado instalarlos el presente año, haciendo presagiar un futuro auspicioso para Inclunova.

## REFERENCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self- Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 1-20.
- Echecopar, G., Bustamante, C. y Bejares, C. (2011). *Entrepreneurial Intentions and Activities of Students in Chile. GUESSS 2011. National Report for Chile*. Santiago de Chile. Universidad Adolfo Ibáñez.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. Reading, M.A. :Addison-Wesley.
- Kelley, D., Singer, S. y Herrington, M. (2016). Global Entrepreneurship Monitor. Global report. Global Entrepreneurship Research Association.
- Ries, E. (2012). *El método Lean Startup*. Barcelona: Grupo Planeta
- Romaní, G. y Atienza, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe de la región de Antofagasta*, Antofagasta: Ediciones universitarias Universidad Católica del Norte.
- Romaní, G., Atienza, M. y Rojas, N. (2017a). *GUESSS Informe Nacional de Chile 2016*. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.
- Sarasvathy, S. (2008). *Effectuation. Elements of Entrepreneurial Expertise*. Cheltenham, UK. Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., y Zellweger, T. (2011). *Entrepreneurial Intentions and Activities of Students across the world: International report of GUESSS 2011*. KMU-HSG.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., y Zellweger, T. (2016). *Student Entrepreneurship 2016: Insights from 50 countries*. Saint Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.

## SOBRE LOS AUTORES

**Gianni Romaní Chocce:** Doctor y Magister 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.  
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, Emprendimiento y Economía de la Pyme.  
Contacto: miatien@ucn.cl

**Nicolás Rojas Bravo:** Magister © en Administración de empresas Académico del Centro de Emprendimiento y de la Pyme, CEMP.  
Trabaja como profesor del Departamento de Administración de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte.  
Contacto: nicolasrojasb@gmail.com

## **COORDINACIÓN DEL GUESSS CHILE**

### **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](http://www.cemp.ucn.cl)

Contacto: Gianni Romaní

Directora

[gachocce@ucn.cl](mailto:gachocce@ucn.cl)

Tel: 56-55-2355769/2355746

## **COORDINACIÓN DEL GUESSS INTERNACIONAL**

Philipp Sieger

GUESSS Project Manager

University of Bern, Suiza

[Philipp.sieger@imu.unibe.ch](mailto:Philipp.sieger@imu.unibe.ch)

## PRESENTACIÓN DE LOS AUSPICIADORES



Minera Escondida es la operación de cobre individual de mayor producción en el mundo. Produce concentrado y cátodos de cobre. Se ubica en la Región de Antofagasta, Chile, a 170 km al sureste de la ciudad de Antofagasta y a 3.100 metros sobre el nivel del mar. Sus oficinas corporativas se encuentran en Antofagasta.

Minera Escondida fue descubierta el 14 de marzo de 1981 y se inauguró formalmente diez años después, el 14 de marzo de 1991.



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.





Centro de Emprendimiento  
y de la Pyme

[www.cemp.ucn.cl](http://www.cemp.ucn.cl)