GEM

Global Entrepreneurship Monitor

Gianni Romaní · Miguel Atienza

INFORME DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA

2017

UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL NORTE
CHILE

ANTOFAGASTA
MINERALS

Global Entrepreneurship Monitor

INFORME DE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA, CHILE 2017

Gianni Romaní Chocce.
Miguel Atienza Úbeda.

ANTOFAGASTA MINERALS

Global Entrepreneurship Monitor

Informe de la Región de Antofagasta, Chile 2017

Gianni Romaní Chocce.
Miguel Atienza Úbeda.
Centro de Emprendimiento y de la Pyme.
Facultad de Economía y Administración.
Universidad Católica del Norte.

Este estudio ha sido posible gracias al financiamiento de la Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo Tecnológico de la UCN, Antofagasta Minerals, Magister en Dirección de Empresas y Magister en Gerencia Pública y Desarrollo Regional. Agradecemos también la ayuda de los expertos regionales y la población adulta que respondió amablemente al cuestionario; de los encuestadores en Antofagasta y del equipo encuestador de Questio en Santiago, y de todos los que directa o indirectamente han hecho posible la realización de este estudio.

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

© 2018 Universidad Católica del Norte.

Global Entrepreneurship Monitor
Informe de la Región de Antofagasta, Chile 2017.
Septiembre 2018.

Editor: Ediciones Universitarias, Universidad Católica del Norte.

Registro de Propiedad Intelectual
Inscripción N° 297093
Santiago Chile.

ISBN: 978-956-287-417-5

Los datos utilizados en este estudio provienen del consorcio Global Entrepreneurship Monitor (GEM), constituido en 2017 por 54 equipos de investigación de los siguientes países: Alemania, Argentina, Australia, Arabia Saudita, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Bulgaria, Catar, Canadá, Chile, China, Chipre, Colombia, Corea del Sur, Croacia, Ecuador, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Estonia, Francia, Grecia, Guatemala, India, Indonesia, Irán, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Kazajstán, Letonia, Líbano, Luxemburgo, Malasia, Marruecos, México, Países Bajos, Panamá, Perú, Polonia, Puerto Rico, Reino Unido, República de Madagascar, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwán, Uruguay y Vietnam. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros están publicados en el informe Global Entrepreneurship Monitor 2017-2018 Executive Report, que puede descargarse en línea en www.gemconsortium.org. Agradecemos a todos los investigadores y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

Diseño, Diagramación y Portada: www.dimco.cl
Impreso en Emelnor S.A. Avenida A. Rendic 02 Antofagasta, Chile

Presentación de la Coordinación GEM Región de Antofagasta.

El Proyecto GEM Región de Antofagasta 2017 ha sido desarrollado por académicos adscritos al Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte (UCN).

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

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

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

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

Prefacio

Chile ha iniciado un nuevo ciclo para recuperación de su economía y para ello ha ido implementando una serie de proyectos de ley y reglamentos que apuntan a lograr dicho objetivo. Una buena parte de estos apuntan a entregar al sector productivo, sean estas micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, la simplificación de trámites, el acceso a créditos y el ordenamiento respecto al pago oportuno de proveedores de bienes y servicios.

Mención especial merece la instalación de la Oficina de Gestión de Proyectos Sustentables, GPS, cuya misión es facilitar la instalación en nuestro país de grandes proyectos, facilitándoles la tramitación de permisos y mejor orientación respecto a las diversas ordenanzas que rigen la creación e instalación de empresas. En el mismo orden, se ha estado trabajando regionalmente en la coordinación de todas las instituciones de fomento, lo que permitirá optimizar el uso de recursos económicos que cada institución dispone, así como orientar sus instrumentos a los sectores priorizados en la Política de Desarrollo Regional.

La gran virtud de toda la información que proporciona el Informe GEM es que resalta, hace visible, pone en relieve las tendencias de aquellas personas, hombres y mujeres, que son emprendedores potenciales, que están en etapas iniciales o que ya tienen un desarrollo en un determinado tiempo. A esa condición, del todo valiosa, se agrega que los valores obtenidos de encuestas de opinión ampliada son comparables internacionalmente.

Los ajustes que se hacen cada año a la Agenda de Desarrollo Productivo de la Región, tienen un correlato con la información que proporciona cada año la Universidad Católica del Norte, a través del Informe GEM de la Región de Antofagasta, realizado por el Centro de Emprendimiento y de la Pyme de la Facultad de Economía de esta casa de estudios.

La Región de Antofagasta debe seguir siendo el motor que impulsa el desarrollo del país. Para eso, se requiere tener claridad respecto a cómo se mueve la economía mundial, de la cual somos altamente dependientes. De este modo, será posible tomar las medidas que fortalezcan nuestras empresas, especialmente proveedoras de la gran minería, así como continuar con las políticas de diversificación productiva. Disponer de un termómetro que indique la realidad del sector emprendedor nos facilitará el camino hacia el desarrollo que todos deseamos.

Mi mayor reconocimiento a Gianni Romaní y Miguel Atienza, investigadores preocupados por la marcha de la Región de Antofagasta. Sé de sus desvelos por hacer que sus encuestas sean respondidas, así como de obtener los recursos económicos para publicar estos informes GEM, un gran aporte para nuestra Región.

GERALDO JUSAKOS LAZO
Seremi de Economía
Región de Antofagasta

Contenido

Prefacio ix

Resumen Ejecutivo xv

Executive Summary xvii

¿Quién es el emprendedor de la Región de Antofagasta? xix

Introducción 1

1. El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor – GEM, su modelo conceptual, definiciones operativas y metodología 2
   1.1. El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor – GEM 2
   1.2. El Modelo Conceptual Revisado del GEM 2
   1.3. Definiciones operativas del GEM 5
   1.4. Metodología del proyecto GEM 7

2. Principales resultados internacionales del GEM 2017 8
   2.1. Valores sociales, atributos individuales y actividad emprendedora en los países participantes en el ciclo GEM 2017 8

3. Principales resultados internacionales del GEM 2017 13
   3.1. Valores sociales, atributos individuales y actividad emprendedora en los países participantes en el ciclo GEM 2017 13
   3.2 La Actividad Emprendedora de la Región de Antofagasta 17
      3.2.1. Tasas de emprendimiento 17
      3.2.2. Motivos de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales 20
      3.2.3. Características Demográficas de los Emprendedores 24
   3.3. Las aspiraciones emprendedoras en la Región 32
   3.4. El financiamiento del emprendimiento en la Región 37

4. Factores del ecosistema para emprender 42
   4.1 Descripción de la Encuesta a Expertos 42
   4.2. Evaluación General de las Condiciones Marco del Contexto Emprendedor 43
   4.3. Evaluación de las condiciones marco del contexto emprendedor de la Región por dimensiones 44
      4.3.1. Acceso al Financiamiento (Evaluación: -1,0) 45
      4.3.2. Transferencia de I+D (Evaluación: -0,8) 47
      4.3.3. Apertura del Mercado Interno (Evaluación: -0,7) 49
      4.3.4. Educación y Capacitación para el emprendimiento (Evaluación: -0,6) 50
      4.3.5. Infraestructura Comercial y legal (Evaluación: -0,6) 54
      4.3.6. Políticas de Gobierno (Evaluación: -0,5) 55
      4.3.7. Normas Sociales y Culturales (Evaluación: 0,2) 56
      4.3.8. Programas de Gobierno (Evaluación: 0,3) 59
      4.3.9. Acceso a infraestructura física (Evaluación: 1,0) 63
      4.3.10. Apoyo a la Mujer 64

5. Reflexiones en torno al emprendimiento en la Región 65

Referencias 68

Expertos que respondieron la encuesta regional 2017 70

Sobre los Autores 72

Coordinación del GEM Chile 73

Coordinación del GEM Región Antofagasta 73

Equipos regionales que participaron en el proyecto GEM Chile 2017 74

Presentación de los Auspiciadores 75

Índice de Tablas

Tabla 1. Valoración social y actitud hacia el emprendimiento en los países participantes en el GEM 2017, por nivel de desarrollo económico 10
Tabla 2. Valoración social hacia el emprendimiento 14
Tabla 3. Atributos individuales de actitud hacia el emprendimiento 15
Tabla 4. Aproximación del número de habitantes de la Región de Antofagasta involucrados en alguna etapa de la actividad emprendedora 20
Tabla 5. Necesidades de financiamiento de los emprendedores nacientes 37
Tabla 6: Expectativas de financiamiento de los emprendedores nacientes 38
Tabla 7. Monto de inversión de los inversionistas informales 39
Tabla 8. Brecha en el financiamiento de los emprendedores 41

Índice de Cuadros

Cuadro 1. Glosario de las principales medidas y terminología xiv
Cuadro 2. El Contexto Social, Cultural, Político y Económico y las Fases de Desarrollo Económico 4
Cuadro 3. Diferencias entre el GEM y los registros de actividades de empresas 6
Cuadro 4. El Parque Científico Tecnológico, PCT-UCN 48
Cuadro 5: El Centro de Estudios y Desarrollo del Emprendimiento de la Universidad de Antofagasta (CEDEUA) 52
Cuadro 6. Desafíos regionales: Emprendo por mi región 53
Cuadro 7. Alianza Antofagasta: Emprendimiento e Innovación Social 58
Cuadro 8. Centro de Desarrollo de Negocios (CDN) - Antofagasta 60
Cuadro 9. Endeavor Atacama en la región 62

Índice de Figuras

Figura 1. Las 10 características del emprendedor xix
Figura 2. El Modelo Conceptual del GEM 3
Figura 3. El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM 6
Figura 4. Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales para los 54 países participantes en el GEM 2017, según fase de desarrollo económico 12
Figura 5. Actividad emprendedora en etapas iniciales 17
Figura 6. Actividad Emprendedora en etapas iniciales por composición 18
Figura 7. Actividad Emprendedora por etapas 2017-2016 18
Figura 8. Actividad Emprendedora por etapas y regiones 19
Figura 9. Actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad 21
Figura 10. Actividad emprendedora en etapas iniciales por necesidad 21
Figura 11: Actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad y necesidad 22
Figura 12. Emprendedores Nacientes por Oportunidad y Necesidad 23
Figura 13. Motivos del emprendimiento en etapas iniciales por oportunidad 23
Figura 14. Proporción de rangos de edad por tipo de actividad emprendedora 24
Figura 15. Actividad Emprendedora por tipo y género 25
Figura 16. Actividad Emprendedora por nivel educativo 25
Figura 17. Nivel de educación y tipo de emprendimiento en etapas iniciales 26
Figura 18. Nivel de ingresos y tasa de actividad emprendedora 27
Figura 19. Actividad emprendedora según ingreso familiar 28
Figura 20. Nivel de ingreso familiar por tipo de emprendimiento 28
Figura 21. Situación laboral de los emprendedores en etapas iniciales 29
Figura 22. Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico 30
Figura 23. Actividad emprendedora establecida por sector económico 30
Figura 24. Proporción de la población que ha discontinuado o cerrado su negocio en los últimos doce meses 31
Figura 25. Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores 33
Figura 26. Cantidad percibida de competidores con productos o servicios similares 34
Figura 27. Uso de tecnología reciente en los procesos o servicios 34
Figura 28. Aspiraciones en la expansión de mercado 35
Figura 29. Clientes en el extranjero de los emprendedores por etapas 36
Figura 30: Tasa de inversionistas informales 39
Figura 31. Vínculo de los inversionistas informales con los emprendedores 40
Figura 32. Retorno esperado de los inversionistas informales en Antofagasta 41
Figura 33: Evaluación de las condiciones marco del contexto emprendedor en Chile y Antofagasta 44
Figura 34. Evaluación de las condiciones marco del Contexto Emprendedor en la Región de Antofagasta 2017/2016 45
Figura 35. Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento 46
Figura 36. Evaluación de la Transferencia de I+D 47
Figura 37. Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes 50
Figura 38. Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento 51
Figura 39. Evaluación de la infraestructura comercial y legal 54
Figura 40. Evaluación de las políticas de gobierno existentes 56
Figura 41. Evaluación de las normas sociales y culturales 57

Figura 42. Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento 59
Figura 43. Apoyo al crecimiento 61
Figura 44. Evaluación del acceso a infraestructura física 63
Figura 45. Apoyo a la mujer 64

Cuadro 1. Glosario de las principales medidas y terminología

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

Resumen Ejecutivo

Actividad emprendedora

Por sexto año consecutivo, la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales supera el 20%. En 2017, un 23,8% de la población adulta de la Región de Antofagasta está involucrada en actividades emprendedoras de duración menor o igual a tres años y medio. Esto supone una disminución respecto a 2016 (26%). Explica este resultado la disminución de la tasa de emprendedores nacientes, que pasó de un 16% en 2016 a un 14,2% en 2017 y el ligero incremento de los nuevos empresarios de un 10,2% a un 10,7%.

La tasa de los emprendedores con más de tres años y medio de actividad ha aumentado ligeramente, de un 6% a un 6,4% en 2017. En consecuencia, se ha producido una ligera disminución en la brecha por etapas del proceso emprendedor.

La actividad emprendedora en etapas iniciales de las mujeres ha disminuido de un 23,2% a un 21,1% en 2017, mientras que la tasa de emprendedoras establecidas ha subido ligeramente de un 3,8% a un 4,3% en el mismo período. Con lo cual se ha reducido levemente la brecha entre etapas del proceso emprendedor de mujeres, pese a que continúa la brecha de género.

La tasa de emprendimiento en etapas iniciales por oportunidad ha disminuido de un 19,3% a un 16,8% en 2017, mientras que la tasa por necesidad ha aumentado ligeramente de un 6,3% a un 6,8%. La Región ha dejado de tener la tasa más alta de emprendimiento por oportunidad y la más baja por necesidad, cediendo esos lugares a las regiones de Aysén y O´Higgins respectivamente.

Valores sociales y atributos individuales hacia el emprendimiento

La percepción de la población sobre el emprendimiento como una buena opción de carrera y la presencia de historias de emprendedores exitosos en los medios de comunicación han aumentado de un 65,2% en 2016 a un 70,9% en 2017 y de un 53,7% a un 54,7% respectivamente. En cambio, ha disminuido la percepción sobre el reconocimiento y respeto hacia los emprendedores exitosos de un 66,2% a un 58,1% en el mismo período.

La percepción positiva sobre las oportunidades de emprender en la región, destaca, por primera vez, solo en la población sin actividad emprendedora y en los emprendedores en etapas iniciales. En contraste, ha habido una disminución significativa del porcentaje de emprendedores establecidos que considera Antofagasta como una región de oportunidades, de un 50,5% en 2016 a un 41,8% en 2017. Por tercer año consecutivo, la percepción de oportunidades en el conjunto del país supera a los porcentajes regionales de los emprendedores nacientes, los establecidos y los que no están vinculados a actividades emprendedoras. La única excepción son los nuevos empresarios

La percepción de las habilidades y capacidades de los emprendedores es positiva. Sin embargo, hay diferencias significativas entre las personas que están involucradas en alguna etapa del proceso emprendedor y las que no. En las primeras, es mayor el porcentaje de respuestas afirmativas que en las segundas.

El temor al fracaso es mayor en las personas que no están vinculadas a actividades emprendedoras (un 36,5% aproximadamente) frente a las que sí lo están. Los porcentajes de estas últimas son menores tanto en la región como en el país, en promedio un 23%.

Aspiraciones Emprendedoras

Las aspiraciones de los emprendedores en etapas iniciales no han variado significativamente en este último año, mientras que en los establecidos se observa cierto pesimismo, lo que afecta la calidad de sus emprendimientos. Continúa predominando los emprendimientos de servicios a las personas y no se ha dado un aumento de la diversificación sectorial del emprendimiento local.

Hay indicios de mejora en la percepción de la competitividad de los emprendimientos, pero no en la novedad de los productos o servicios que ofrecen tanto los emprendedores en etapas iniciales como en los establecidos. En cuanto a la tecnología que usan en los productos o servicios que ofrecen, ha aumentado en ambos grupos, la proporción de emprendedores que usa tecnología con más de cinco años de antigüedad, así como la proporción de emprendedores sin clientes en el extranjero comparado con el año 2016.

Las aspiraciones de los emprendedores en etapas iniciales y establecidos han disminuido significativamente respecto a la generación de empleo en los próximos cinco años, de un 34% en 2016 a un 26,6% en 2017 y de un 11,5% a un 5,2% respectivamente. Asimismo, ha disminuido el porcentaje de emprendedores con expectativas de alto potencial de crecimiento de un 4,1% a un 3%.

Condiciones Marco del contexto emprendedor en la región

La evaluación de las condiciones marco del contexto emprendedor regional han mejorado en 2017, pese a que sigue siendo negativa en la mayoría de sus dimensiones. Las dimensiones que han evolucionado favorablemente son: Normas sociales y culturales, Programas de gobierno y Acceso a infraestructura física. No obstante, las más críticas continúan siendo la Transferencia de I+D, Educación para el emprendimiento, en particular la educación primaria y secundaria, Apertura al mercado interno y el Acceso al financiamiento, siendo esta última la que recibió la evaluación más baja.

Los juicios de los expertos nacionales sobre el contexto emprendedor han sido más severos en algunas dimensiones como Educación para el emprendimiento y Transferencia de I+D, pero muy próximos o iguales a los regionales en otras como Infraestructura comercial y legal, Acceso a financiamiento, Normas sociales y culturales y Políticas de gobierno.

Executive Summary

Entrepreneurial activity

For the sixth consecutive year, the rate of entrepreneurial activity in the early stages is over 20%. In 2017, 23.8% of the adult population of the Region of Antofagasta is involved in entrepreneurial activities less than three and a half years old. This represents a decrease with respect to 2016 (26%). This result is due to the reduction in the rate of nascent entrepreneurs, which changed from 16% in 2016 to 14.2% in 2017 and the slight increase in new entrepreneurs from 10.2% to 10.7%.

The rate of entrepreneurs with over three and a half years' activity has increased slightly, from 6% to 6.4% in 2017. In consequence, there has been a slight reduction in the gap between stages of the entrepreneurial process.

The rate of opportunity entrepreneurship in the early stage has dropped from 19.3% to 16.8% in 2017, while the rate of necessity entrepreneurship has risen slightly from 6.3% to 6.8%. The Region no longer has the highest rate of opportunity entrepreneurship and the lowest necessity entrepreneurship rate, giving these places up to Aysén and O´Higgins respectively.

Early-stage entrepreneurship in women has fallen from 23.2% to 21.1% in 2017, while the rate of established female entrepreneurs has increased slightly from 3.8% to 4.3% over the same period. The gap between stages of the entrepreneurial process has therefore narrowed slightly among women, although the gender gap persists.

Societal Values and Self-perceptions about Entrepreneurship

The perception of the population of entrepreneurship as a good career option and the presence of stories of successful entrepreneurs in the media have increased from 65.2% in 2016 a un 70,9% in 2017 and from 53.7% to 54,7% respectively. However, the perception of recognition and respect towards successful entrepreneurs has dropped from 66.2% to 58.1% in the same period.

The positive perception towards the opportunities for entrepreneurship in the region is present, for the first time, only in the population not engaged in entrepreneurial activity and in early-stage entrepreneurs. In contrast, there has been a significant reduction in the percentage of established entrepreneurs that consider Antofagasta to be a region of opportunities, from 50.5% in 2016 to 41.8% in 2017. For the third consecutive year, the perception of opportunities in the country as a whole exceeds the regional figure in nascent entrepreneurs, established entrepreneurs and those not currently engaged in entrepreneurial activities. The only exception is new business owners.

The perception of the skills and capabilities of entrepreneurs is positive. However, there are significant differences between people who are involved in some stage of the entrepreneurial process and those that are not. In the first group, the percentage of affirmative responses is greater than in the second.

The fear of failure is greater in people not engaged in entrepreneurial activities (approximately 36.5%) compared to those that are. The percentage in the latter group is lower both in the region and the country, at an average of 23%.

Entrepreneurial Aspirations

The aspirations of entrepreneurs in the early stages have not shifted significantly over the past year, while a certain pessimism can be noted among established entrepreneurs, affecting the quality of their ventures. Personal service businesses continues to predominate, and there has been no increase in the diversification of local entrepreneurship.

There are signs of improvement in the perception of the competitiveness of entrepreneurship, but not in the degree of novelty of the products or services offered by either early-stage entrepreneurs or established entrepreneurs. With regards to the technology used in the products or services supplied, the proportion of entrepreneurs using technology over five years old has increased in both groups, as well as the proportion of entrepreneurs with no overseas clients compared to the year 2016.

The aspirations of early-stage and established entrepreneurs in terms of job creation over the next five years have fallen significantly, from 34% in 2016 to 26.6% in 2017 and from 11.5% to 5.2%, respectively. Similarly, the percentage of entrepreneurs with an expectation of high growth potential has dropped from 4.1% to 3%.

Entrepreneurial Framework Conditions in the Region

The evaluation of framework conditions in the regional entrepreneurship context has improved in 2017, despite continuing to be negative in most dimensions. The dimensions that have shown positive change are: Social and Cultural Norms, Government Programs and Access to Physical Infrastructure. However, the most critical continue to be R&D transfer, Entrepreneurial Education (particularly primary and secondary), Internal Market Openness and Access to Finance, with the last of these receiving the lowest score.

The judgement of national experts on the entrepreneurial context has been most severe in certain dimensions, such as Entrepreneurial Education and R&D Transfer, but is close to or the same as other regions in others such as Commercial and Legal Infrastructure, Access to Finance, Social and Cultural Norms and Government Policy.

¿Quién es el emprendedor de la Región de Antofagasta?

Figura 1. Las 10 características del emprendedor.

1 SEXO:
Un 59% son hombres y un 41% mujeres.

2 EDAD:
La edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 39 años y la de los establecidos de 49 años.

3 ESCOLARIDAD:
Un 34% de los emprendedores tiene educación universitaria y un 7% tiene postgrado.

4 SECTOR ECONÓMICO:
El 52% de los emprendedores en etapas iniciales orienta su negocio al sector del consumidor final.

5 SITUACIÓN LABORAL:
El 52% trabaja por cuenta propia o se autoemplea y un 42% trabaja a tiempo completo o parcial en su negocio.

6 NIVEL DE INGRESOS:
Un 42,2% posee ingresos familiares superiores a $1.200.000 y un 18,5% mayores a $2.500.000.

7 MOTIVACIÓN:
El 52% emprende por oportunidad y el 42% lo hace porque no tiene otra alternativa para sobrevivir.

8 INDEPENDENCIA:
Un 49% de los que emprenden por oportunidad lo hacen por el deseo de ser independientes.

9 EXPORTACIÓN:
El 45,2% de los emprendedores en etapas iniciales no tiene clientes fuera del país y solo un 4,5% tiene más del 75% de sus clientes en el extranjero.

10 TECNOLOGÍA
El 52,3% de los emprendedores usa tecnología de más de cinco años de antigüedad y un 16,6% usa tecnología reciente.

Introducción

El estudio sobre la actividad emprendedora en la región, más conocido como el GEM Región de Antofagasta, parte el año 2007, cuando se incorpora la dimensión regional al estudio sobre la actividad emprendedora en el país. Desde ese año, el GEM Antofagasta forma parte del proyecto GEM Chile y de la Asociación Global de Investigación en Emprendimiento – GERA (Global Entrepreneurship Research Association). El GEM es uno de los proyectos de investigación más prestigiosos a nivel mundial sobre la dinámica emprendedora.

Desde el año 2007 a la fecha, la Región de Antofagasta ha experimentado importantes cambios en el ámbito económico, político, social y cultural que han repercutido en el nivel de la actividad emprendedora y en el desarrollo de un entorno más favorable para el emprendimiento. Todos esos cambios han sido recogidos en cada uno de los informes sobre la actividad emprendedora que se publica anualmente.

Este décimo primer informe da cuenta de la dinámica emprendedora en 2017, destacando la valoración social hacia el emprendimiento, los atributos personales, las aspiraciones, la actividad e intención emprendedora de la población, así como la evaluación del ecosistema del emprendimiento regional.

Como este informe es parte del proyecto GEM Chile que a su vez pertenece al proyecto global GEM, la metodología es estándar, es decir la información se recoge a partir de dos fuentes. La primera es una encuesta a la población adulta sobre la valoración social del emprendimiento, sus atributos personales, aspiraciones y actividad de las personas involucradas en alguna etapa del proceso emprendedor. La segunda, es una encuesta aplicada a las personas que están directa o indirectamente involucradas en el proceso emprendedor, denominadas "expertos". Esta encuesta mide sus percepciones sobre el entorno emprendedor de la región. En 2017, se entrevistaron a 509 adultos y 43 expertos respondieron el cuestionario.

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

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

1.1. El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor – GEM

El proyecto GEM empezó con la participación de 10 países en 1999 y, desde entonces, ha tenido un proceso de expansión y revisión continua. La expansión se refiere al número de países que participan, más de 100 desde su inicio, y la revisión continua, a la ambición explicativa del modelo conceptual que plantea el GEM. Para ello, se crea el año 2004 la Asociación Global de Investigación en Emprendimiento – GERA (Global Entrepreneurship Research Association), una organización sin fines de lucro para servir como órgano supervisor.

El proyecto GEM tiene como objetivos:

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

Uno de los avances relevantes de este proyecto es el reconocimiento de que, dentro de cada país, el emprendimiento tiene distintas manifestaciones y contribuye al desarrollo local de manera diversa. Esto ha hecho que cada vez más países incorporen en sus estudios la dimensión regional. Destacan las experiencias de España, Inglaterra y Chile, donde el GEM posee representatividad estadística para casi todas sus regiones, de modo que, tanto los investigadores como los políticos cuentan con bases de datos que pueden equipararse a los registros públicos de empresas, con la ventaja de contar con información adicional sobre las características de los emprendedores y empresarios. En el caso particular de Chile, la dimensión regional fue incorporada en 2007, cuando participaron 5 regiones: Antofagasta, Valparaíso, la Región Metropolitana, Bío y de los Ríos. En once años, la cobertura del GEM en el país se ha extendido a sus quince regiones y se espera que cada una tenga su propio informe regional.

1.2. El Modelo Conceptual Revisado del GEM[1]

Desde la creación del proyecto GEM, el modelo conceptual y las definiciones básicas han estado en constante revisión. El nuevo modelo conceptual que se muestra en la figura 2, incorpora la clasificación que usa el Foro Económico Mundial para determinar las fases de desarrollo económico de los países, en función de su competitividad: Economías basadas en los recursos, en la eficiencia y en la innovación (Porter et al., 2002). Las doce dimensiones[2] que utiliza el Foro Económico Mundial para clasificar a los países miden el contexto social, cultural, político y económico. El GEM aporta a esta perspectiva nueve componentes denominados

[1] Este apartado está basado en el GEM Reporte Nacional de Chile 2015 de Mandakovic, Abarca y Amorós (2016) disponible en www.gemconsortium.org.

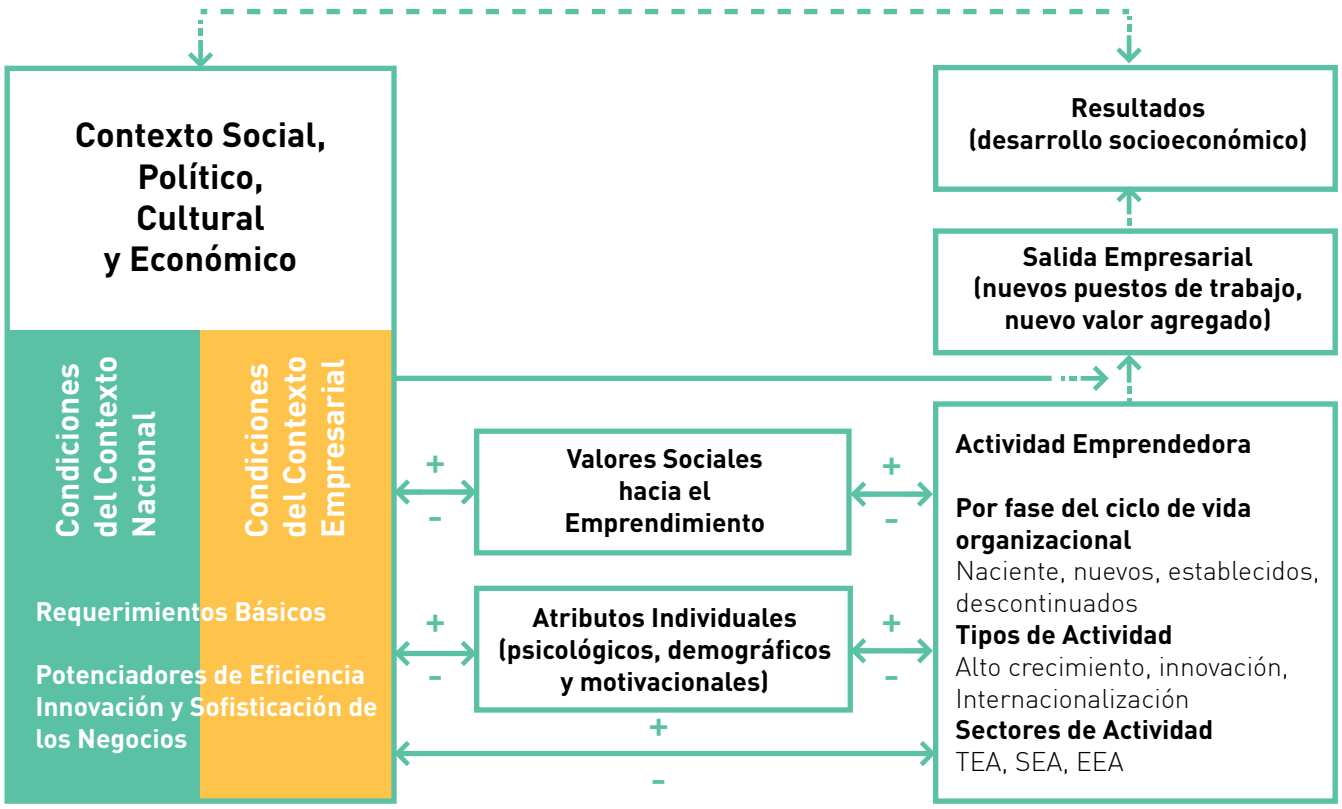
[2] Estas son: instituciones, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria, mayor educación y formación, eficiencia del mercado de bienes, eficiencia del mercado laboral, sofisticación del mercado financiero, preparación tecnológica, tamaño de mercado, sofisticación de los negocios, innovación

Condiciones Marco para el Emprendimiento (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC), tal como se presenta el cuadro 2.

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

Las condiciones marco del contexto emprendedor van a influir y ser influidas por la valoración social hacia emprendimiento, esto incluye aspectos como: valorar al emprendimiento como una buena elección de carrera, si los emprendedores tienen un alto estatus social y cómo la atención mediática a los emprendedores y sus negocios contribuye (o no) al desarrollo de una cultura pro-emprendimiento en el país. Asimismo, va interactuar con los atributos individuales, que incluyen diferentes factores demográficos (como el género, la edad, la ubicación geográfica), psicológicos (capacidades y oportunidades percibidas, miedo al fracaso) y aspectos motivacionales (necesidad versus oportunidad y deseo de independencia, entre otros) y estos a su vez van a influir en la actividad emprendedora, definida en función de las fases del ciclo de vida del emprendimiento (naciente, nuevos empresarios, empresarios establecidos, la interrupción del negocio), los tipos de la actividad (alto crecimiento, innovación, internacionalización) y la caracterización de la actividad (emprendimientos en etapas iniciales- TEA, emprendedores sociales- SEA, actividad emprendedora de los empleados- EEA). Esta actividad emprendedora va a tener un impacto en el desarrollo económico (Figura 2).

Figura 2. El Modelo Conceptual del GEM



Fuente: www.gemconsortium.org

En resumen, el proyecto GEM ha venido confirmando que el nivel de actividad emprendedora varía entre países, lo que, también, reafirma que se necesita tiempo y coherencia en las intervenciones de política con el fin de construir los factores que contribuyen a la actividad emprendedora. Las encuestas del GEM han probado que la actividad emprendedora, en diferentes formas (naciente, nueva, establecida, intra-emprendimiento), se correlaciona positivamente con el crecimiento económico y que, además, esta relación es diferente a lo largo de las fases de desarrollo económico (Acs y Amorós, 2008; Van Stel et al., 2005; Wennekers et al., 2010). Asimismo, las condiciones macroempresariales (del contexto socio-político y económico), la capacidad individual para identificar y aprovechar las oportunidades y la capacidad de la sociedad para desarrollar una cultura emprendedora son muy relevantes no solo para crear más nuevas empresas, sino también para tener individuos emprendedores con mayor ambición de hacer crecer su negocio y más innovación empresarial (WEF-GEM, 2015). Con esto, el GEM también puede ayudar a comprender cómo iniciativas públicas y privadas pueden mejorar los ecosistemas pro-emprendimiento (Drexler y Amorós, 2015).

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

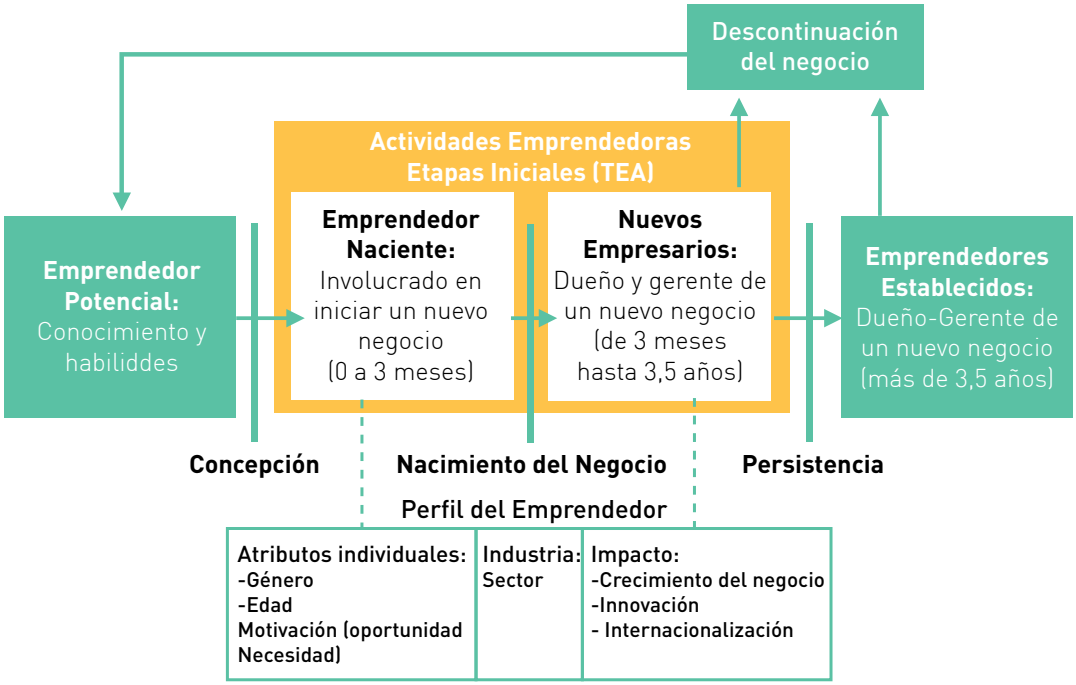
<table>
<tr><th></th><th>De otras fuentes disponibles</th><th>De la Encuesta Nacional de Expertos (NES)</th></tr>
<tr><td>Fases de desarrollo económico</td><td>Condiciones del contexto nacional, basado en las dimensiones del Foro Económico Mundial para determinar las fases de desarrollo económico</td><td>Condiciones marco del Emprendimiento</td></tr>
<tr><td>Requerimientos básicos
Economías basadas en recursos</td><td>• Instituciones
• Infraestructura
• Estabilidad macroeconómica
• Salud y educación primaria</td><td rowspan="3">• Financiamiento al emprendimiento
• Política gubernamental
• Programas gubernamentales para el emprendimiento
• Educación para el emprendimiento.
• Transferencia de I+D
• Apertura del mercado interno
• Infraestructura física para el emprendimiento
• Estructura legal y comercial para el emprendimiento
• Cultura y normas sociales</td></tr>
<tr><td>Potenciadores de eficiencia
Clave para las economías basadas en eficiencia</td><td>• Mayor educación y formación
• Eficiencia del mercado de bienes
• Eficiencia del mercado laboral
• Sofisticación del mercado financiero
• Preparación tecnológica
• Tamaño de mercado</td></tr>
<tr><td>Factores de innovación y sofisticación
Clave para las economías basadas en innovación</td><td>• Sofisticación de los negocios
• Innovación</td></tr>
</table>

1.3. Definiciones operativas del GEM

El emprendimiento es un fenómeno cuya complejidad se refleja en la variedad de definiciones existentes. El GEM, acorde con sus objetivos, considera que el emprendimiento no es un acto heroico de un individuo independientemente del entorno en el que se realiza la actividad, sino que es la consecuencia de la interacción entre la percepción de oportunidades que detecta un individuo, la capacidad (motivación y habilidades) para actuar y las condiciones de su entorno, por lo que entiende que la actividad emprendedora es un proceso y observa a los individuos en las diferentes fases, desde la inicial, cuando el negocio está en gestación, pasando por la consolidación, hasta llegar a la interrupción del negocio.

El individuo emprendedor que tiene éxito en su negocio pasa por todas las etapas del proceso, por lo que estudiar sus acciones resulta útil para entender el comportamiento emprendedor. Se considera, desde esta perspectiva, que el proceso emprendedor parte antes de que la empresa esté operativa. La recolección de datos del GEM cubre el ciclo de vida completo del proceso emprendedor. Considera a los individuos desde que estos comprometen recursos para empezar un negocio del que esperan ser los dueños, e incluso han pagado alguna retribución, ya sea a terceras personas o a ellos mismos hasta por tres meses. Ese pago marca el "momento del nacimiento" de un negocio. En esta fase, se les denomina Emprendedores Nacientes. A los que han pagado salarios durante más de tres meses hasta los 42 meses se les denomina Nuevos Empresarios. Así que la distinción entre emprendedores nacientes y nuevos empresarios depende de la antigüedad de la nueva empresa. El punto de corte de los 42 meses se ha definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operativos. La tasa de emprendedores nacientes y de los nuevos empresarios es considerada por el GEM como Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales o TEA por sus siglas en inglés (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) y representa la dinámica de las nuevas empresas en un país. Este indicador se puede enriquecer adicionalmente mediante información relacionada con atributos individuales (sexo, edad), el impacto (el crecimiento del negocio, la innovación, la internacionalización) y la actividad (sectores) (figura 3). A aquellos que sobrepasan los 42 meses se les denomina Emprendedores Establecidos, es decir son dueños y administran una empresa que ha estado operativa más de 42 meses. Estos emprendedores han sobrevivido el denominado "Valle de la Muerte" y han pasado las etapas iniciales. Una alta tasa de propietarios de negocios establecidos puede indicar condiciones positivas para la supervivencia de las empresas. Sin embargo, el que un país tenga una tasa alta de emprendedores establecidos y baja de actividad emprendedora, supone la existencia de escaso dinamismo de la actividad emprendedora (Reynolds et al., 2005).

Figura 3. El proceso emprendedor y las definiciones operativas del GEM



Fuente: www.gemconsortium.org

Es importante señalar que a diferencia de la mayoría de información sobre emprendimiento que toma a las nuevas y pequeñas empresas como unidad de análisis, el GEM estudia la actividad emprendedora de los individuos que inician y administran un negocio. Esto distingue al GEM de otras bases de datos, que suelen recoger información de los catastros de nuevas empresas (Cuadro 3).

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

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

Los datos del GEM se obtienen usando un diseño de investigación armonizado para todos los países que participan de este proyecto. A pesar de iniciativas recientes de la EUROSTAT, la OECD y el Banco Mundial, no se ha logrado la armonización y homogenización de los registros nacionales de empresas. Los datos del GEM permiten la comparación entre países. La robustez del método del GEM se ha verificado por la estabilidad de las comparaciones nacionales año tras año.

Los resultados del GEM están sujetos a la incertidumbre estadística propia de los datos agregados (nacionales). Por ello, se publican intervalos de confianza de los índices de emprendimiento obtenidos. En contraste, los datos de los registros de empresas no requieren intervalos de confianza por suponerse que incorporan la totalidad del universo de empresas. Sin embargo, existen, según el país, distintas fuentes de error como, por ejemplo, el que algunos negocios pueden no estar registrados en las bases de datos, mientras que otros pueden estarlo solo por razones fiscales sin ocurrir una actividad emprendedora. El grado en el cual estas prácticas suceden varía mucho entre países.

El GEM estudia a las personas que están formando un negocio u empresa (empresarios nacientes), así como a quien posee y administra negocios que ya han iniciado actividades. Esto incluye a trabajadores por cuenta propia y otros empresarios que no se registran necesariamente como empresas. El GEM además mide actitudes y opiniones acerca de la actividad emprendedora.

El GEM no ofrece cifras sobre el número de negocios y la creación de nuevas empresas. Su objetivo es medir el espíritu emprendedor y la actividad emprendedora en las diversas fases de la existencia de los negocios. Por lo tanto, no es la fuente más apropiada para estudiar las características de las empresas. Para estos fines, los datos de los registros de actividades son preferibles a los del GEM (con la excepción de países como España y el Reino Unido, donde las muestras del GEM son muy amplias).

Algunas características de los negocios, que no están generalmente disponibles en los registros de actividades, se pueden inferir del GEM. Como ejemplo pueden mencionarse las motivaciones para ser emprendedor, el grado de innovación de la actividad emprendedora y la expectativa de crecimiento. Sin embargo, estas características siempre deben ser derivadas de muestras suficientemente grandes, por lo que es útil combinar las muestras del GEM de varios años.

1.4. Metodología del proyecto GEM

La metodología del GEM permite obtener una gran cantidad de información estandarizada sobre la actividad emprendedora de cada país y comparar entre los países participantes del proyecto y sus regiones. El equipo de datos del GERA coordina con los equipos nacionales el proceso de recolección de datos con el fin de obtener muestras representativas a nivel nacional y regional que permitan su comparación. Para este proceso se utiliza dos cuestionarios:

- La encuesta a la población adulta entre 18 y 64 años denominada APS por sus siglas en inglés: Adult Population Survey. Esta es estandarizada y traducida al idioma correspondiente de cada país y región, se aplica a través de una entrevista telefónica, cara a cara o una combinación de ambas, entre los meses de mayo y julio. Incluye preguntas precisas acerca de la participación en y la actitud hacia el emprendimiento. Con este instrumento, se recopilan los datos y se analizan en profundidad los elementos del modelo del GEM relacionados con la valoración social hacia el emprendimiento y los atributos personales, así como las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras de las personas. La muestra de la APS en cada país es de al menos 2.000 adultos. En Chile fue de 9.204 adultos en total logrando obtener representatividad en las 15 regiones del país. En el caso de Antofagasta, la muestra de 2017 fue de 503 personas.

- La encuesta nacional/regional a expertos, NES/RES por sus sigla en inglés: National/ Regional Expert Survey, es una encuesta de percepción, estructurada, estandarizada y traducida al idioma correspondiente de cada país o región, que se aplica a una muestra mínima de 36 personas seleccionadas ya sea porque tienen un amplio conocimiento del contexto emprendedor del país/región o porque son emprendedores de gran trayectoria que han "vivido en carne propia" el proceso emprendedor, a estas personas se las denomina expertos/as. Esta encuesta busca medir las percepciones sobre el entorno emprendedor y se realiza en el mismo período que el APS, es decir entre mayo y julio. En 2017, participaron 468 expertos nacionales y en el caso de Antofagasta, 43 expertos respondieron la encuesta regional.

Además, el GEM utiliza diversas fuentes secundarias para complementar los indicadores de emprendimiento y comparar con otros datos internacionales. Toda esta información es analizada en conjunto para todos los

países y sus regiones, estandarizada, homogenizada y posteriormente presentada en el informe global (GEM Global Report), en el de cada país (Country Report) y en el de cada región (Regional Report). En Chile, la Universidad del Desarrollo lidera el proyecto GEM Chile de acuerdo a las instrucciones del GERA, y es la que coordina el levantamiento, armonización y procesamiento de las encuestas APS y NES/RES a partir de la alianza con otras universidades como la Universidad Católica del Norte, que a través del Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) hace el GEM de la Región de Antofagasta.

2. Principales resultados internacionales del GEM 2017

En el ciclo GEM 2017 participaron 54 países que fueron agrupados por fase de desarrollo económico de acuerdo a la tipología del Foro Económico Mundial (Porter et al., 2002): economías basadas en recursos, economías basadas en la eficiencia y economías basadas en la innovación. Estas 54 economías reúnen al 68% de la población mundial y representan alrededor del 86% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial (Mandakovic y Serey, 2018).

2.1. Valores sociales, atributos individuales y actividad emprendedora en los países participantes en el ciclo GEM 2017

La tabla 1 muestra los indicadores referentes a la valoración social y a los atributos individuales, para cada uno de los 54 países participantes en el ciclo GEM 2017, así como los promedios no ponderados por tipo de economía. En el lado izquierdo de la tabla se encuentran los tres indicadores referentes a la valoración social. El primero evalúa el porcentaje de personas que considera que el ser emprendedor es una opción de carrera deseable. En el grupo de países cuya economía se basa en los factores de producción/recursos, se encuentran solo cuatro países siendo el promedio de un 64,6%, mientras que, en el grupo de países basados en la eficiencia, donde se encuentran todos los países de América Latina, el promedio es de un 65,7%. El porcentaje más bajo en este grupo de países lo tiene Eslovaquia con un 47,6%, mientras que el más alto recae en Guatemala con un 91,9%. Chile alcanza un 73,8%, situándose por encima del promedio. En las economías más desarrolladas, este porcentaje es menor, un 57%. En este grupo, Puerto Rico tiene la tasa más baja, un 22,6% mientras que los Emiratos Árabes tiene la más alta, un 82,7% (Tabla 1 columna 1 izquierda).

El segundo indicador permite saber el porcentaje de personas que consideran que el estatus de los emprendedores exitosos es alto. Al igual que en caso anterior, se observan diferencias entre países y por grupos. En promedio, los países menos desarrollados tienen un 72,2%, mientras que, en el grupo de países basados en la eficiencia, el promedio es de un 66,3%. En este grupo, Argentina tiene el menor porcentaje, un 47,4%, mientras que Egipto tiene la tasa más alta, un 80%. Chile está por debajo del promedio con un 62,9%. En las economías basadas en la Innovación el promedio es de un 70%, donde España tiene la tasa más baja, un 47,9% mientras que los Emiratos Árabes tiene la tasa más alta, un 87,8% (Tabla 1 columna 2 izquierda).

El tercer indicador, mide la percepción de las personas sobre la cobertura que tiene el emprendimiento en los medios de comunicación. El rango por grupo de países, en promedio, oscila entre el 57,1% de los países basados en los factores de producción y el 62% de las economías basadas en la innovación. Pareciera ser que a medida que aumenta el nivel de desarrollo de los países la cobertura de los medios de comunicación sobre temas de emprendimiento es mayor. Sin embargo, hay diferencias importantes dentro de cada grupo. Por ejemplo, en el grupo de países que basan su economía en la eficiencia, el promedio es de un 66,3%, y el promedio más bajo recae en Bosnia y Herzegovina, con un 26,4% mientras que el más alto lo tiene Tailandia con un 84,3%, Chile está por debajo del promedio con un 62%. En el grupo de países basados en

la innovación, destaca nuevamente los Emiratos Árabes con un 84,5%, siendo el promedio de este grupo un 62,3% (Tabla 1 columna 3 izquierda).

En el lado derecho de la tabla están los cuatro indicadores relacionados de forma directa con las características individuales como la percepción de oportunidades, capacidad emprendedora, temor al fracaso e intención de emprender. Con respecto a la percepción de oportunidades, la tabla 1 muestra que no hay diferencias significativas entre los promedios de los grupos de países, pero sí dentro de los mismos. En el primer grupo, el promedio es de 41,5%, mientras que en segundo, es decir en los países que basan su economía en la eficiencia, el promedio es de un 43,8%, donde Bosnia y Herzegovina tiene la tasa más baja, un 13,4%, mientras que Arabia Saudita tiene un 79,5%. Chile que se encuentra en este grupo, está por encima del promedio con un 55,5%. En el grupo de países más desarrollados, el promedio es de 43,4% donde la tasa más baja la tiene Japón con un 7,4% mientras que la tasa más alta recae en Suecia con un 79,5% (Tabla 1 columna del medio).

En cuanto a la percepción de capacidades y habilidades, el promedio entre grupos de países es mayor en las economías menos desarrolladas, un 53, 8% y un 53,5% respectivamente, mientras que en aquellas basadas en la innovación el promedio es de un 43%. En el grupo de países que basan su economía en la eficiencia, destacan el Líbano y Ecuador con un 74,6% y un 74,1% respectivamente, mientras que China tiene un 27,2%. Chile está por encima del promedio con un 61,8%. En el grupo de países más desarrollados, sobresalen los Emiratos Árabes y Canadá con un 64,8% y un 55,6% respectivamente. Japón tiene la tasa más baja en este grupo, un 10,8% (Tabla 1 columna 3 derecha)

En relación al miedo al fracaso, la tabla 1 muestra que los países que pertenecen a las economías menos desarrolladas tienen un menor porcentaje con relación al grupo de los países más desarrollados. En el primer grupo de países, el promedio de este indicador es de un 36,6%, mientras que en el grupo de países basados en la eficiencia, este promedio es ligeramente menor, un 33,9%. En este segundo grupo, destaca el Líbano por tener la tasa más baja, un 17%, mientras que Marruecos y Tailandia tienen las tasas más altas de temor al fracaso, un 52,9% y un 52,7% respectivamente. Chile tiene una tasa por debajo del promedio, un 29,4%. Los países más desarrollados tienen en promedio una tasa del 40,3%, destacan en este grupo los Emiratos Árabes y Chipre que tienen las tasas más altas, un 61,1% y un 55,9%, mientras que Puerto Rico, Suiza y los Países Bajos tienen las tasas más bajas, un 28,6%, un 29,5% y un 29,7% respectivamente (Tabla 1 columna 2 derecha).

Tabla 1. Valoración social y actitud hacia el emprendimiento en los países participantes en el GEM 2017, por nivel de desarrollo económico

Etapa de desarrollo	País	Opción de carrera	Estatus social	Atención de los medios	Percepción de oportunidades	Percepción de capacidades	Miedo al fracaso*	Intención de emprender**
Economías basadas en recursos	India	53,0	56,2	44,8	44,9	42,1	39,6	10,3
	Kazajstán	59,7	80,1	49,1	50,4	64,7	18,4	46,2
	República de Madagascar	83,6	77,8	53,3	24,4	55,4	42,0	39,8
	Vietnam	62,1	74,8	81,1	46,4	53,0	46,6	25,0
	Promedio	64,6	72,2	57,1	41,5	53,8	36,6	30,3
Economías basadas en eficiencia	Argentina	60,4	47,4	47,3	29,7	43,1	37,8	13,4
	Bosnia y Herzegovina	62,7	65,6	26,4	13,4	35,5	27,2	4,6
	Brasil	-	-	-	46,4	55,9	39,8	15,3
	Bulgaria	54,3	68,0	47,6	19,5	38,4	20,9	5,0
	Chile	73,8	62,9	62,0	55,5	61,8	29,4	45,8
	China	66,4	74,6	71,0	35,2	27,2	41,5	15,3
	Colombia	68,4	75,3	52,1	52,4	68,5	26,1	52,5
	Croacia	62,2	47,7	48,1	33,6	50,8	26,6	17,5
	Ecuador	60,6	60,7	71,5	51,2	74,1	27,1	48,2
	Egipto	75,9	82,0	68,7	43,5	46,6	30,2	55,5
	Guatemala	91,9	73,4	55,1	53,3	64,5	32,4	46,5
	Indonesia	70,0	81,0	83,8	47,7	57,3	46,7	28,1
	Irán	48,3	79,4	49,4	33,6	53,4	39,9	38,8
	Letonia	57,5	58,5	58,2	36,3	49,0	42,3	17,3
	Líbano	-	-	-	59,2	74,6	17,0	32,5
	Malasia	77,1	69,9	83,2	45,1	46,1	45,0	17,6
	México	50,7	52,3	57,9	36,4	50,1	28,4	13,2
	Marruecos	75,8	63,3	45,9	37,7	49,6	52,9	26,6
	Panamá	60,2	67,5	52,6	48,9	57,6	24,0	20,8
	Perú	64,7	62,9	74,3	55,8	67,6	30,7	43,2
	Polonia	79,3	67,7	50,5	68,8	52,4	34,4	9,7
	Arabia Saudita	69,7	69,3	66,9	79,5	71,8	34,4	30,9
	Eslovaquia	47,6	60,0	59,0	25,8	48,5	32,8	9,0
	Sudáfrica	69,4	74,9	72,7	43,2	39,9	31,3	11,7
	Tailandia	74,7	74,5	84,3	49,1	48,9	52,7	37,4
	Uruguay	54,9	51,9	54,3	36,9	57,5	31,0	27,4
	Promedio	65,7	66,3	60,1	43,8	53,5	33,9	26,3
Economías basadas en innovación	Australia	53,9	68,9	74,0	51,4	49,3	41,4	13,2
	Canadá	65,6	74,0	76,5	60,2	55,6	43,8	14,1
	Chipre	66,2	61,5	50,5	51,0	46,4	55,9	16,7
	Estonia	54,2	64,7	61,0	61,0	49,7	31,8	18,1
	Francia	59,1	74,2	47,0	34,1	36,3	39,1	17,6
	Alemania	51,3	77,9	49,5	42,0	37,5	36,3	7,2
	Grecia	63,4	66,5	43,4	13,7	43,4	55,5	7,1
	Irlanda	53,2	81,9	72,9	44,5	42,2	39,2	11,9
	Israel	65,2	86,1	55,3	58,3	44,1	48,0	26,4
	Italia	64,2	73,2	54,9	28,8	30,4	49,4	10,3
	Japón	24,3	52,0	56,2	7,4	10,8	41,2	3,7
	Corea del Sur	47,2	68,6	60,5	35,3	45,7	32,2	22,8
	Luxemburgo	43,0	70,0	48,7	54,8	40,9	47,0	11,0
	Países Bajos	81,0	67,5	63,2	64,1	44,6	29,7	8,1
	Puerto Rico	22,6	52,3	81,2	28,0	46,7	28,6	18,3
	Catar	65,9	77,3	54,0	45,6	41,1	41,9	15,7
	Eslovenia	55,1	73,4	72,7	34,6	53,3	31,8	14,2
	España	53,8	47,9	50,9	31,9	44,8	39,2	5,6
	Suecia	53,6	70,5	64,7	79,5	34,5	36,7	8,1
	Suiza	53,0	73,2	59,0	47,2	42,1	29,5	10,5
	Taiwán	71,1	60,1	81,3	26,6	25,9	39,2	25,7
	Emiratos Árabes Unidos	82,7	87,8	84,5	35,5	64,8	61,1	56,3
	Reino Unido	55,6	75,6	58,5	43,0	48,2	35,9	7,3
	Estados Unidos	63,1	75,5	74,5	63,6	54,3	33,4	14,5
	Promedio	57,0	70,0	62,3	43,4	43,0	40,3	15,2

Fuente: GEM Encuesta a Población Adulta (APS), 2017.
*Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que percibe buenas oportunidades para comenzar un negocio.
**Porcentaje de la población que no está involucrada en actividades emprendedoras.

Por último, se observa claramente que la tasa de intención emprendedora va disminuyendo a medida que aumenta el nivel de desarrollo de las economías. En las economías basadas en los factores de producción, el promedio es de un 30,3%, mientras que en las economías basadas en los factores de producción el promedio es de un 26,3%. En este grupo de países, destaca Egipto por tener la tasa más alta de intención emprendedora, un 55,5%. Dentro de los países de América Latina que también se encuentran en este grupo, destaca Colombia con un 52,5%. Chile está por encima del promedio con un 45,8%. Los países con la menor tasa de intención emprendedora en este grupo son Bosnia y Herzegovina con un 4,6% seguido de Eslovaquia con un 9%. En el grupo de los países desarrollados, el promedio de intención emprendedora es de un 15,2%. En este grupo destaca los Emiratos Árabes con un tasa de 56,3%, mientras que Japón y España tienen las tasas más bajas del grupo, un 3,7% y un 5,6% respectivamente. Es interesante destacar el resultado de los Emiratos Árabes donde hay un bajo porcentaje de percepción de oportunidades, pero en percepción de habilidades y competencias, temor al fracaso e intención emprendedora tienen tasas bastante altas. Estas dos últimas al parecer son contradictorias, por lo que es muy posible que esté influenciado por aspectos culturales.

En general las regiones que reúnen a los países en vías de desarrollo tienen en promedio una mayor percepción oportunidades, manifiestan mayor capacidad emprendedora y menor miedo al fracaso que los países más desarrollados.

La figura 4 muestra la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales de los 54 países que participaron en el proyecto GEM 2017 según su nivel de desarrollo por cada grupo de países. Esta figura facilita la comparación entre países en similar etapa de desarrollo, e incorpora una barra que representa el valor de la tasa con un intervalo de confianza del 95%. En promedio, las economías basadas en los factores de producción y en la eficiencia, presentan tasas más elevadas de actividad emprendedora en etapas iniciales que las economías basadas en la innovación.

En los países del primer grupo (economías basadas en los factores de producción), el rango en la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales varía entre un 9% y un 22%, correspondientes a India y la República de Madagascar respectivamente.

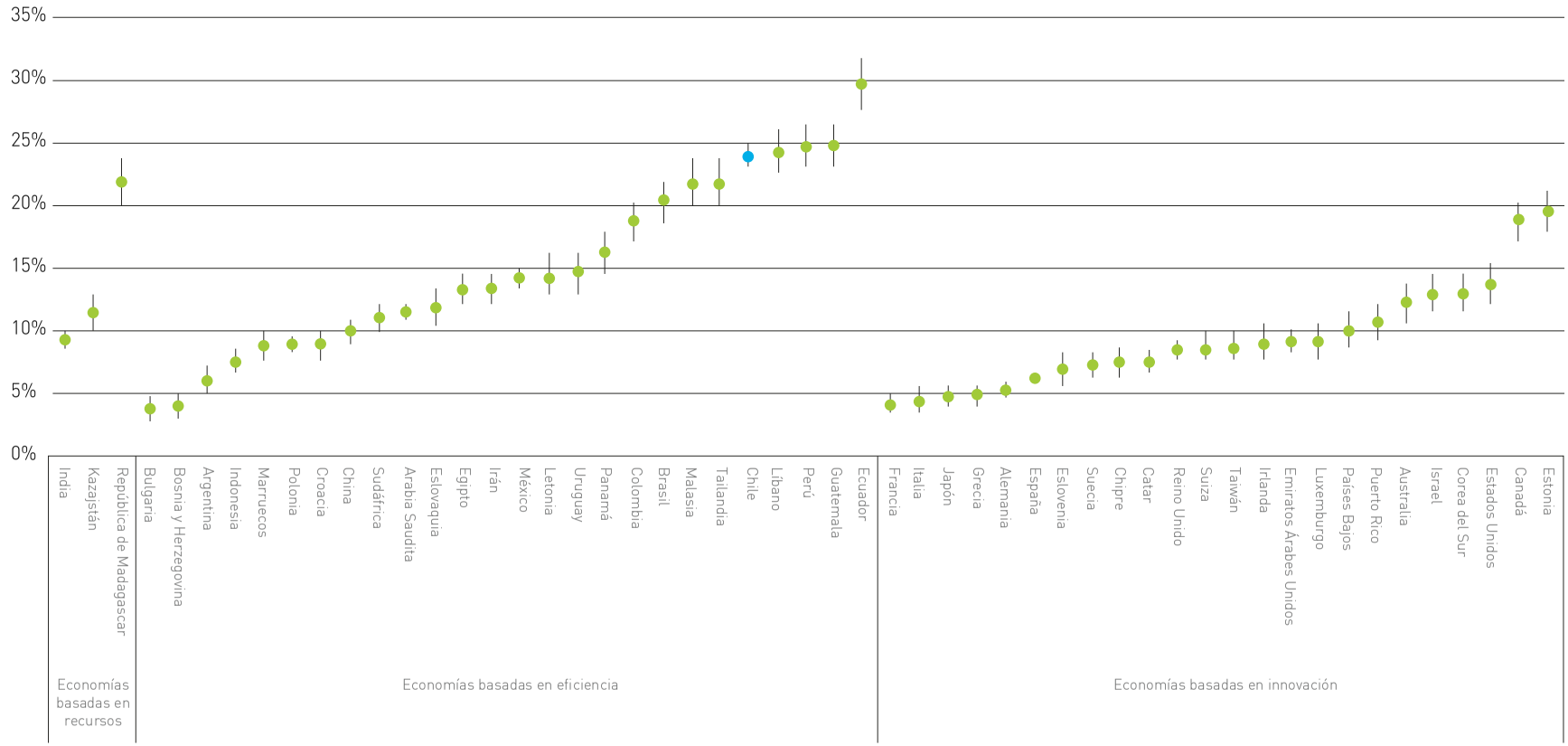
En el grupo de países basados en la eficiencia, el rango varía entre un 4%, en el caso de Bulgaria y un 30% que corresponde a Ecuador. En este grupo se encuentran los países de América Latina y el Caribe (salvo Puerto Rico), que tienen una TEA promedio de 18,5%, siendo Ecuador, Perú y Guatemala, los países latinoamericanos con las tasas más altas de actividad emprendedora en etapas iniciales, un 30%, y un 25% respectivamente, mientras que Argentina presenta la tasa más baja de este grupo, un 6%.

En el grupo de países basados en la innovación, el rango varía entre un 4% en el caso de Francia y un 19% en Estonia y Canadá respectivamente. En este grupo de economías, se encuentran los países europeos y de América del Norte cuyas tasas de actividad emprendedora en etapas iniciales son en promedio de un 9% y un 16,5% respectivamente.

Cuando se analiza este índice para los países miembros de la OCDE, Chile destaca por su elevada tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales, considerando que el promedio en este grupo de países es del 10,4%, siendo Francia el país que presenta un menor índice, un 4%. Llama la atención el resultado de Chile en este grupo de países, con un 24%.

Figura 4. Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales para los 54 países participantes en el GEM 2017, según fase de desarrollo económico

(Intervalo de confianza del 95%)



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta 2017

Es importante destacar que la mayoría de los países en las economías basadas en la innovación emprenden por oportunidad y sus tasas de emprendedores establecidos son iguales o superiores a la tasa de emprendedores en etapas iniciales, por lo que evidencian mayor sustentabilidad y no son tan vulnerables como los emprendimientos de las economías basadas en los factores productivos y en la eficiencia. Ejemplos de estos países son: Alemania, Italia, Polonia, España y Suiza, entre otros, cuyas tasas de actividad emprendedora en etapas iniciales son de un 5,3%, un 4,3%, un 8,9%, un 6,2% y un 8,5% respectivamente, mientras que las tasas de los establecidos son de un 6,1%, un 6%, un 9,8%, un 7,1% y un 10,5% respectivamente (Singer, Herrington y Menipaz, 2018). Como se mencionó en los informes pasados, dos aspectos pueden contribuir a estos resultados. Por un lado, hay más alternativas de empleo asalariado en lugares donde la industrialización y la formalización de las actividades se ha llevado a cabo. Más gente puede conseguir empleo en lugar de emprender. Por otro lado, estas economías, en general, cuentan con ecosistemas más desarrollados para los negocios, las personas inician negocios porque identifican una buena oportunidad y están más preparadas para mantener ese negocio en el tiempo, ya que tienen condiciones más favorables para ello, tales como acceso al financiamiento no tradicional y fuerza laboral con mayor grado de educación, entre otros aspectos.

3. Valores sociales y atributos individuales, Actividad y Aspiraciones Emprendedoras en la Región de Antofagasta

El apartado anterior mostró una visión global sobre la valoración social, los atributos individuales y actividad emprendedora en los 54 países que participaron en el proyecto GEM 2017. En este apartado, se analizan con más detalle la valoración social, los atributos individuales, las aspiraciones y la actividad de los emprendedores de la Región de Antofagasta en comparación con los resultados de Chile y las regiones que participaron en el estudio.

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

La valoración social del emprendimiento es uno de los factores que juegan un rol determinante en el desarrollo de la dinámica emprendedora y tiene que ver con las percepciones que tiene la población respecto al emprendimiento como opción de carrera, el estatus de ser emprendedor, así como la atención que los medios de comunicación prestan al emprendimiento y a los emprendedores; y también, con ciertos atributos individuales que tienen las personas respecto al fenómeno del emprendimiento. Esos atributos están vinculados con la percepción de buenas oportunidades de negocio y el querer capturarlas, con las capacidades (conocimiento, habilidades) para llevarlas a cabo, con sus habilidades para relacionarse (el hecho de conocer a otros emprendedores) y con la posibilidad de fracasar (el miedo al fracaso). La tabla 2 muestra el porcentaje de respuestas afirmativas en la Región de Antofagasta y en Chile respecto a la percepción de la población sobre el emprendimiento, en el entendido del estímulo y la influencia que esto supone para la actividad emprendedora.

Tabla 2. Valoración social hacia el emprendimiento
(Porcentaje de respuestas afirmativas)

Preguntas:	**Antofagasta**	**Chile**
En mi región / país la mayoría de las personas consideran que iniciar un negocio o empresa es una buena carrera o profesión.	70,9%	73,8%
En mi región / país la mayoría de las personas que han sido exitosas en iniciar un negocio o empresa son bien reconocidas y respetadas.	58,1%	62,9%
En mi región / país se puede ver con frecuencia, en los medios de comunicación, historias de nuevos negocios o empresas exitosas.	54,7%	62%

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2017.

Los resultados de 2017 han variado ligeramente con respecto al año anterior, de cualquier forma más del 54% de la población regional valora positivamente los tres factores que afectan al emprendimiento. Con respecto a la percepción favorable sobre iniciar un negocio como una buena opción de carrera, ésta ha aumentado de un 65,2% en 2016 a un 70,9% en 2017, Asimismo, la percepción de la población regional respecto a la presencia de empresas o historias de nuevos negocios en los medios de comunicación ha subido ligeramente de un 53,7% a un 54,7% en el mismo período, y está por debajo del conjunto del país. A pesar de que en los últimos años ha habido un incremento en los medios de comunicación de noticias sobre emprendedores exitosos, se considera que todavía hace falta mostrar más casos de empresarios de la región que hayan realizado algún tipo de innovación o que hayan abierto nuevos mercados, para que sirvan de fuente de inspiración para estudiantes y todas aquellas personas que están pensando o evaluando una oportunidad de negocio. Es común hoy en día ver ejemplos de emprendedores exitosos en el mundo. Sin embargo, se muestran pocos casos regionales, que existen y son desconocidos por la población. Finalmente, la percepción sobre el estatus del emprendedor ha disminuido en ocho puntos porcentuales pasando de un 66,2% en 2016 a un 58,1%. Además, es importante señalar que en estos tres aspectos la valoración en el conjunto del país es más favorable que la de la región lo cual podría estar relacionado con las características propias de la región.

Con respecto a los atributos personales, para analizar con más detalle las percepciones de las personas encuestadas en la región, dada la heterogeneidad existente, resulta relevante agrupar a la población en función a las diferentes etapas del proceso emprendedor, incluyendo también a aquellos que no tienen ningún vínculo con el emprendimiento (ver tabla 3). Esta clasificación, permite analizar a quienes respondieron afirmativamente a cada una de las preguntas relacionadas con: las oportunidades percibidas en la región, el hecho de conocer a otros emprendedores, sus capacidades percibidas, así como el temor al fracaso.

Tabla 3. Atributos individuales de actitud hacia el emprendimiento
(Porcentaje de respuestas afirmativas)

¿Cree usted que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para empezar un nuevo negocio o empresa en el lugar donde vive?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	51%	54,2%	73,6%	41,8%
Chile	54,7%	56,8%	58,6%	52%
¿Conoce usted personalmente a alguna persona que haya iniciado un nuevo negocio o empresa en los últimos dos años?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	32,3%	59,3%	70,3%	69,7%
Chile	33,8%	61,8%	75,2%	58,9%
¿Considera que usted posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio o empresa?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	46,4%	73,4%	97,8%	97,6%
Chile	50,5%	84,1%	86,5%	86,4%
¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?				
	Sin actividad emprendedora	Emprendedores nacientes	Nuevos empresarios	Emprendedores establecidos
Antofagasta	36,4%	23,2%	24,4%	20,8%
Chile	36,5%	24,6%	22,2%	24,2%

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2017.

Un resultado destacable se produce en la percepción de buenas oportunidades, donde con excepción de los nuevos empresarios y los establecidos, no hay diferencias significativas en comparación con el resto de Chile entre las personas que no están vinculadas en el proceso emprendedor y los emprendedores nacientes. Curiosamente, la diferencia se da con los emprendedores con más de tres meses de actividad (nuevos empresarios y los establecidos) y los que no están vinculados al proceso emprendedor o con aquellos que están haciendo lo posible para iniciar una empresa. Pareciera ser que los nuevos empresarios son más optimistas al considerar que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para iniciar una empresa que los empresarios establecidos, donde apenas un 41% de estos lo considera posible. Mientras que en el conjunto del país, no se han identificado diferencias significativas entre el grupo de emprendedores y aquellos que no están vinculados a alguna actividad emprendedora. De cualquier forma, en este grupo, la percepción de los nuevos empresarios sobre este tema destaca, con un 58,6% (tabla 3). Es importante señalar que por primera vez luego de diez años de hacer el estudio, Antofagasta ya no es vista predominantemente como una región de buenas oportunidades para abrir un negocio, por aquellos que no están vinculados al emprendimiento, por los emprendedores nacientes y los establecidos. Sobre todo por estos últimos, cuando hace algunos años atrás la región se caracterizaba por ser percibida como una región de oportunidades en todo sentido, inclusive para empezar un nuevo negocio. Esa percepción ha ido cambiando en el transcurso de los años, acentuándose a partir de la desaceleración de la economía y la caída del precio del cobre en el año 2012.

En el resto de las dimensiones, como el conocer a otro emprendedor, la percepción sobre sus habilidades y el temor al fracaso, sí existen diferencias significativas entre el grupo de personas que no están vinculadas con el proceso emprendedor y aquellas que sí lo están, tanto en la región como en el conjunto del país. Por ejemplo, el hecho de conocer a un emprendedor en los últimos dos años, es un resultado más esperado en aquellas personas vinculadas con el emprendimiento que aquellas que no lo están y a medida que vayan avanzando en el camino emprendedor conocerán más personas vinculadas con el emprendimiento, por eso el porcentaje de respuestas afirmativas va aumentando a medida que avanzan en las etapas del emprendimiento. Con respecto a la percepción de habilidades, pareciera ser que los nuevos empresarios y los establecidos tanto en la región como en el conjunto del país, consideran que tienen la experiencia y habilidades necesarias para iniciar un nuevo negocio llegando a casi un 98% de respuestas afirmativas en esta pregunta (ver tabla 3) en la región frente a porcentajes que no superan el 87% en el caso del conjunto del país. Finalmente, con respecto al temor al fracaso, conforme lo esperado, la proporción es mayor en el grupo de personas sin vínculo con el emprendimiento versus aquellas que sí están involucradas en el proceso emprendedor, donde los porcentajes no superan el 25% (tabla 3). No hay diferencias significativas entre los porcentajes de respuestas afirmativas en la región frente al conjunto del país.

Los resultados de la tabla 3 reflejan cierto pesimismo en las percepciones de la población de la región, en particular de los emprendedores establecidos con respecto a las oportunidades que brinda la región para iniciar un nuevo negocio, es muy probable que estas percepciones estén influenciadas por la desaceleración de la economía. Este resultado preocupa porque se ha pasado de una visión bastante optimista en todas las dimensiones hace unos años a una no tan optimista e incluso pesimista en el 2017, algo que no ayuda al desarrollo de un ecosistema del emprendimiento y la innovación regional.

3.2 La Actividad Emprendedora de la Región de Antofagasta

3.2.1. Tasas de emprendimiento

El índice de la actividad emprendedora medido por el TEA (Total Entrepreneurial Activity) involucra tanto a los emprendedores nacientes como a los nuevos empresarios y se conoce también como índice de actividad emprendedora en etapas iniciales (emprendedores con hasta tres años y medio de actividad). En 2017, este índice es del 23,8% (Figura 5). Esta cifra ha disminuido en más de dos puntos porcentuales con respecto al año 2016 (26%) pero sigue siendo muy superior a la obtenida en 2007 (13,3%), cuando se inició el estudio, y a los años siguientes hasta 2010, cuando las tasas variaron entre el 13,3% y el 17,4% (Romaní y Atienza, 2008, 2009, 2010, 2011).

A partir de 2011, la tasa de actividad emprendedora en la región ha superado el 20%. Es importante destacar que tasas próximas al 20% o más no solo se han registrado en Antofagasta, sino también en las demás regiones que participan en el proyecto GEM. La figura 5 muestra que, en 2017, la actividad emprendedora en etapas iniciales supera el 19% en las 16 regiones que participaron en el estudio siendo Aysén la región que tiene la tasa más alta de actividad emprendedora en etapas iniciales, con un 32,1%, mientras que la Araucanía es aquella que tiene una de las tasas más bajas, un 19,3%. La región de Antofagasta está en una posición intermedia con una tasa de 23,8% igual que el conjunto del país. Es importante señalar que tasas por encima del 20% son propias de los países menos desarrollados por lo que la interpretación de estos resultados hay que realizarla con cautela.

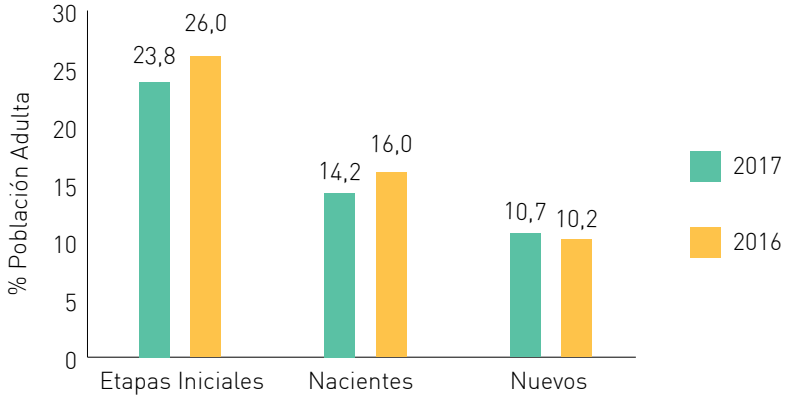
Figura 5. Actividad emprendedora en etapas iniciales

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2017.

La actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) se compone de aquellos que están haciendo todo lo necesario para abrir su empresa y en algunos casos ya iniciaron actividades, inclusive han pagado salarios hasta tres meses, a quienes se les denomina emprendedores nacientes, y de los que son dueños de empresas y están pagando salarios hasta tres años y medio, a quienes se les identifica como nuevos empresarios. La

disminución de la TEA en más de dos puntos porcentuales se debe fundamentalmente a la disminución de la tasa de emprendedores nacientes de un 16% en 2016 a un 14,2% en 2017, mientras que la tasa de nuevos empresarios se ha incrementado ligeramente, de un 10,2% a un 10,7% (Figura 6). Este último resultado es alentador, considerando las brechas existentes entre etapas del proceso emprendedor, lo que daría indicios de una menor vulnerabilidad de los emprendimientos en el tiempo. Si esta tendencia persiste, podría ser un síntoma de una mayor supervivencia de los emprendimientos, siendo importante averiguar el tipo y la calidad de estos emprendimientos.

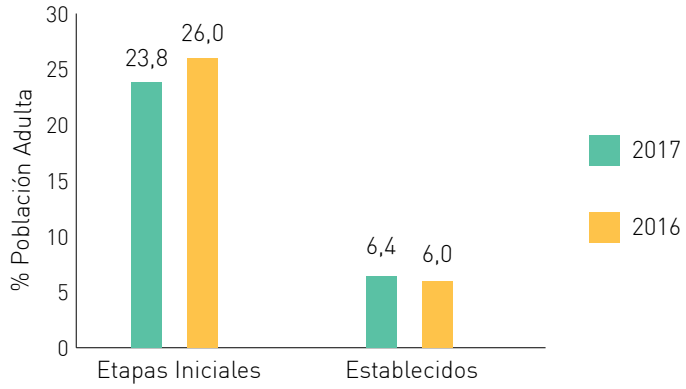
Figura 6. Actividad Emprendedora en etapas iniciales por composición



Fuente: GEM Encuesta a la población Adulta Antofagasta 2017.

En el proceso emprendedor, también debe tenerse en cuenta la proporción de empresarios establecidos, es decir aquellos dueños o gerentes de empresas con más de tres años y medio de antigüedad. En la Región, esta tasa ha aumentado ligeramente, de un 6% en 2016 a un 6,4% en 2017, disminuyendo la brecha entre etapas del proceso emprendedor, lo cual es un indicador de mayor supervivencia de las empresas (Figura 7).

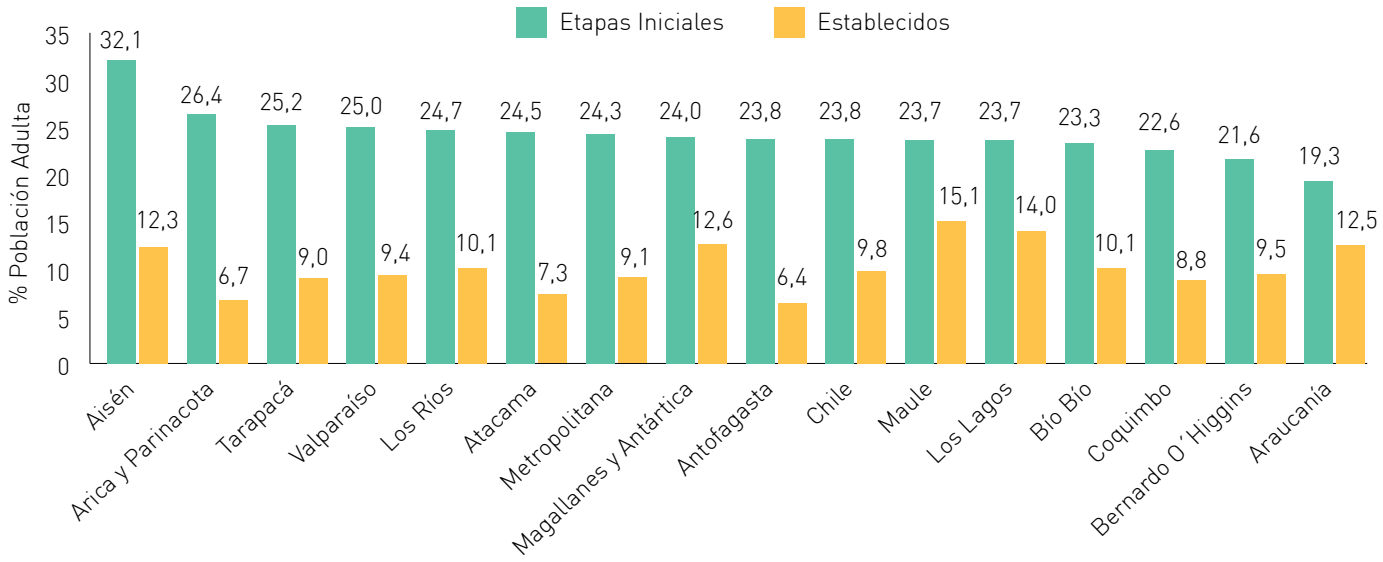
Figura 7. Actividad Emprendedora por etapas 2017-2016



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta Antofagasta 2017.

La comparación con el resto de las regiones que han participado en el proyecto GEM Chile 2017, muestra que la tasa de emprendedores establecidos es menor en Antofagasta que en el resto de las regiones, por cuarto año consecutivo. La mayor tasa de emprendedores establecidos se da en la región del Maule, un 15,1%, que es más del doble que la tasa de Antofagasta (Figura 8). En el conjunto del país, la brecha entre etapas del proceso emprendedor varía entre regiones, siendo Arica y Parinacota y Antofagasta, las que tienen las mayores brechas de hasta casi cuatro veces la tasa de emprendedores establecidos, mientras que la Región de la Araucanía tiene la menor brecha entre etapas (Figura 8). En países más desarrollados o en aquellos cuyas economías se basan en la innovación, las brechas entre las etapas del proceso emprendedor no son significativas, inclusive son mayores las tasas de los empresarios establecidos que la tasa en etapas iniciales, como es el caso de Suiza, Italia, Alemania, entre otros, cuyas tasas son de 10,5% vs 8,5%; 6% vs 4,3%; 6,1% vs 5,3% respectivamente (Singer, Herrington y Menipaz, 2018). Por lo que una de las grandes diferencias entre países que basan sus economías en la innovación y aquellas que se basan en la eficiencia o en los factores de la producción es la sustentabilidad de los emprendimientos. En este sentido, son aspectos fundamentales la educación, la motivación para emprender, el entorno y la calidad del emprendimiento entre otros.

Figura 8. Actividad Emprendedora por etapas y regiones



Fuente: GEM Encuesta a la Población Adulta Chile 2017.

En la tabla 4 se infiere a partir del Censo 2017, cuántas personas de la Región de Antofagasta serían, en estos momentos, empresarios nacientes, nuevos empresarios y empresarios establecidos. Es importante mencionar que estos datos deben tomarse con cautela dado el dinamismo demográfico de la región durante los últimos años. En 2017, el 30,2% de la población adulta, algo más de 123,000 personas, ha estado involucrada en alguna etapa del proceso emprendedor, resta averiguar la calidad de estos emprendimientos y su valor agregado para la región.

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

Actividad Emprendedora	Índice	N° Personas
Emprendedores nacientes	14,2%	57.963
Nuevos emprendedores	10,7%	43.676
Personas involucradas en actividades emprendedoras en etapas iniciales	23,8%	97.149
Emprendedores establecidos	6,4%	26.124
Personas involucradas en la actividad emprendedora	30,2%	123.274

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo 2017 (población entre 18 y 64 años = 408.191 personas aproximadamente).

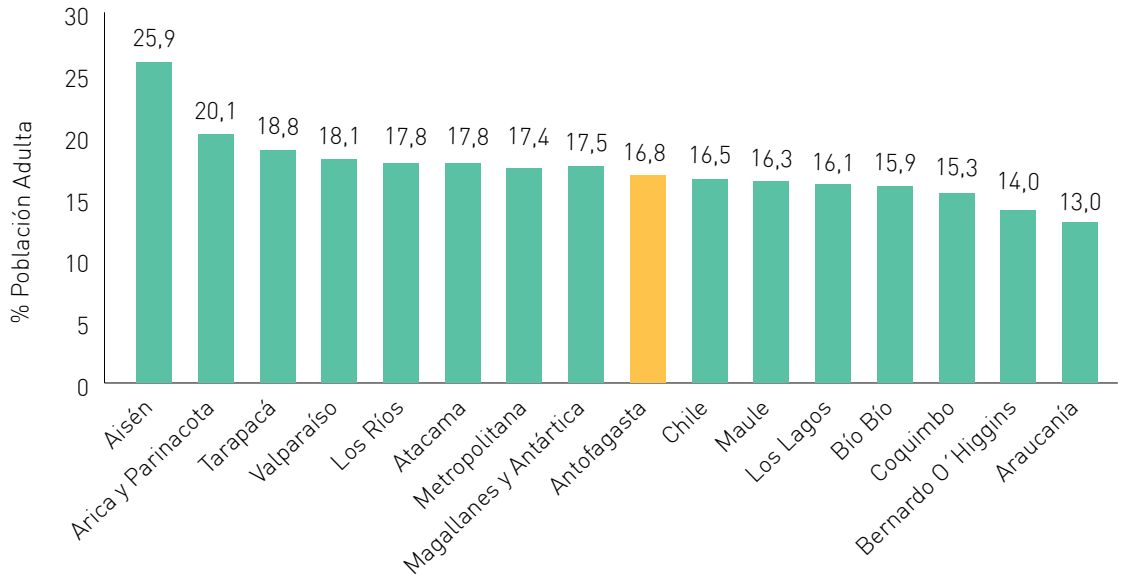
3.2.2. Motivos de la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales

El proyecto GEM considera que los individuos se involucran en alguna actividad emprendedora, porque identifican alguna oportunidad de negocio o porque no tienen otra opción laboral. Según este criterio, se distingue entre el emprendimiento por oportunidad y por necesidad. A este respecto, el informe global del GEM de 2001 puso de manifiesto que las regiones o países en vías de desarrollo poseían un porcentaje de emprendedores por necesidad significativamente superior al de los países desarrollados, donde la motivación principal para emprender es la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio[3].

En 2017, la región de Antofagasta tiene una tasa intermedia de emprendimiento por oportunidad, un 16,8% comparada con la región de Aysén que tiene la tasa más alta, un 25,9% y la Araucanía que tiene la tasa más baja, un 13% (Figura 9). Es importante destacar que cuando se inició este estudio y por muchos años más, Antofagasta era una de las regiones con la tasa más alta de emprendimiento por oportunidad y con la tasa más baja de emprendimiento por necesidad. Sin embargo, la situación ha cambiado mucho en la región en los once años que se realiza el estudio: la desaceleración de la economía y la caída de los precios del cobre sin duda han afectado este indicador que se ha traducido en una diminución en la tasa por oportunidad, cediendo el liderazgo a otras regiones del país.

[3] Informe Global Entrepreneurship Monitor 2001 Executive Report www.gemconsortium.org.

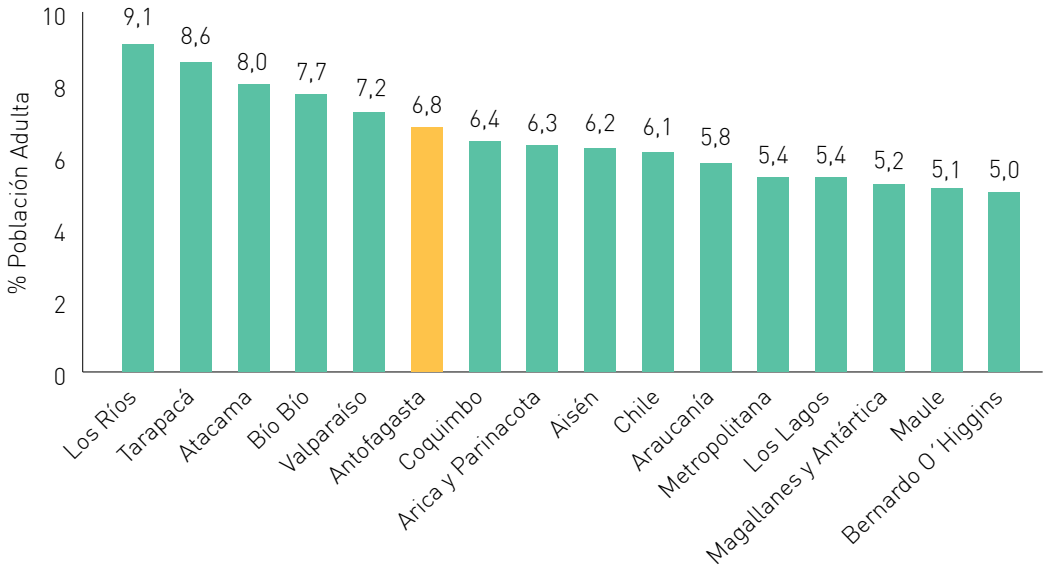
Figura 9. Actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2017.

La tasa de emprendimiento por necesidad en el país varía entre un 5% y un 9,1%, donde la Región de Los Ríos presenta la tasa más alta mientras que la región de O´Higgins muestra la tasa más baja. Antofagasta, tiene una tasa del 6,8% por encima del conjunto del país que tiene un 6,1% (Figura 10).

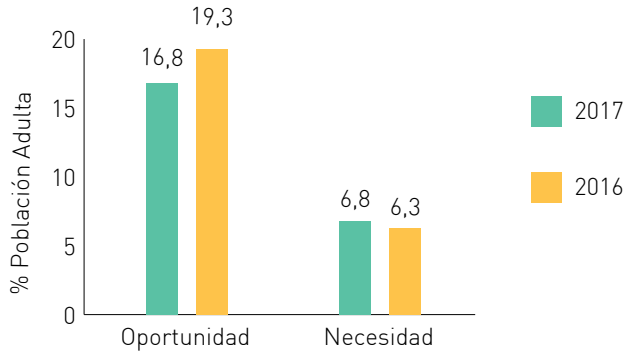
Figura 10. Actividad emprendedora en etapas iniciales por necesidad



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2017.

Cuando se compara esta tasa con la obtenida el año anterior, se observa que la tasa de actividad emprendedora por oportunidad ha disminuido de un 19,3% en 2016 a un 16,8% en 2017, mientras que ha aumentado ligeramente el emprendimiento por necesidad de un 6,3% a un 6,8%. Estos resultados llaman la atención en el caso de la región de Antofagasta, considerada hace algunos años atrás como una región de oportunidades. Y evidencian una mayor vulnerabilidad de los emprendimientos (figura 11).

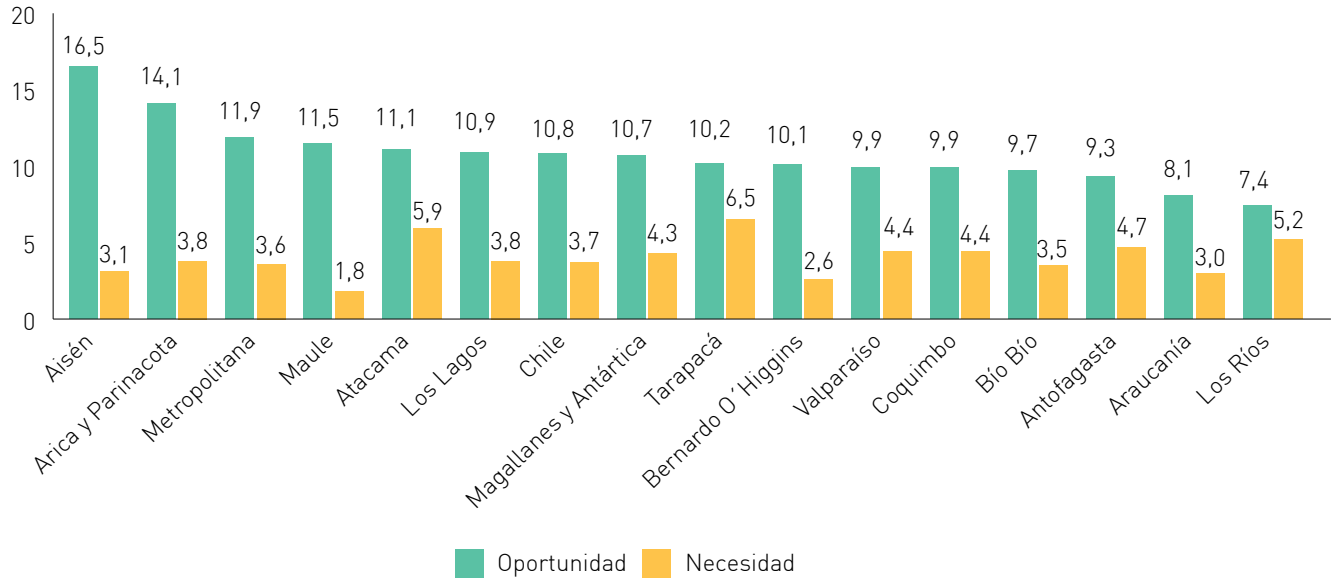
Figura 11: Actividad emprendedora en etapas iniciales por oportunidad y necesidad



Fuente: GEM Antofagasta Encuesta a la población adulta 2017.

Al analizar las motivaciones de los emprendedores nacientes, se encuentra nuevamente que la región no tiene la tasa más alta de emprendimiento por oportunidad ni la más baja por necesidad comparada con las demás regiones del país. La región de Aysén es la que presenta la tasa más alta de emprendimiento por oportunidad, mientras que la Región del Maule tiene la tasa más baja de emprendimiento por necesidad. Antofagasta, tiene una tasa del 9% por oportunidad y 4,7% por necesidad (Figura 12). Es importante destacar que en la Región la tasa por oportunidad ha caído de un 13% a un 9% en 2017, mientras que la tasa por necesidad casi se ha duplicado de un 2,4% a un 4,7% en 2017. Este último resultado es otra señal de alerta en la medida en que hay más emprendedores que están partiendo porque no tienen otra opción de supervivencia, lo que podría estar relacionado con el aumento del desempleo. Estos emprendimientos son más vulnerables en el tiempo, porque los emprendedores en cuanto se tienen una oportunidad de empleo, suelen abandonar sus negocios.

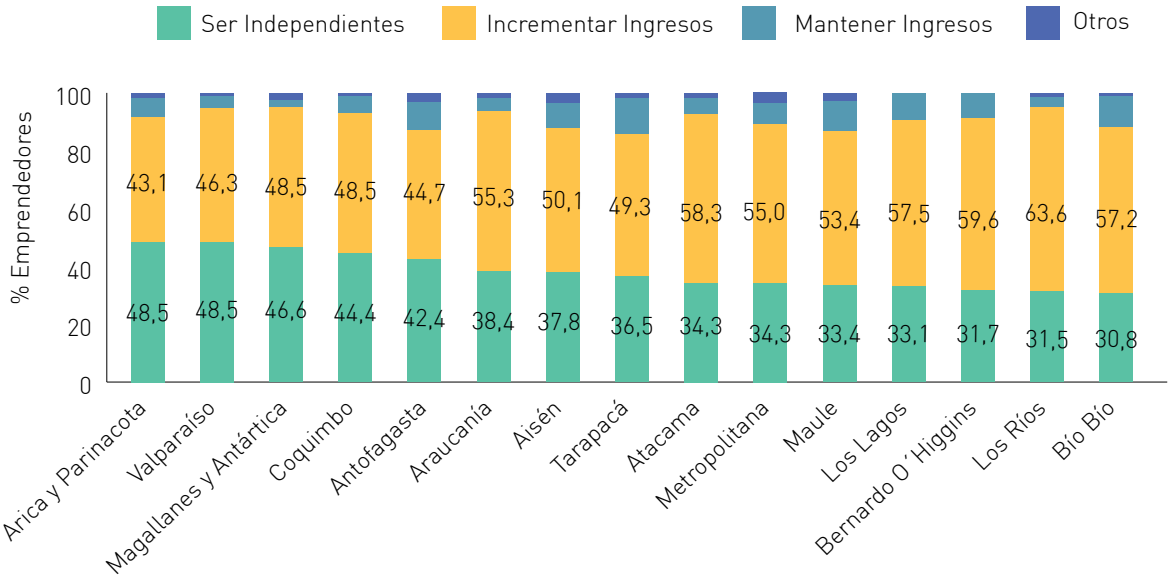
Figura 12. Emprendedores Nacientes por Oportunidad y Necesidad



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2017.

Entre las motivaciones de emprender, el proyecto GEM redefine en 2007 el concepto de emprendimiento por oportunidad e incorpora como parte de este tipo de emprendimiento el "deseo de ser independiente" y el de "incrementar los ingresos", mientras que la motivación de emprender por "mantener el ingreso" no se considera una legítima manifestación del emprendimiento por oportunidad y, en consecuencia, no forma parte del indicador de oportunidad. La figura 13 muestra los motivos de los emprendedores en etapas iniciales por oportunidad. En trece de las quince regiones que realizan el estudio, entre ellas Antofagasta, predomina el deseo de incrementar ingresos como principal motor de emprendimiento, destacando la Región de los Ríos con el mayor porcentaje, un 63,8%, mientras que en las regiones de Arica y Parinacota y Valparaíso, predomina el deseo de ser independiente (Figura 13).

Figura 13. Motivos del emprendimiento en etapas iniciales por oportunidad



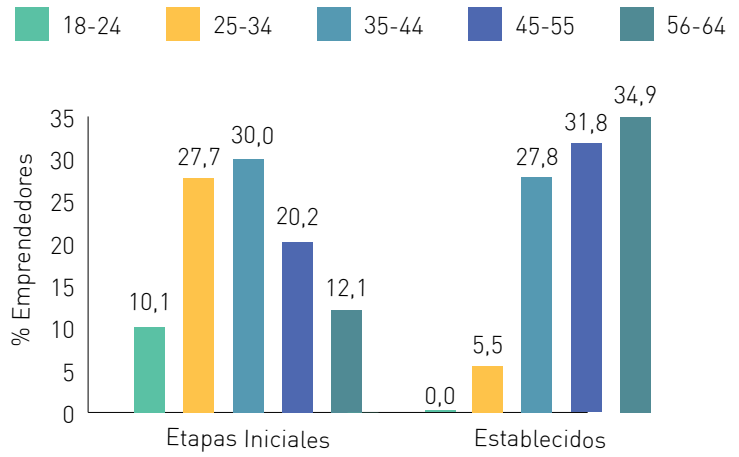
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2017.

3.2.3. Características Demográficas de los Emprendedores

Indicadores de Edad y Género

La figura 14 muestra la distribución de los rangos etarios por etapa de actividad emprendedora. Como es de esperar, esta distribución difiere dependiendo de la etapa en que se encuentre el emprendedor. En el grupo de emprendedores en etapas tempranas, cerca de un 60% se encuentra entre los rangos de 25 y 44 años de edad, mientras que un 32% de este grupo tiene edades por encima de los 45 años y solo un 10,1% tiene menos de 24 años. Lo contrario ocurre en el grupo de emprendedores establecidos, donde el 94,5% de los emprendedores tienen edades superiores a los 34 años, y solo un 5,5% tiene menos de 35 años. El promedio de edad en el primer grupo es de 39 años, mientras que en el segundo es de 49 años. A lo largo de los once años de estudio, la edad promedio de los emprendedores en etapas tempranas casi siempre se ha mantenido en los 39 años, lo que muestra que tanto en la región como en el conjunto del país se emprende con edades cercanas a los 40 años, pese a que cada vez las instituciones de educación superior están incentivando a sus estudiantes a emprender.

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

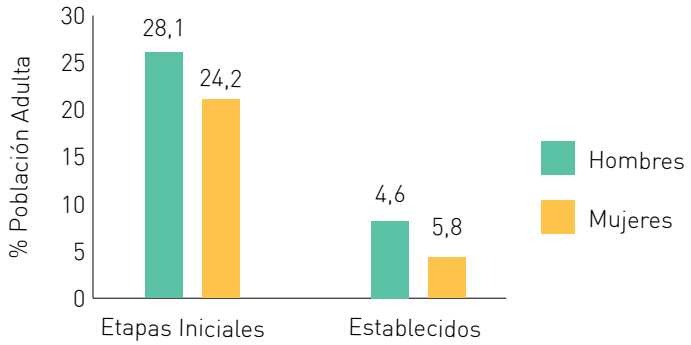


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

Los resultados de 2017 muestran que continúa la brecha entre hombres y mujeres habiendo proporcionalmente más hombres que mujeres en las distintas etapas del proceso emprendedor. En el caso de los emprendimientos en etapas tempranas, la brecha de género es de cinco puntos porcentuales a favor de los hombres, un 26,1% frente a un 21,1%, mientras que en el grupo de emprendedores establecidos, los hombres casi duplican a la proporción de mujeres, un 8,2% frente a un 4,3% (Figura 15). Estos resultados, muestra que la brecha entre etapas del proceso emprendedor es aún mayor en mujeres que en hombres. En el caso de los hombres es de casi tres veces, mientras que en las mujeres es casi cinco veces, es decir, de cada 100 mujeres adultas 21 están involucradas en actividades emprendedoras en etapas tempranas y solo cuatro son dueñas o dirigen emprendimientos por más de tres años. Esta situación muestra la vulnerabilidad de los emprendimientos de las mujeres, que no logran mantenerse en el tiempo. De la conversación con mujeres emprendedoras, se desprende que ante cualquier problema familiar ellas abandonan sus emprendimientos porque su prioridad es la familia. Esta situación de la conciliación trabajo/hogar es un tema no menor que afecta la sostenibilidad del emprendimiento de las mujeres. En ese sentido, la corresponsabilidad en el hogar es un tema que podría ayudar a minimizar esta situación.

Comparando estos resultados con los obtenidos el año 2016, se observa que se ha incrementado la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales de los hombres mientras que ha disminuido la de las mujeres, pasando de un 24,3% a un 26,1% en 2017 en los hombres y de un 23,3% a un 21,1% en las mujeres (Romaní y Atienza, 2017). Situación diferente ocurre en el caso de la actividad emprendedora de más de tres años y medio donde, tanto la tasa de mujeres como hombres se ha incrementado ligeramente, de un 7,9% a un 8,2% en 2017 y de un 3,8% a un 4,3% respectivamente en el mismo período. Se espera que esta tendencia al alza continúe en los próximos años, porque estaría dando cuenta de la mayor sostenibilidad de los emprendimientos.

Figura 15. Actividad Emprendedora por tipo y género

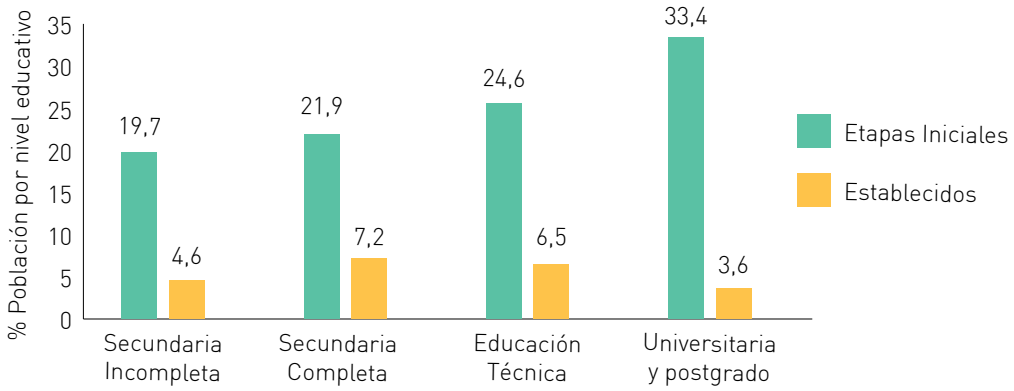


Fuente:GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

Indicadores de Nivel Educativo

El GEM utiliza indicadores estandarizados para medir el nivel educativo con el fin de poder compararlos internacionalmente. Se identifican cuatro categorías: secundaria incompleta, secundaria completa, educación técnica y profesional y educación superior (universitaria y postgrados). Resulta interesante observar a los emprendedores en etapas iniciales y a los establecidos por nivel de educación ya que este es uno de los principales factores que afecta al éxito empresarial. La figura 16 muestra la proporción de emprendedores según nivel de educación. En general, se observa la presencia de una proporción mayor de la población más educada en la actividad emprendedora en etapas iniciales con respecto a los emprendedores establecidos en los diferentes niveles educativos, en particular en la población universitaria y postgrado, donde prácticamente un tercio está involucrado en emprendimientos en etapa temprana. Situación diferente ocurre con los empresarios establecidos, más concentrados en personas con educación técnica y secundaria completa.

Figura 16. Actividad Emprendedora por nivel educativo

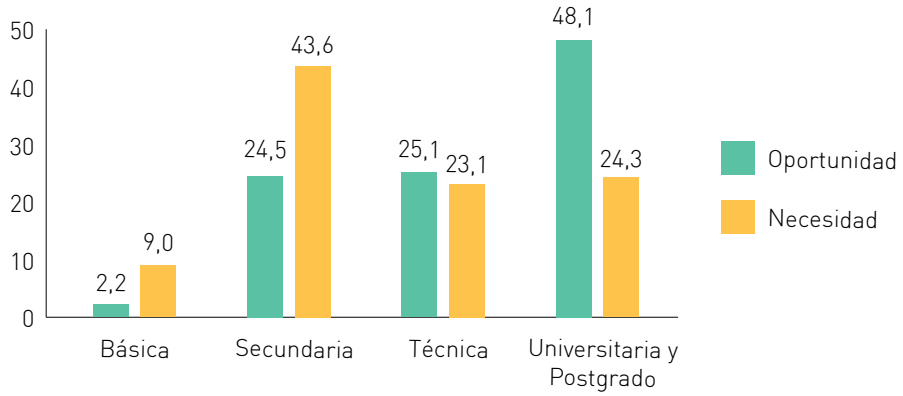


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

Es importante señalar, además, que la distribución de los niveles educacionales varía de acuerdo al tipo de emprendimiento. El emprendimiento por necesidad, en general se asocia con menores niveles educativos. Esto se puede observar en la figura 17[4] donde se aprecia apenas a tres emprendedores con grado universitario y uno con postgrado, dado el número de observaciones, estos representan el 24,3%. En este grupo de emprendedores por necesidad predominan los adultos con educación secundaria, un 43,6%, aunque también se han identificado emprendedores con educación básica, un 9% (figura 17). Comparando estos resultados con el año anterior se encuentra una disminución significativa en el nivel de educación básica de los emprendedores por necesidad pasando de un 23,8% en 2016 a un 9% en 2017, mientras que se ha producido un incremento significativo en los emprendedores con educación técnica de un 9,5% a un 23,1% en el mismo período, en los demás niveles educativos las proporciones se han mantenido.

Por otro lado, el emprendimiento por oportunidad se asocia a mayores niveles educacionales lo cual se puede observar en el gráfico 17, donde un 40,6% de emprendedores tiene educación universitaria, un 7,6% tiene post-grado. Comparando con el año anterior, los cambios significativos se han traducido en una disminución de emprendedores con nivel secundario (de un 39,8% en 2016 a un 24,5% en 2017) y un aumento de emprendedores universitarios (de un 32,4% a un 40,6% en el mismo período), mientras que el porcentaje de emprendedores con postgrado ha subido de un 6,5% a un 7,6%. Se espera que estos resultados influyan en la sostenibilidad de los emprendimientos en el tiempo. Es importante señalar que no hay diferencias significativas entre los emprendedores por oportunidad y necesidad con educación técnica.

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



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

Nivel de Ingreso

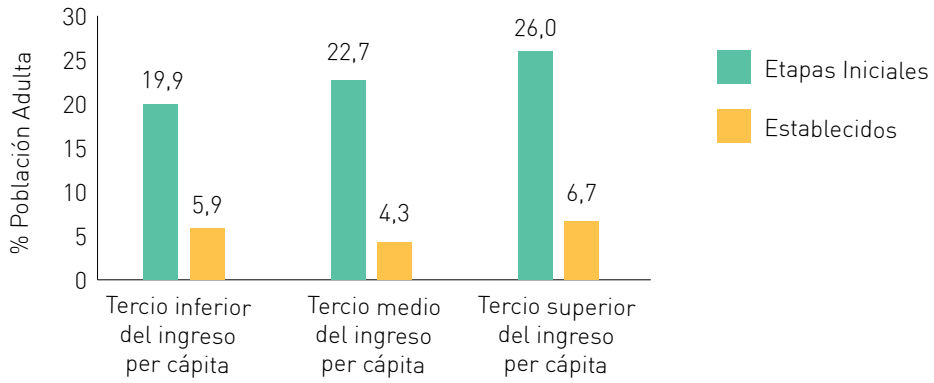
Otro de los indicadores que tradicionalmente se ha considerado relevante para explicar la actividad emprendedora es el nivel de ingresos de los hogares. En este sentido, el GEM también utiliza indicadores estandarizados que tratan de posibilitar la comparación internacional. Se utiliza un indicador relativo que se obtiene dividiendo la distribución del ingreso per cápita de los países en tercios. Si bien este indicador tiene limitaciones ya que no tienen en cuenta las diferencias entre la renta per cápita de los países, permite obtener una estimación aproximada de la actividad emprendedora dentro de cada país entre los grupos con ingresos bajos, medios y altos. En 2017, al igual que en años anteriores se observa que en cada uno de los

[4] Los datos del emprendimiento por necesidad hay que tomarlos con cautela dado que son solo 19 casos observados.

tercios del ingreso per cápita de la población se encuentra una proporción mayor de emprendedores en etapas iniciales que de emprendedores establecidos. Con respecto al año anterior, se observa un incremento en la proporción de emprendedores en etapas iniciales en los tercios inferior y medio del ingreso per cápita de un 17,5% a un 19,9% en 2017 y de un 20,1% a un 22,7% en el mismo período respectivamente, mientras que ha habido una disminución en tercio de ingreso superior de un 30,5% a un 26% en 2017 (Figura 18).

Una situación algo diferente se ha producido en el grupo de emprendedores establecidos, en donde las proporciones de estos emprendedores en los tres tercios del ingreso per cápita han aumentado ligeramente con respecto al año 2016 (Romaní y Atienza, 2017), lo cual es una buena señal (Figura 18).

Figura 18. Nivel de ingresos y tasa de actividad emprendedora



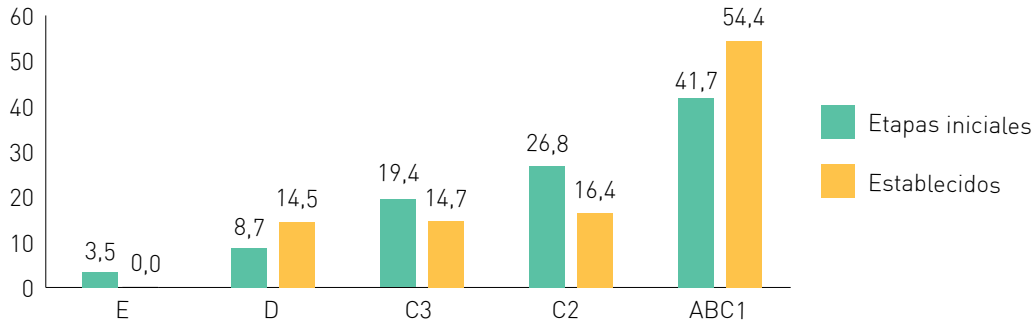
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

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

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

Cuando se utiliza esta clasificación, los resultados se presentan de acuerdo a lo esperado, es decir, la mayor concentración de emprendedores, con independencia de la etapa en que se encuentren, se da en las categorías correspondientes a mayores rentas familiares, ABC1 con un 41,7% y un 54,4% respectivamente (Figura 19). La distribución en ambos grupos de emprendedores ha cambiado respecto al año 2016. En el grupo de emprendedores en etapas tempranas, se ha producido un cambio significativo en las categorías C2 y ABC1, habiendo una disminución en la primera de un 40,6% a un 26,8% en 2017 y un incremento de un 31,9% en 2016 a un 41,7% en 2017 en la categoría ABC1. Lo cual es una señal de la mejora de los ingresos familiares en este grupo de emprendedores. Situación parecida ha ocurrido en el grupo de emprendedores establecidos, donde ha habido una reducción significativa en la categoría C2 y un incremento significativo en la categoría ABC1 pasando de un 39% a un 16,5% y de un 32% a un 54,4% en el mismo período respectivamente. En ambos grupos se ha registrado un incremento significativo en los ingresos familiares en la categoría ABC1 (Figura 19).

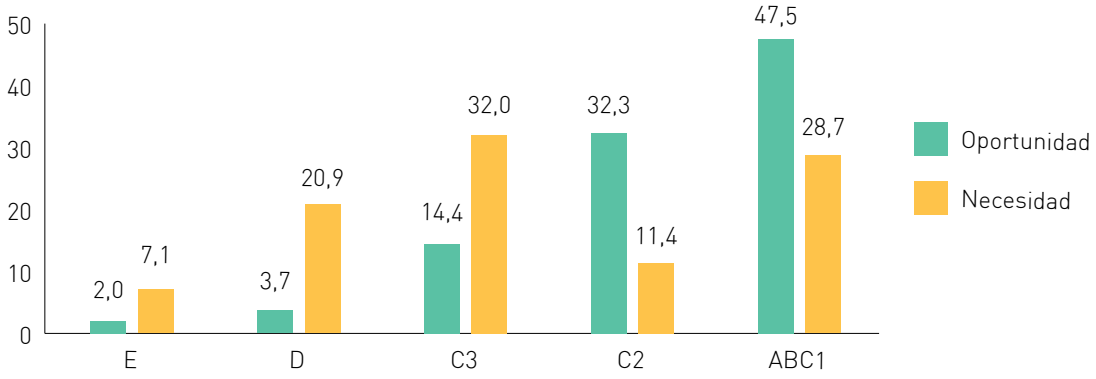
Figura 19. Actividad emprendedora según ingreso familiar



Fuente: GEM Encuesta a la población adultaRegión de Antofagasta 2017.

Es importante señalar, además, que la distribución de los niveles de ingreso varía de acuerdo al tipo de emprendimiento. El emprendimiento por necesidad, en general se asocia con menores niveles de ingresos. Esto se puede observar en la figura 20, donde el mayor porcentaje de estos emprendedores se encuentra en la categoría C3 es decir con niveles de ingreso familiar entre $400,001 a $680.000 pesos, un 28,7% percibe renta familiar correspondiente a la categoría ABC1 y un 28% tiene ingresos menores a $400.000 pesos. Estos resultados muestran de alguna forma la calidad y vulnerabilidad de este tipo de emprendimientos. Mientras que, en el grupo de emprendedores por oportunidad, la distribución es diferente, es decir a medida que van subiendo las categorías de ingresos familiares también aumenta la proporción de emprendedores y la mayor concentración en este grupo se presenta en las categorías ABC1 con un 47,5%, así como en la categoría C2 que concentra a casi un tercio de los emprendedores por oportunidad, un 32,3%.

Figura 20. Nivel de ingreso familiar por tipo de emprendimiento



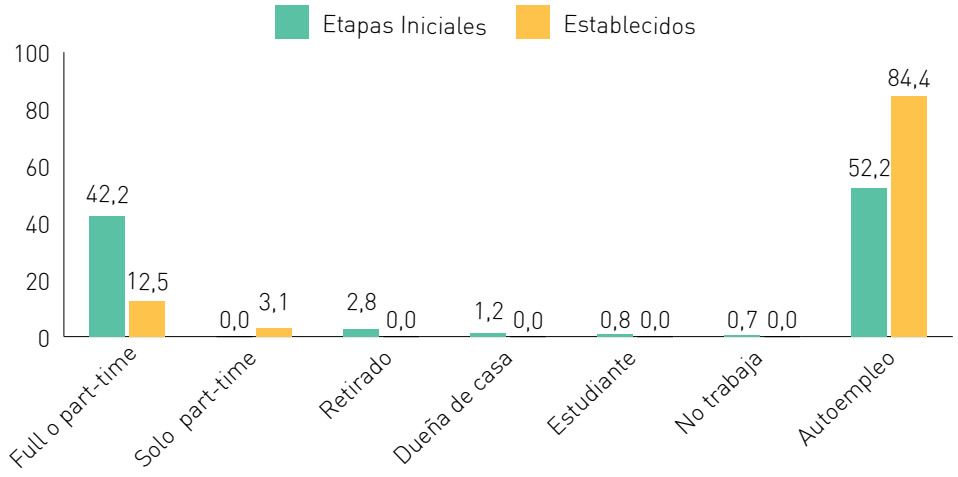
Fuente: GEM Encuesta a la población adultaRegión de Antofagasta 2017.

Situación laboral de los emprendedores

La distribución de la situación laboral de los adultos en las primeras etapas del proceso emprendedor ha cambiado significativamente en el año 2017 comparado con el año anterior, predominando el autoempleo con un 52,2%, mientras que los emprendedores trabajando full o part-time para otros se ha reducido de un 51% en 2016 a un 42,2% en 2017, así como aquellos que trabajan solo part-time para terceros, que

de un 7% en 2016 se ha reducido a 0%, es decir no se han identificado emprendedores empleados medio tiempo (Figura 21). Pareciera ser que el autoempleo ha absorvido a las otras categorías de empleo. Este resultado es muy interesante y puede ser considerado incluso como una señal de alerta, porque puede ser un indicador de precarización y vulnerabilidad de los emprendimientos en la región y también está relacionado con el aumento del emprendimiento por necesidad. Situación diferente se da en el grupo de emprendedores establecidos donde la distribución casi no ha variado significativamente en el último año. El autoempleo en este grupo siempre ha sido muy alto, en 2017 representa el 84,4% solo dos puntos porcentuales más que en el año 2016. Ha habido una disminución de la proporción de emprendedores que trabajan a tiempo completo o a medio tiempo para terceros, de un 18% a un 12,5% en 2017 y en esta oportundidad, si se han identificado emprendedores trabajando solo a medio tiempo para terceros. Estos representan un 3,1% (Figura 21). Quizás este resultado esté asociado a la situación económica del país, y en particular de la región, donde emprendedores que trabajaban a tiempo completo para terceros, han visto reducidas sus jornadas laborales a medio tiempo.

Figura 21. Situación laboral de los emprendedores en etapas iniciales

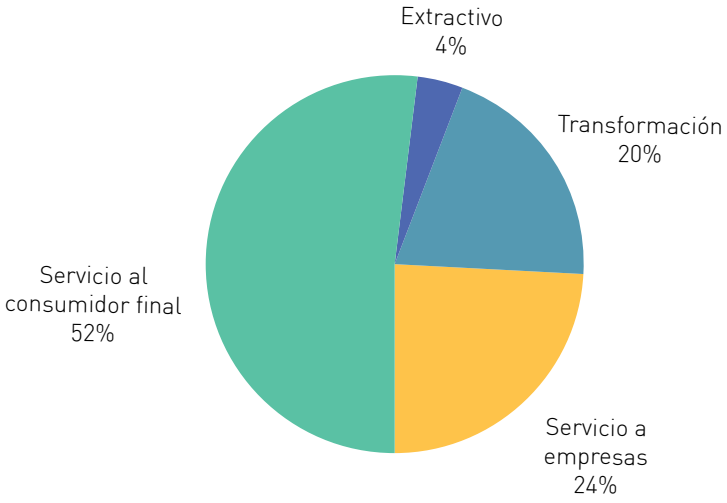


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

Sectores Industriales de la Actividad Emprendedora

La distribución sectorial del emprendimiento en el grupo de emprendedores en etapas iniciales de la Región de Antofagasta presenta grandes variaciones con respecto al año 2016. En este grupo, pese a que el sector de servicios al consumidor final continúa siendo el mayoritario, ha disminuido significativamente, de un 63,3% a un 52% en 2017, mientras que se ha incrementado la proporción de emprendedores que ofrecen sus productos o servicios a empresas de un 15,8% a un 24% en 2017, así como en el sector de transformación que ha aumentado de un 17,3% a un 20%, ya en el sector primario el porcentaje casi ha permanecido igual, un 4% en 2017 (Figura 22). Estos resultados, que podrían estar relacionados con la destrucción de empleo en la minería, no difieren significativamente de los obtenidos en el país y siguen mostrando poca diversificación productiva y una orientación hacia actividades con bajo valor añadido (Mandakovic y Serey, 2018).

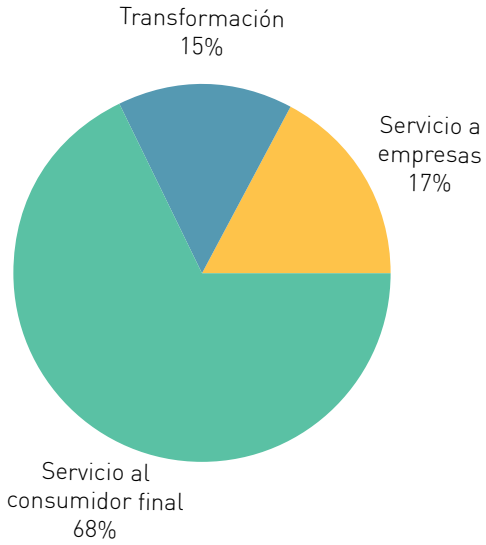
Figura 22. Actividad emprendedora en etapas iniciales por sector económico



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

Así como en el grupo de emprendedores en etapas tempranas, en el grupo de emprendedores establecidos también se han producido variaciones significativas con respecto al año 2016. En 2017, se ha dado un incremento significativo del emprendedores que orientan sus productos o servicios al consumidor final, de un 57,4% en 2016 a un 68% en 2017, así como de aquellos que ofrecen servicios a empresas, que ha pasado de un 6,6% a un 17% en el mismo período (Figura 23), mientras que se ha reducido significativamente la proporción de emprendedores en el sector de transformación, de un 36,1% a más de la mitad, un 15%. El aumento de los servicios a empresas en este grupo de emprendedores puede ser una respuesta a la mejora de algunos indicadores económicos. De cualquier forma, es un resultado positivo, con excepción de la disminución de emprendedores en el sector de transformación, pareciera ser que este sector ha sido absorbido por el servicio a empresas o el servicio al consumidor final con menores barreras de entrada y menor diferenciación.

Figura 23. Actividad emprendedora establecida por sector económico



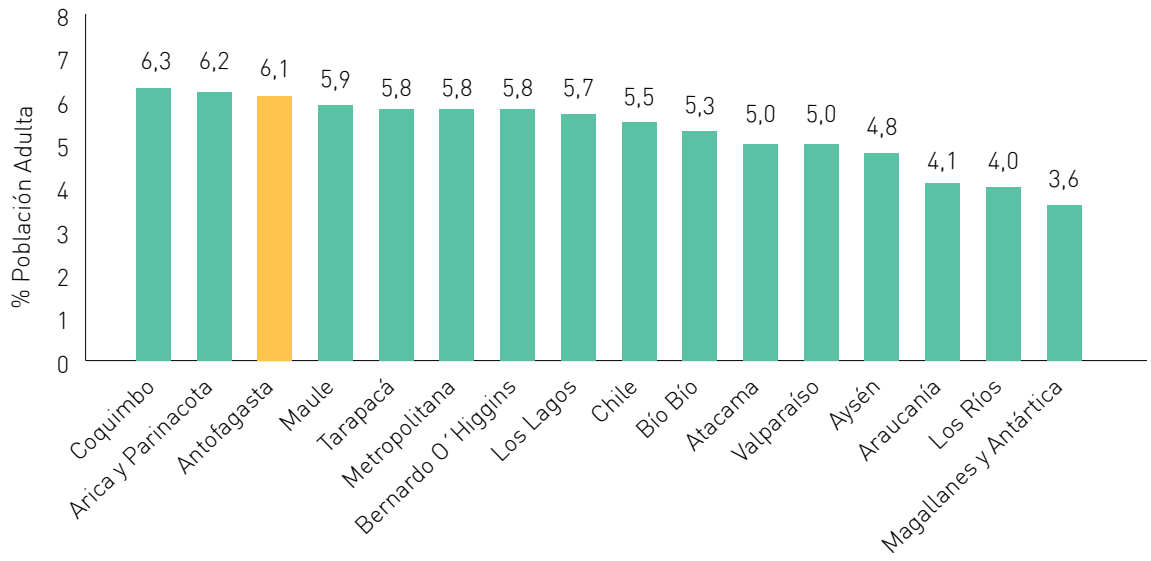
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

Cierre o culminación de la actividad emprendedora

El cierre o discontinuidad de actividades es parte del proceso emprendedor. Una persona que cierra o descontinúa la actividad puede volver a emprender en algún otro momento. A esta acción de iniciar nuevamente un nuevo negocio también se le conoce como re-emprendimiento. En la literatura, existen más estudios vinculados con el éxito emprendedor, centrando la atención en las experiencias exitosas que con la discontinuidad o con el fracaso empresarial. El discontinuar o abandonar un negocio no significa necesariamente que el negocio fue un fracaso (Headd, 2003), se pueden deber a múltiples razones, por ello, resulta del mayor interés analizar sus principales características.

La figura 24 muestra la tasa de discontinuidad o cierre de los negocios en los últimos doce meses. El rango de esta tasa se sitúa entre las regiones de Coquimbo que tiene la tasa más alta, un 6,3%, y Magallanes con la más baja, un 3,6%. Antofagasta posee una tasa del 6,1% que, pese a ser alta, ha disminuido con respecto a 2016, un 8,3%. Si se compara este resultado con el conjunto del país, se observa que está por encima del obtenido por Chile, un 5,5%. Destaca que en los cuatro últimos años, es decir, entre 2013 y 2016 esta tasa se había más que duplicado pasando de un 3,3% en 2013 a un 8,3%, posiblemente este resultado estaba vinculado con la desaceleración de la economía, en 2017, pese a que disminuyó a un 6,1% no deja de ser alta, si se compara con lo que se tenía hace 10 años atrás, un 3,5%. Es importante, que esta tasa continúe bajando para que la brecha entre etapas del proceso emprendedor también disminuya.

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



Fuente: Encuesta a la población adulta Chile 2017

Al analizar las razones por las que discontinuaron sus negocios, las respuestas mencionadas con más frecuencia fueron: "motivos personales" (44,9%), "el negocio no era rentable" (31,8%). La primera, se viene repitiendo a lo largo de los once años que se realiza el estudio, aunque este año, la frecuencia de respuestas es mucho mayor. Un focus group que se realizó en el mes de agosto con solo mujeres empresarias establecidas, dio algunas luces sobre este tema, señalando que esos motivos personales están vinculados fundamentalmente a la compatibilidad de las labores del hogar y la empresa, ese equilibrio que no siempre es conseguido y que obliga a muchas mujeres a abandonar el emprendimiento hasta que se resuelvan sus

problemas familiares lo que muchas veces las ha llevado al cierre de sus empresas o la discontinuidad de las mismas. Sin embargo resta averiguar en el caso de los emprendedores hombres cuál es la razón que está detrás de estos motivos personales. La segunda razón que fue mencionada por un 31,8% de los encuestados está vinculada con la rentabilidad del negocio. Pareciera ser que tras echar a andar el emprendimiento los emprendedores, ya sean hombres o mujeres, se dan cuenta de que éste no es rentable y por lo tanto descontinúan la actividad. En este caso, hay muchas circunstancias que hacen pensar que estos resultados están vinculados fundamentalmente con una mala evaluación de la oportunidad de negocio y de la coyuntura económica por la que atraviesa el país y la región. Por lo que parece necesario que las Universidades y otras instituciones de apoyo al emprendedor incorporen cursos sobre identificación y evaluación de oportunidades de negocio. Los emprendedores, a pesar de que declaran tener conocimientos y habilidades para capturar oportunidades de negocio, suelen carecer de las herramientas y técnicas que les permitan evaluar adecuadamente dichas oportunidades para evitar el cierre o discontinuidad de sus negocios en los primeros años. Por otro lado, del contacto con emprendedores se puede deducir que a estos les falta más conocimiento técnico relacionado con la gestión de empresas. Les falta visión del negocio, estrategias de crecimiento, etc. Nuevamente, este es un desafío tanto para las universidades y organizaciones afines como para los emprendedores en etapas iniciales. Los primeros, con el fin de implementar programas especiales orientados al crecimiento del negocio, y los segundos, para ser conscientes de sus limitaciones y darse el tiempo de asistir a un curso formal de gestión de empresas.

Llama la atención, que en esta oportunidad los problemas financieros solo fueron mencionados como motivo para la discontinuidad de sus empresas por un 9,6% de los respondientes, otros años, esta razón junto con los motivos personales lideraban las razones de discontinuidad de empresas.

Cuando se comparan los motivos de discontinuidad en la región con los resultados nacionales, sí hay diferencias significativas en las razones mencionadas. En Chile, la principal razón para la discontinuidad de negocios es la "rentabilidad del negocio" que obtuvo un 36,4% de frecuencias, y el segundo motivo más señalado fueron los "problemas personales" con un 22%; en tercer lugar, fue mencionado el que "encontraron trabajo u otra oportunidad de negocio" y solo en un cuarto lugar emergió la "falta de financiamiento" como razón para descontinuar el negocio. (Mandakovic y Serey, 2018). Nuevamente, la "rentabilidad del negocio" nos lleva a pensar en el entusiasmo del emprendedor por emprender sin haber realizado un buen análisis de la oportunidad identificada.

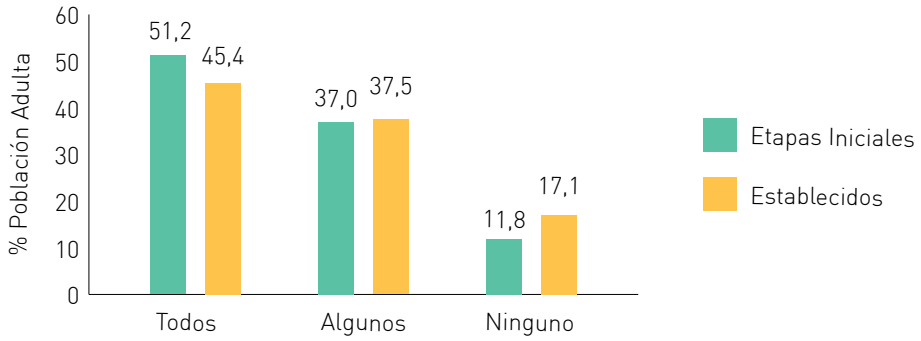
3.3. Las aspiraciones emprendedoras en la Región

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

La metodología del GEM incorpora diferentes factores con el fin de tener una visión aproximada y subjetiva, desde el punto de vista del propio emprendedor, sobre el nivel de innovación y competitividad de su actividad emprendedora, por lo que estos resultados hay que analizarlos con cautela. Uno de esos factores está relacionado con la novedad del producto o servicio que está ofreciendo el emprendedor en el mercado. La figura 25 muestra que casi un 51% de los emprendedores en etapas iniciales considera que su producto o

servicio es nuevo para todos y solo un 11,8% considera que no es nuevo para ninguno, por lo que de alguna manera estarían asumiendo que su producto o servicio es más de lo mismo, es decir con poca diferenciación frente a lo existente. Estos resultados, comparados con el año 2016, suponen un aumento en la percepción de la novedad para "todos" y una ligera disminución en la percepción de la novedad para "ninguno", lo que estaría mostrando un entusiasmo de los emprendedores por el producto o servicio que ofrecen pero que no es consistente con el sector en el que la mayoría se encuentra (servicio al consumidor final con bajas barreras de entrada y poca innovación). Ya en el grupo de emprendedores con más de tres años y medio de actividad, también se ha incrementado la proporción de emprendedores que consideran que su producto o servicio es nuevo para "todos", pasando de un 34,3% en 2016 a un 45,4% en 2017, mientras que ha disminuido levemente el porcentaje de emprendedores que cree que su producto o servicio no es nuevo para ninguno. Nuevamente, dado que estas son percepciones de los propios emprendedores hay que tomar estos resultados con mucha cautela.

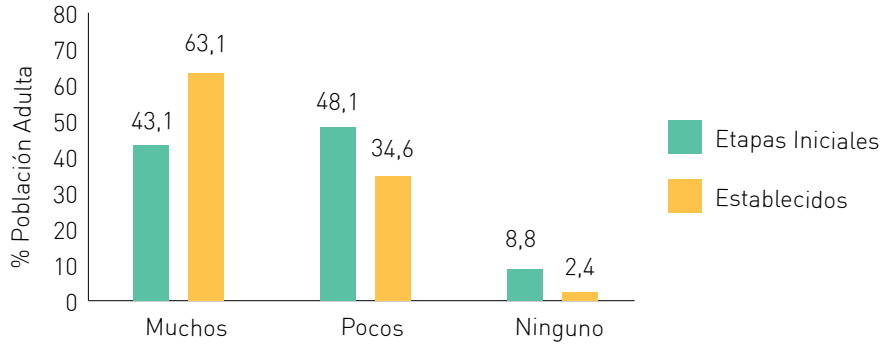
Figura 25. Novedad de los productos ofrecidos por los emprendedores



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

El otro factor de las aspiraciones está relacionado con la percepción acerca del número de competidores que ofrecen productos o servicios similares. Los resultados del año 2017 muestran que, en el grupo de emprendedores en etapas iniciales, un 48,1% considera que tienen pocos competidores, mientras que un 43,1% considera que son "muchos" sus competidores (Figura 26). Comparando estos resultados con el año anterior, no hay diferencias significativas. La distribución está concentrada en "muchos" y "pocos" competidores, apenas un 8,8% considera que no tiene competidores. Nuevamente, estos resultados hay que tomarlos con cautela desde que son las percepciones de los emprendedores. Analizando el grupo de emprendedores establecidos, la distribución varía, ya que un 63,1% de este grupo declara que tiene "muchos" competidores y un tercio señala que tiene "pocos" competidores, y solo un 2,4% afirma no tener competidores. Pareciera ser que hay más conciencia en los emprendedores establecidos sobre la competencia del producto o servicio que ofrecen. Comparando estos resultados con el año anterior, no se observan diferencias significativas. Asimismo, cuando se compara con la información del conjunto del país, la distribución en ambos grupos es muy próxima (Mandakovic y Serey, 2018), por lo que se infiere a emprendedores en etapas tempranas menos conscientes que los establecidos con respecto a su competencia, considerando que mayoritariamente pertenecen al sector de servicios al consumidor.

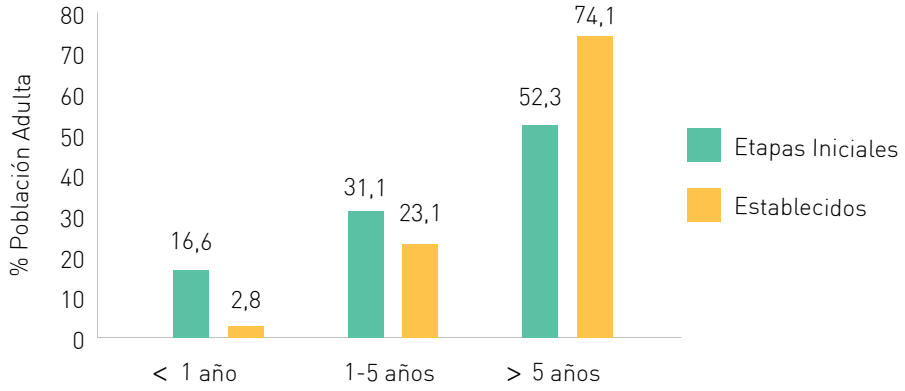
Figura 26. Cantidad percibida de competidores con productos o servicios similares



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

El tercer factor incorporado por el GEM en el ámbito de las aspiraciones está relacionado con la capacidad de aprovechar las nuevas tecnologías en el proceso de producción o entrega de servicios. La figura 27 muestra que a medida que aumenta la edad de la tecnología usada, crece también la proporción de emprendedores. En 2017, en el grupo de emprendedores en etapas iniciales solo un 16,6% señala que usa tecnología de menos de un año de antigüedad, casi un tercio (31,1%), usa tecnología entre 1 y 5 años y un 52% usa tecnología de más de cinco años. Estos resultados fueron ligeramente mejores en 2016, porque había una mayor proporción de emprendedores usando tecnología de menos de un año y una menor proporción usando tecnología de más de 5 años de antigüedad, mientras que el porcentaje de emprendedores utilizando tecnología entre 1 y 5 años ha cambiado significativamente (Romaní y Atienza, 2018). Una situación muy similar se ha dado en el grupo de emprendedores con más de tres años y medio de actividad. Ha aumentado ligeramente la proporción de emprendedores usando tecnología de más de 5 años mientras que ha disminuido la proporción de aquellos que utilizan tecnología de punta, de un 71,1% a un 74,1% y de un 3,4% a un 2,8% respectivamente (Figura 27). Similar situación se encuentra en el conjunto el país, donde los mayores porcentajes de emprendores se concentran en el grupo que usa tecnología de más de 5 años (Mandakovic y Serey, 2018). Este resultado sí es consistente con el sector a que se orientan los emprendedores.

Figura 27. Uso de tecnología reciente en los procesos o servicios



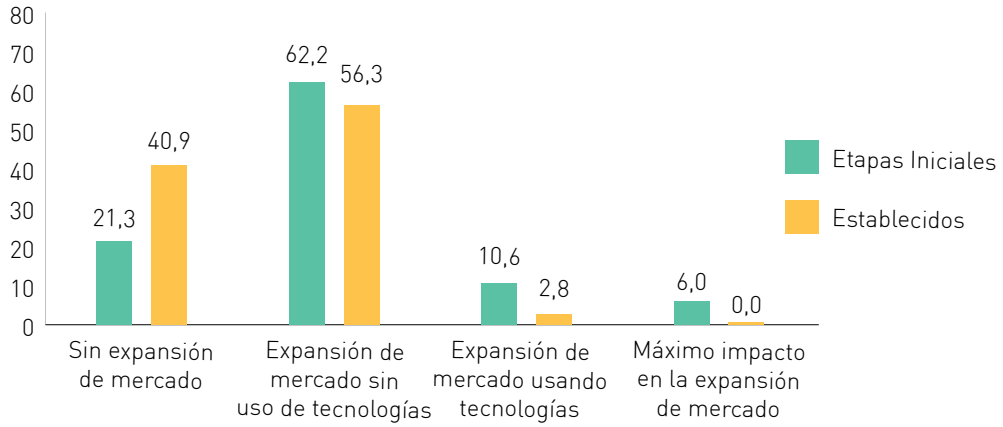
Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

La encuesta a la población adulta también incorpora una pregunta para los emprendedores sobre la expansión de mercado que esperan alcanzar con sus productos o servicios. Para este fin, se utiliza una variable que toma cuatro valores:

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

Más del 56% de los emprendedores, con independencia de la etapa en que se encuentren, aspiran a expandirse en el mercado sin el uso de tecnología, mientras que solo un 10% de los emprendedores en etapas iniciales piensa hacerlo usando tecnología, y un porcentaje menor, un 6%, aspira a tener un máximo impacto en la expansión de mercado (Figura 28). No se han identificado emprendedores establecidos que aspiren a expandirse en el mercado usando tecnología y apenas un 2,8% de los mismos aspira a expandir su mercado usando tecnología. Cuando se comparan estos resultados con los obtenidos el año 2016, no se encuentran diferencias significativas en ninguno de los grupos (Romaní y Atienza, 2017). Dado que las aspiraciones de los emprendedores son un elemento clave en la actividad que realizan, la falta de ambición observada da alguna luz sobre el potencial de sus productos o servicios, que en su mayoría son negocios sin impacto, sin valor agregado y sin expectativas de crecimiento, orientándose más a ser negocios "estilo de vida" donde no se identifica una clara estrategia de crecimiento (Berger y Udell, 1998). Una situación muy parecida a la de Antofagasta se observa en el país, tanto en los emprendedores nacientes como en los establecidos (Mandakovic y Serey, 2018).

Figura 28. Aspiraciones en la expansión de mercado

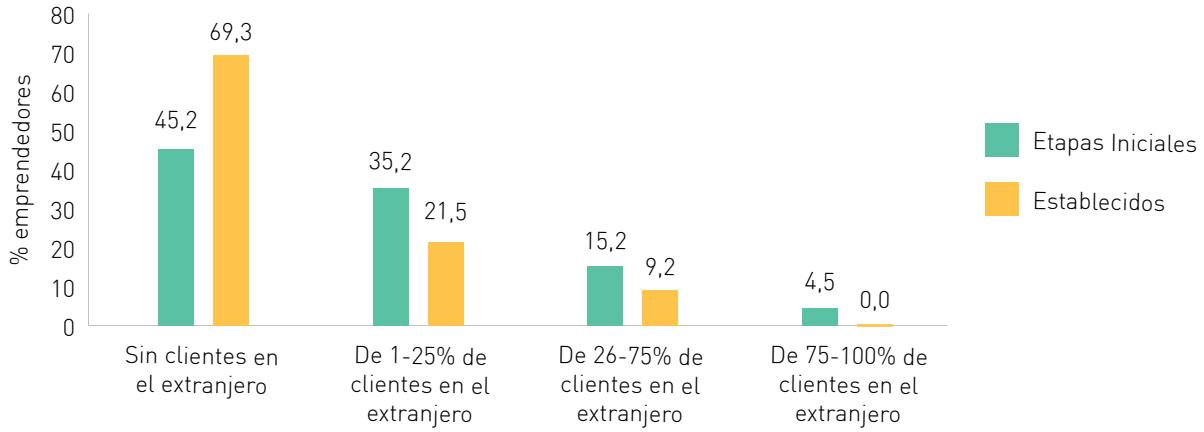


Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

Otro factor relacionado con la competitividad que aborda el GEM se refiere a la actividad exportadora de los emprendedores, medida como el porcentaje de los clientes que tienen en el extranjero. En 2017, un 45,2% de los emprendedores en etapas iniciales y cerca de un 70% de los establecidos declaran no tener clientes en el extranjero. La situación cambia cuando señalan que tienen entre un 1% y 25% de sus clientes fuera del país, aquí los porcentajes disminuyen a un 35,2% cuando se trata de emprendedores en etapas tempranas y a un 21,5% cuando se trata de establecidos (Figura 29). Con independencia de la etapa donde se encuentren los emprendedores, a medida que aumenta el porcentaje de clientes en el extranjero la proporción de

emprendedores disminuye. Tal es así que no se han identificado emprendedores establecidos donde el 75% o más de sus clientes esté en el extranjero. La distribución de estos resultados ha variado con respecto al año 2016, donde había una menor proporción de emprendedores sin clientes en el extranjero y una mayor proporción de emprendedores con uno y 25% de sus clientes en el extranjero (Romaní y Atienza, 2017). Estos resultados son poco alentadores comparados con el año 2016, porque dan cuenta de una menos capacidad exportadora de nuestros emprendedores y se espera que estos resultados mejoren en el año 2018.

Figura 29. Clientes en el extranjero de los emprendedores por etapas



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Región de Antofagasta 2017.

Finalmente, otro factor relevante en este apartado es la expectativa de crecimiento en cuanto a generación de empleo. Se estima este indicador como el porcentaje de la población adulta involucrada en la actividad emprendedora en etapas iniciales que espera crear, por lo menos, diez nuevos empleos en los próximos cinco años. En 2017, este indicador en la Región de Antofagasta es el más alto (26,6%) comparado con el resto de las regiones. Porcentaje inferior al obtenido en el año 2016 (34%), y sobre el conjunto del país (24,8%). Mientras que la región de Aysén tiene el porcentaje más bajo, un 10,8%. En el grupo de empresarios establecidos, esta expectativa ha disminuido significativamente en la Región, de un 11,3% a un 5,2% situándose por debajo del conjunto del país (7,7%), vale mencionar que la región del Bío tiene el porcentaje más alto de este grupo de emprendedores, un 16%, mientras que la región de Magallanes tiene la tasa más baja, un 2,8%. De cualquier forma, se observa en el grupo de emprendedores establecidos de la región un cierto pesimismo en cuanto a la contratación de mano de obra en los próximos cinco años.

El cuestionario de la población adulta también incorpora una pregunta relacionada con las expectativas de alto potencial de crecimiento, entendido como la creación de 19 o más empleos en los próximos cinco años. Esta pregunta se hace solo a los emprendedores en etapas iniciales. En 2017, Antofagasta es una de las regiones que presenta la tasa más alta de expectativa, con un 3%, pero más bajo que el obtenido el año anterior un 4,1%. Coquimbo es la región con la tasa más alta, un 3,1%, mientras que la Araucanía presenta la tasa más baja un 0,5%. Es importante destacar, que esta tasa no solo ha disminuido en la región sino también en el resto del país (Romaní y Atienza, 2017). Este indicador, muy relevante por su repercusión tanto económica como social, es objeto de un estudio más detallado en el proyecto GEM[5], aun cuando presenta una proporción muy baja en todos los países.

[5] Ver GEM Report on High Expectation Entrepreneurship, disponible en www.gemconsortium.org.

En resumen, los factores descritos anteriormente dan cuenta de que en 2017 no ha habido grandes avances en los factores que miden las aspiraciones de los emprendedores en etapas iniciales de la Región de Antofagasta, notándose un mayor pesimismo en el grupo de emprendedores establecidos. Ha habido cierta mejora en la percepción de la competitividad de los emprendimientos, pero no en la novedad de los productos y servicios que ofrecen, ni en la tecnología que usan, ni en los clientes que tienen fuera del país. Ha aumentado la proporción tanto de emprendedores en etapas tempranas como de establecidos que señalan que usan tecnología de más de cinco años de antigüedad y no tienen clientes en el extranjero, así como buscan expandirse en el mercado sin uso de tecnología. En esa misma línea, las expectativas de generación de empleo también han disminuido significativamente en 2017, en particular aquella relacionada con las expectativas de alto potencial de crecimiento. Sin duda, en estos resultados ha influido la actual coyuntura económica que no da señales de mejora y esto es percibido por los emprendedores, en particular por aquellos de más de tres años y medio de actividad que están a la espera de que mejore la situación del país.

3.4. El financiamiento del emprendimiento en la Región

La encuesta a la población adulta también permite averiguar aspectos relacionados con el financiamiento de los emprendedores. Para ello, se les pregunta a aquellos en etapas iniciales, cuánto requieren para iniciar su emprendimiento y cuánto están dispuestos a aportar. El análisis de estas respuestas muestra que tanto en la región como en el conjunto del país, las necesidades de capital de los emprendedores nacientes son las mismas, cinco millones de pesos y ellos están dispuestos a aportar hasta $3.741.510 pesos en Antofagasta y hasta 3 millones de pesos en el país en su conjunto. Por lo tanto, la brecha de financiamiento en Chile es de dos millones de pesos, mientras que en la región no llega al millón y medio (Tabla 5).

Tabla 5. Necesidades de financiamiento de los emprendedores nacientes

	Chile (Mediana)	**Antofagasta (Mediana)**
Necesidad de capital para iniciar un emprendimiento	$5.000.000	$5.000.000
Aporte de capital propio	$3.000.000	$3.741.510
Necesidad de Financiamiento de Terceros (3Fs – Financiamiento Informal)	$2.000.000	$1.258.490

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2017

Las expectativas de financiamiento de estos emprendedores son en primer lugar, los bancos, seguidos por los programas de gobierno y en tercer lugar la familia (Tabla 6). Los inversionistas privados, es decir, redes de inversionistas ángeles o fondos de capital de riesgo, apenas representan un 17% dentro de las alternativas de financiamiento de los emprendedores. La distribución es la misma tanto en la región como en el país. Las plataformas de crowdfunding, se encuentran en el último lugar de las respuestas de los emprendedores chilenos con un 6,4%. En el caso de la región, son los amigos o vecinos los que están en el último lugar dentro de las opciones de financiamiento.

Tabla 6: Expectativas de financiamiento de los emprendedores nacientes

Expectativas de financiamiento	Chile (%)	Antofagasta (%)
Bancos	48,9	57,2
Programas de gobierno	34,4	40,2
Familia cercana	28,3	32,5
Inversionistas privados (ángeles, fondos)	16,9	17
Colegas de trabajo	13,7	16,3
Amigos/vecinos	12,8	6,5
Plataformas de crowdfunding	6,4	12,2

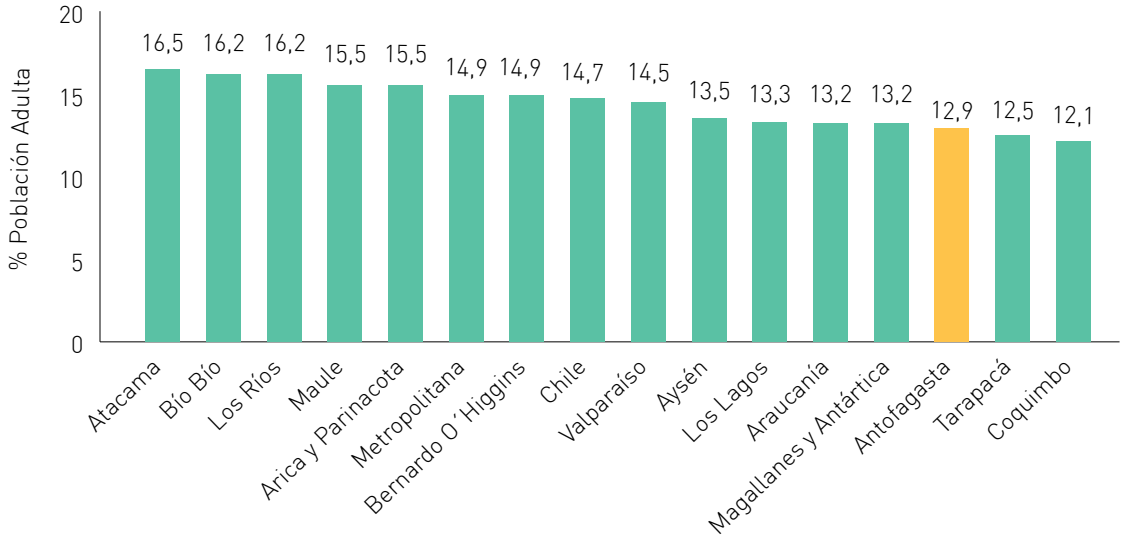
*El total es más del 100% porque los emprendedores señalaron más de una alternativa.
Fuente: GEM Chile encuesta a la población adulta 2017

Por otro lado, la literatura financiera menciona que las primeras etapas del ciclo de vida de cualquier empresa parten con el aporte del propio emprendedor (cuando dispone de ahorros) más el financiamiento de las 3F´s por sus siglas en inglés (friends, family, fool hardystrangers), es decir la familia, los amigos y los extraños que apuestan en el proyecto del emprendedor (Berger y Udell, 1998). Al financiamiento de las 3F`s también se le conoce como financiamiento informal (Bygrave y Quill, 2007), porque son aportes que se entregan directamente al emprendedor sin necesidad de una institución intermediaria. En la jerga financiera, el aporte que da la familia y los amigos también se llama "Love money"[6] porque es el dinero que proviene de un individuo con el cual el emprendedor tiene algún tipo de vínculo afectivo, mientras que a las personas que no tienen ningún vínculo con el emprendedor e invierten en su negocio, se les conoce como inversionistas privados o inversionistas ángeles.

La tasa de inversionistas informales en Chile varía entre un 12,1% y 16,5% de la población adulta (Figura 30), siendo la región de Coquimbo la que tiene la tasa más baja y la de Atacama la tasa más alta. Hace algunos años atrás la región de Antofagasta tenía la tasa más alta de inversionistas informales, en 2017 esta tasa apenas llega a un 12,9%. Es decir, de cada 100 adultos hay 13 personas que han aportado al negocio de otros en los últimos dos años.

[6] En su sentido amplio, en sentido estricto solo se consideraría como "love money" el dinero proveniente de la familia.

Figura 30: Tasa de inversionistas informales



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2017

Los inversionistas informales de la Región de Antofagasta son cada vez más jóvenes y con mayor nivel educativo. Tienen en promedio 39 años, son mayoritariamente hombres (68,5%), un 20,5% posee una renta familiar promedio mayor o igual a $2.500.000, el 51,4% son solteros, un tercio tiene educación universitaria y un 5,5% postgrado. Los aportes de estos inversionistas informales en la región varían entre $40.000 y 100 millones de pesos, siendo la mediana de sus inversiones de aproximadamente dos millones de pesos, mientras que, en el conjunto del país, es de un millón de pesos. El monto mínimo de inversión varía, mientras que en la región es de $40.000 pesos en el país es de $20.000 pesos, mientras que el monto máximo es seis veces mayor que en la región (Tabla 7). Con respecto a años anteriores, en el país se ha mantenido la mediana de la inversión, mientras que en la región esta mediana ha aumentado a 2 millones de pesos.

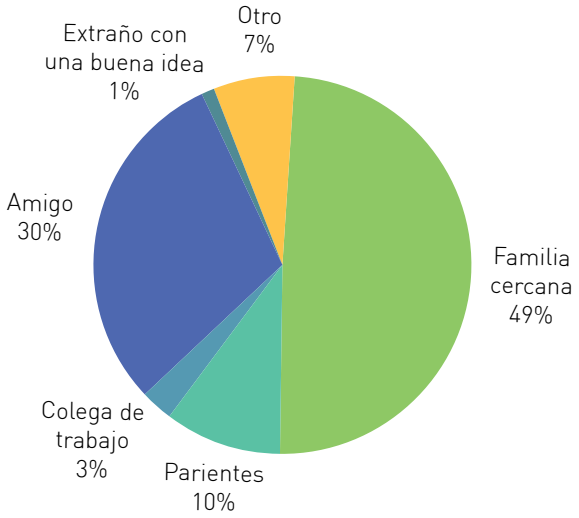
Tabla 7. Monto de inversión de los inversionistas informales

	Chile (en pesos)	**Antofagasta (en pesos)**
Promedio	$6.845.341	$6.518.948
Mediana	$1.000.000	$2.000.000
Moda	$1.000.000	$1.000.000
Desviación Estándar	$42.540.142	$14.942.756
Mínimo	$20.000	$40.000
Máximo	$600.000.000	$100.000.000

Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Chile 2017

Los inversionistas informales en la región, mayoritariamente invierten en personas con las cuales tienen algún vínculo, por lo que sus inversiones caen en la categoría de "love money". El 49% de los inversionistas informales invierte en la familia cercana, un 30% en amigos o vecinos, un 10% en parientes y un 3% en colegas de trabajo (Figura 31). El resultado que ha variado con respecto a años anteriores es la proporción de inversionistas informales que invierten en amigos, que en 2017 ha disminuido significativamente a un 30% mientras que en años anteriores era igual o superior al 45% (Romaní y Atienza, 2016, 2015). Se ha incrementado el porcentaje de estos inversionistas que aportan a familiares, reafirmando una vez más que son inversiones en personas con las que tienen un vínculo familiar ("love money") y no en extraños aunque tengan una buena idea. Este resultado da cuenta de la desconfianza de este tipo de inversionista, esto es un aspecto cultural característico no solo de la región si no del país. Chile es uno de los países que tiene la tasa de desconfianza más alta en América Latina (Centro de Políticas Públicas, 2015).

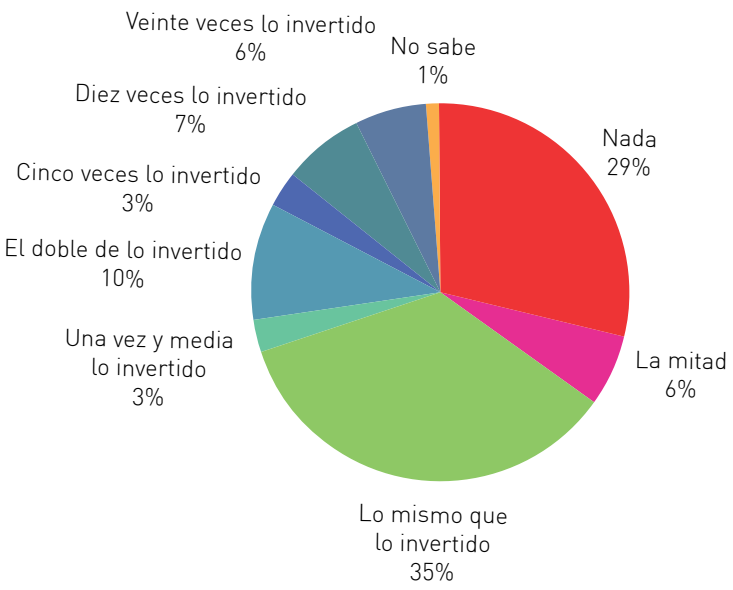
Figura 31. Vínculo de los inversionistas informales con los emprendedores



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Antofagasta, 2017.

Dado que los inversionistas informales en la Región y en el país son mayoritariamente "love money", es de esperar que su expectativa de retorno por la inversión realizada, sea baja. La figura 32 muestra que el 29% de estos no esperan ningún retorno, es decir aportan a fondo perdido. Un 35% tiene la esperanza de recuperar lo invertido, un 6% espera recuperar la mitad de esta y solo un 10% espera duplicar la inversión. Un 16%, sin embargo, espera más que duplicar su inversión y un 1% no sabe o no responde (Figura 32).

Figura 32. Retorno esperado de los inversionistas informales en Antofagasta



Fuente: GEM Encuesta a la población adulta Antofagasta 2017.

En Chile, si los emprendedores logran ser financiados por los inversionistas informales, todavía existe una brecha de financiamiento de aproximadamente $1.000.000 de pesos, mientras que en la región, si los inversionistas informales aportan una mediana de dos millones de pesos, logran cubrir las necesidades de financiamiento. En consecuencia, en Chile muchos de los emprendimientos no se materializan por falta de financiamiento (Tabla 8), mientras que en la región, si bien existe una necesidad de financiamiento que es menor al millón y medio de pesos, ésta estaría, en promedio, cubierta si es que el emprendedor consigue fondos del inversionista informal que como se mostró anteriormente, este puede ser algún miembro de la familia cercana, amigos o parientes.

Tabla 8. Brecha en el financiamiento de los emprendedores

	Chile (Mediana)	**Antofagasta (Mediana)**
Necesidad de capital para abrir una empresa	$5.000.000	$5.000.000
Aporte capital propio	$3.000.000	$3.741.510
Necesidad de financiamiento de terceros	$2.000.000	$1.258.490
Inversionistas Informales	$1.000.000	$2.000.000
Brecha de Capital /Equity gap	$1.000.000	$742.510

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a la población adulta Chile 2017.

Al analizar la clase de negocios en los que invierten los inversionistas informales en la región, se observa que estos colocan sus recursos fundamentalmente en el retail, en negocios con bajo valor agregado, bajas barreras de entrada y sin diferenciación. Estos resultados responden a ese tipo de emprendimientos. Normalmente, no se puede esperar un emprendimiento de alto potencial de crecimiento con una inversión de cinco millones.

4. Factores del ecosistema para emprender

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

4.1 Descripción de la Encuesta a Expertos

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

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

2. Políticas de gobierno: se refiere al grado en que las políticas del gobierno apoyan el emprendimiento. Tiene dos componentes: i) Relevancia económica del emprendimiento; ii) Los impuestos y regulaciones son neutros o promueven nuevas empresas y en crecimiento.

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

4. Educación para el emprendimiento: se refiere a la incorporación de conocimiento, destrezas y habilidades para crear o dirigir empresas nuevas y en crecimiento dentro del sistema educativo y de formación. Tiene dos componentes: i) Educación para el emprendimiento en educación primaria y secundaria; ii) Educación para el emprendimiento en educación post secundaria.

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

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

7. Apertura del Mercado Interno: tiene dos componentes: i) Dinamismo del mercado interno: se refiere al nivel de cambio en el mercado entre un año y otro; ii) Apertura del mercado interno: se refiere a la facilidad con que las firmas nuevas entran a mercados existentes.

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

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

Para la evaluación de cada una de estas dimensiones, se utiliza una encuesta estandarizada, denominada National Expert Survey (NES), aplicada a expertos nacionales y regionales. En Antofagasta, el grupo de expertos regionales estuvo formado por 44 empresarios y profesionales de diversos ámbitos relacionados con la creación de empresas. Se realizó un muestreo selectivo con al menos cuatro especialistas de cada una de las nueve dimensiones del entorno emprendedor. La encuesta consta de 64 preguntas agrupadas en 11 tópicos cuyas respuestas son escalas de likert de nueve puntos, donde 1 es completamente falso y 9 completamente verdadero.

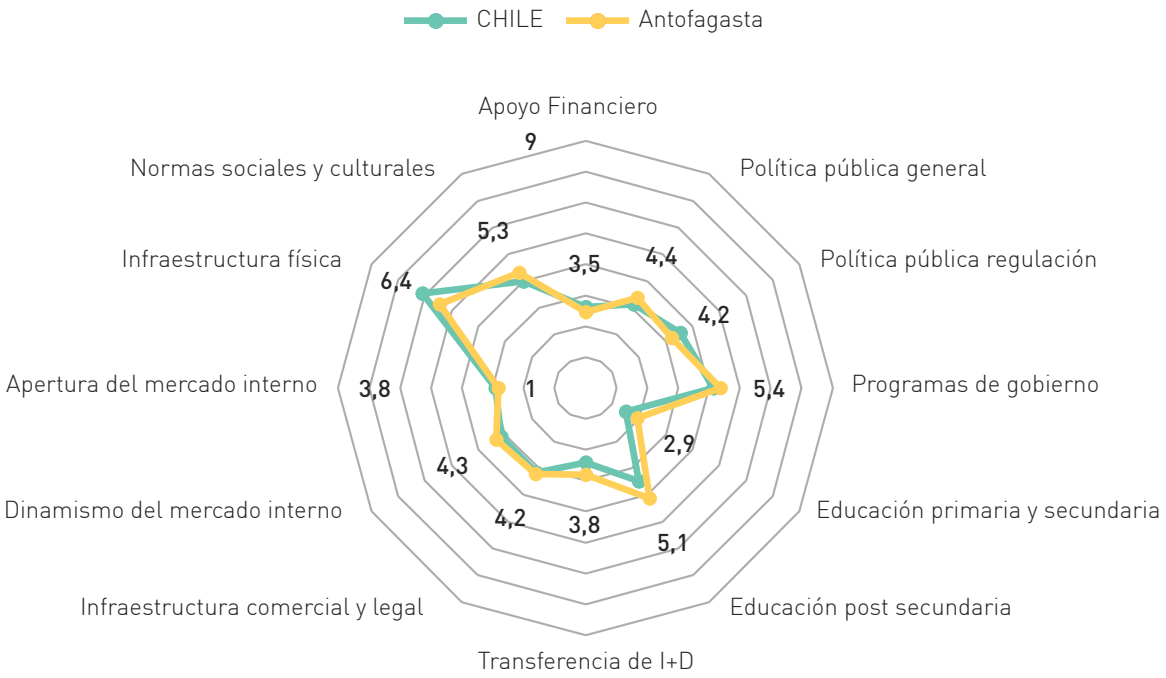
El proyecto GEM subdivide 3 de las 9 condiciones del contexto emprendedor, con el fin de representar mejor la realidad del ecosistema. De este modo la dimensión sobre políticas públicas es desagregada en política pública en general y en regulación, mientras que la dimensión en educación, es subdividida en primaria-secundaria y postsecundaria. Por último, en la dimensión de acceso al mercado interno se establece una diferencia entre dinamismo y apertura del mercado interno.

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

4.2. Evaluación General de las Condiciones Marco del Contexto Emprendedor

La figura 33 muestra la valoración de los expertos en Chile y en la región sobre las condiciones marco del contexto emprendedor. Se observa que los Programas de gobierno, la Educación post secundaria, la Infraestructura física y las Normas sociales y culturales son las dimensiones que han tenido evaluaciones en promedio por encima de cinco de una escala de 1 a 9 donde 1 se interpreta como condición altamente insuficiente y 9 altamente suficiente (Figura 33). Mientras que las demás dimensiones han alcanzado valoraciones por debajo de 5 siendo la Educación primaria y secundaria la que ha obtenido la valoración más baja, un 2,9 (insuficiente) de parte de los expertos locales. En general, la valoración de los expertos regionales es muy cercana a la realizada por los expertos del país, siendo estos últimos un poco más críticos en algunas dimensiones como Política pública general, Educación primaria y secundaria; Educación post secundaria, Transferencia de I+D, Dinamismo del mercado interno y Normas sociales y culturales, donde las valoraciones han estado ligeramente por debajo de la evaluación local (Figura 33), mientras que en otras como en Infraestructura física y Apoyo financiero, las evaluaciones nacionales han estado ligeramente por encima de las locales (Figura 33). De cualquier forma, tanto para los expertos del país como para los locales, la Educación primaria y secundaria, así como la Transferencia de I+D, la Apertura del mercado interno y el Acceso al financiamiento, son condiciones todavía insuficientes para el desarrollo del emprendimiento en el país desde que han tenido las valoraciones más bajas.

Figura 33: Evaluación de las condiciones marco del contexto emprendedor en Chile y Antofagasta



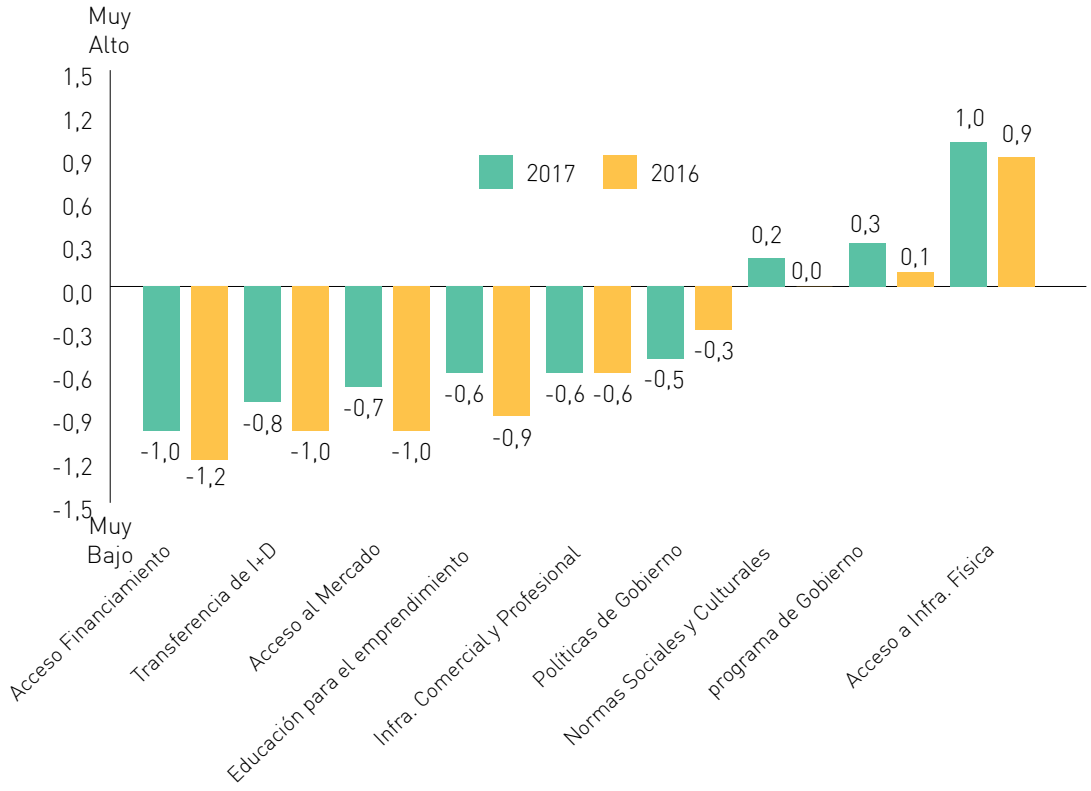
Fuente: Encuesta a expertos GEM Chile 2017.

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

En el año 2005, se decidió que para los informes de Chile se realizaría una conversión de la escala de Likert antes mencionada, cuyo nivel de respuestas es determinado por el nivel de acuerdo o desacuerdo con cada una de las afirmaciones. De este modo, los resultados fluctuarían entre -2 (muy bajo, crítico) y +2 (muy alto, muy bueno) y permitiría dar a aquellas respuestas neutras un valor cero, es decir en los casos donde los encuestados no manifiestan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación. Con esto se consigue forzar a que la varianza de los datos aumente y se puedan apreciar con mayor énfasis los cambios anuales en cada condición. La figura 34 muestra la evaluación de las condiciones marco del contexto emprendedor de la región con esta conversión de la escala de Likert.

En 2017, las condiciones marco del contexto emprendedor de la Región, a juicio de los expertos, pese a que continúa siendo poco favorable para el desarrollo del emprendimiento las valoraciones han sido bastante más optimistas con respecto al año 2016 (Figura 34). Con excepción de las Políticas de gobierno cuya valoración ha sido más crítica este año, y de la Infraestructura profesional y legal que ha sido evaluada igual que el año anterior, las demás dimensiones del contexto emprendedor regional han mejorado en sus valoraciones por parte de los expertos. De las nueve dimensiones del contexto emprendedor hay tres (Normas sociales y culturales, Programas de gobierno y Acceso a infraestructura física) que tienen valoraciones positivas y ligeramente superiores a 2016 (Figura 34).

Figura 34. Evaluación de las condiciones marco del Contexto Emprendedor en la Región de Antofagasta 2017/2016



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Región de Antofagasta 2017.

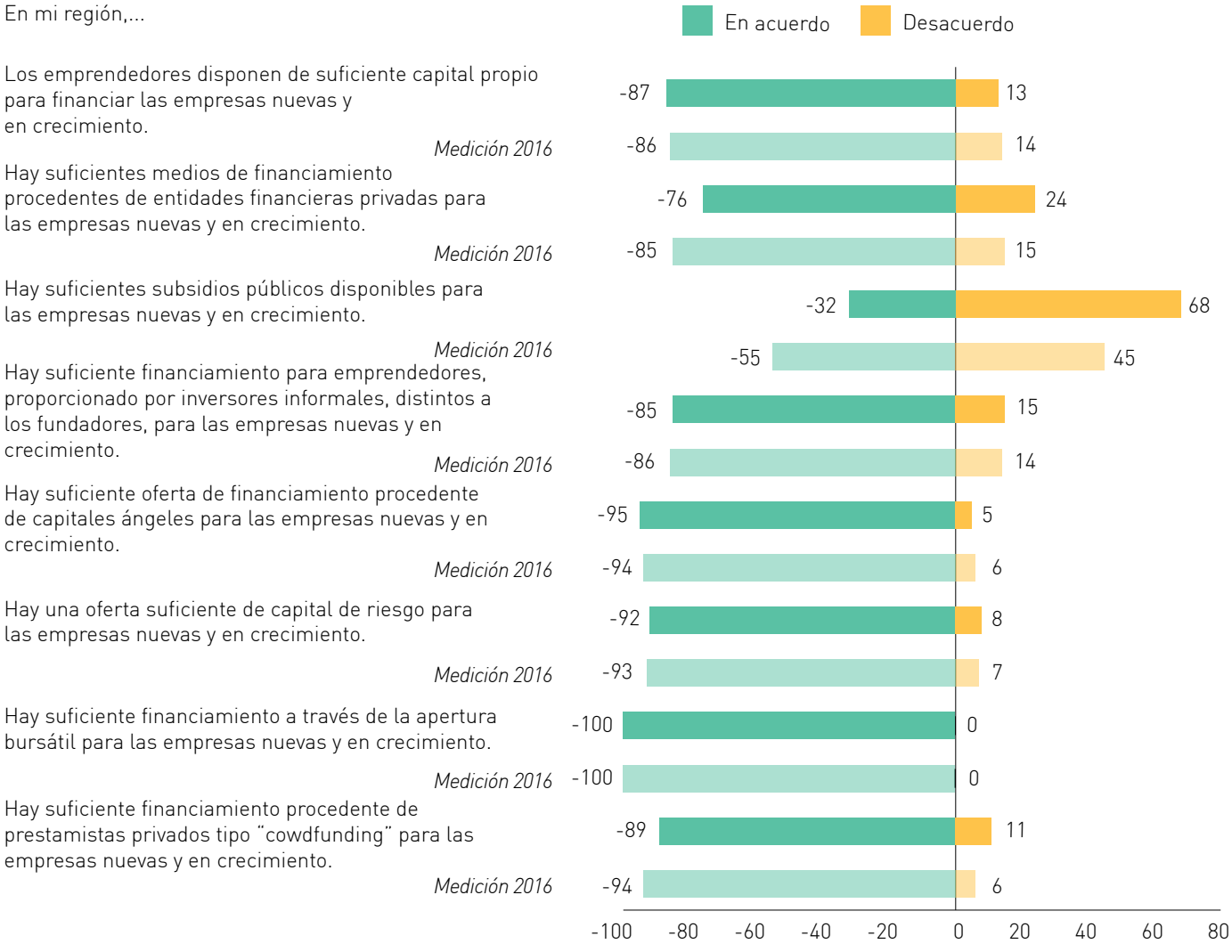
En los siguientes apartados, se analiza con más detalle la evaluación que los expertos de la Región de Antofagasta hacen de las categorías que componen cada una de las condiciones marco del contexto emprendedor, las cuales se presentan de la más negativa a la más positiva.

4.3.1. Acceso al Financiamiento (Evaluación: -1,0)

Esta dimensión es una de las que ha tenido una baja valoración desde el año 2007 que se inició el estudio. Tuvo mejoras hasta situarse en -0,5 (media baja) en 2010, pero en los siguientes años, la evaluación de esta dimensión ha empeorado hasta llegar a tener una valoración crítica en 2016 (-1,4).
En esta dimensión se consideran 8 categorías que incluyen las fuentes tradicionales y no tradicionales de financiamiento así como las fuentes públicas y privadas. De todas ellas, la única categoría con más del 65% de aceptación de parte de los expertos se refiere a la existencia de subsidios públicos disponibles para las nuevas empresas y en crecimiento. En todas las demás categorías predomina el desacuerdo más que el acuerdo en términos porcentuales (Figura 35). El financiamiento proveniente de capitales ángeles en la región, así como de plataformas de crowdfunding, fondos de inversión (capital de riesgo formal), o de la bolsa de valores son las categorías con un mayor porcentaje de desacuerdo, llegando hasta un 100% en algunos casos. Con respecto al año 2016, las valoraciones casi se han mantenido, mientras que ha habido cambios significativos en las categorías relacionadas con los subsidios públicos y el financiamiento proveniente de entidades financieras, que ha aumentado el porcentaje de acuerdo de un 45% a un 68% en el primer caso, y de un 15% a un 24% en el segundo. Desde la perspectiva de los expertos, hay suficientes subsidios públicos para el financiamiento de las empresas nuevas y en crecimiento. Con respecto a la otra categoría, pese que el porcentaje de acuerdo ha aumentado, todavía un 76% de los expertos considera que

no hay suficiente financiamiento proveniente de entidades financieras. Una vez más destaca en la región la urgencia de crear alternativas no tradicionales de financiamiento, redes de ángeles, fondos de inversión o plataformas de crowdfunding contribuirían a darle un mayor dinamismo a los emprendimientos locales y a retener talento emprendedor local, evitando de esta manera que se vayan a otras regiones o a la capital en busca de financiamiento para la creación y crecimiento de sus emprendimientos.

Figura 35. Evaluación de las fuentes de financiamiento para el emprendimiento



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2017.

Es importante señalar que en el país existen, en estos momentos, 46 Fondos de Capital de Riesgo (de los cuales 15 fondos orientan sus recursos a la inversión en etapas tempranas, otros seis son fondos privados para exploración minera) (Acafi, 2018) y cuatro redes de inversionistas ángeles activas, creadas con las líneas de financiamiento de CORFO. Sin embargo, todas estas redes y fondos tienen sede en Santiago. A pesar de que las tecnologías de la información ayudan a acortar las distancias, generalmente las redes se mueven en un radio de acción de unos 200 km. a la redonda de sus lugares de establecimiento (Mason y Kwok, 2010), lo que dificulta su inversión en regiones muy alejadas de la Metropolitana. En ese contexto, los emprendedores en la región tienen menos posibilidades de acceso a este tipo de fondos y redes y la mayoría

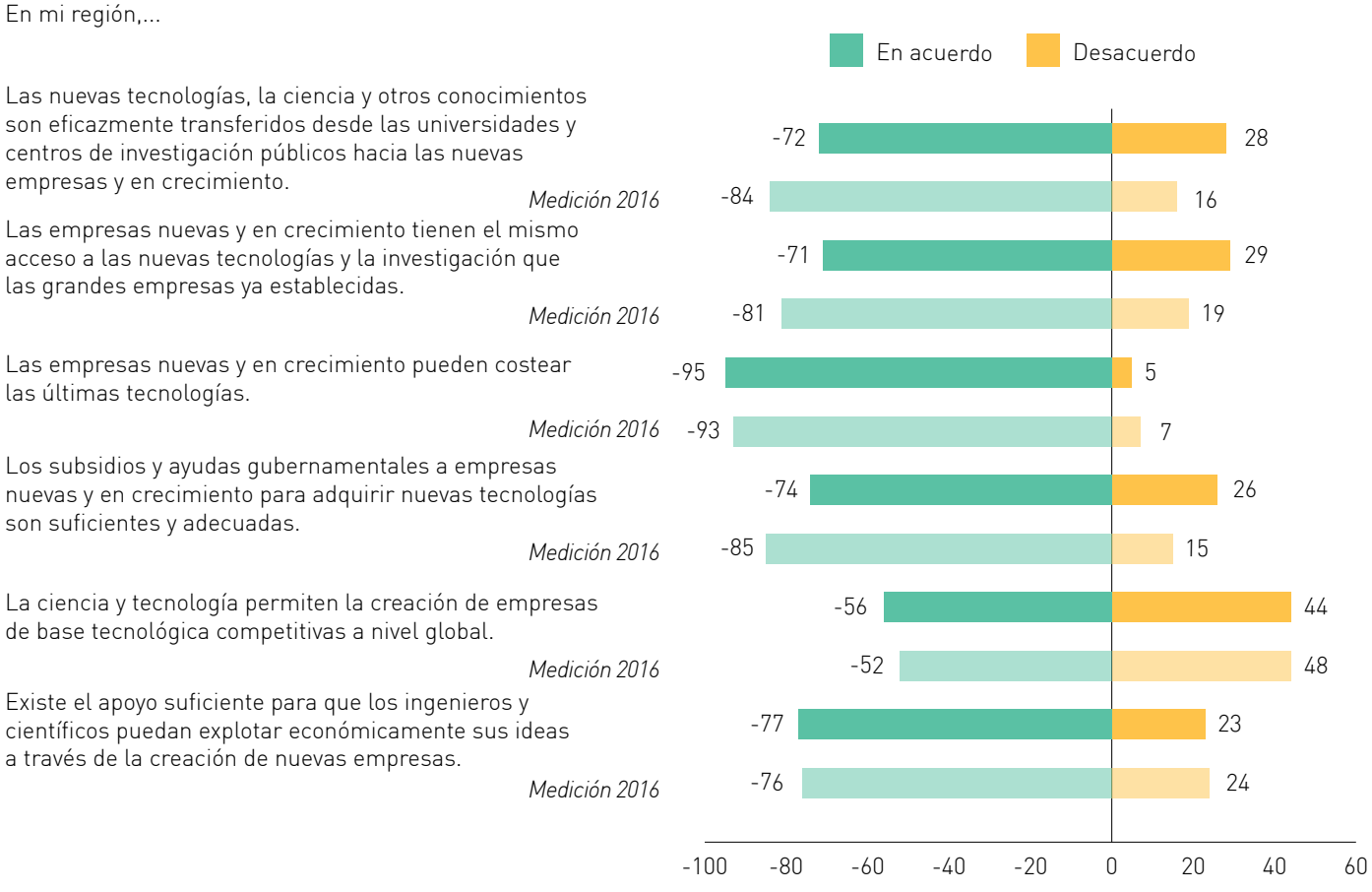
emigra a regiones donde pueda encontrar ese tipo de financiamiento (Región Metropolitana).

Esta situación evidencia, como ya se viene mencionando en los informes pasados, la urgencia de trabajar en la formación, vinculación y fortalecimiento de cada uno de los eslabones que constituye la cadena del financiamiento para el emprendimiento innovador, desde la creación de una red de inversionistas privados que estén dispuestos a colocar sus recursos, experiencia y redes de contacto en emprendimientos de alto impacto que se generen en la macro zona norte del país, hasta la creación de un fondo de capital de riesgo capaz de apalancar las necesidades de aquellos emprendimientos con fuerte potencial de crecimiento, para que puedan llegar a abrir su capital en la Bolsa Emergente.

4.3.2. Transferencia de I+D (Evaluación: -0,8)

Esta dimensión ha tenido siempre una valoración negativa por parte de los expertos regionales, llegando inclusive a tener valoraciones críticas de un -1,3 en 2007 y -1,2 en 2011-2013. En 2017, fue la segunda peor valorada después del Acceso al financiamiento, con un -0,8. Sin embargo, esta valoración comparada con el año anterior, es menos negativa (-1,0). Influyeron en este resultado las categorías vinculadas a la existencia de suficientes subsidios, y ayudas del gobierno a empresas nuevas y en crecimiento, así como el igual acceso a nuevas tecnologías que tienen tanto las nuevas empresas como las establecidas y la eficiente transferencia de tecnología de las universidades a las nuevas empresas, cuyas proporciones han pasado de un 15% a un 26%; de un 19% a un 29% y de un 16% a un 28% respectivamente entre 2016 y 2017 (Figura 36).

Figura 36. Evaluación de la Transferencia de I+D



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2017.

Con respecto a la transferencia tecnológica desde las Universidades hacia las empresas nuevas y en crecimiento, aunque hay evidencia empírica que confirma que esta transferencia es escasa, con tasas por debajo del 6% en la región (Atienza, 2009 y Atienza, Romaní y Aroca 2006, Atienza, 2012), y en el país en general (OECD, 2018), los resultados en 2017 sobre este aspecto son alentadores porque muestran cierto avance al menos desde la perspectiva de los expertos. A modo de ejemplo, tenemos algunos de los centros de investigación como el CICITEM [7] y otros proyectos como el Hub "Andes Pacific Technology Access" [8], una plataforma de transferencia tecnológica que tiene como objetivo incentivar el aumento de resultados de la I+D aplicada de sus beneficiarias atendidas y su proyección nacional e internacional de negocios tecnológicos que se generen a partir de estos resultados, con el objetivo de incrementar la productividad y la diversificación de la economía chilena. En esa misma línea, el proyecto del Parque Científico Tecnológico de la UCN que está generando nuevas oportunidades para una transferencia tecnológica más efectiva. El siguiente cuadro muestra los avances de este Parque y sus proyecciones.

Cuadro 4. El Parque Científico Tecnológico, PCT-UCN

El PCT UCN es una iniciativa impulsada por la Universidad Católica del Norte (UCN) orientada a responder a los desafíos de la Región de Antofagasta, el país y sus sectores productivos a través del fortalecimiento de sus capacidades de investigación aplicada, desarrollo tecnológico, innovación y apoyo al emprendimiento. Tiene como objetivos:

Asegurar la vinculación entre las Universidades, centros tecnológicos y el sistema productivo de la región.

Difundir la cultura emprendedora y animar la generación de oportunidades de negocios.

Promover e impulsar la transferencia tecnológica de las pequeñas, medianas y grandes empresas.

La realización de forma directa o concertada de actuaciones de apoyo a la investigación aplicada y a la transferencia de conocimiento y tecnológica producida o asociada al PCT.

La Universidad Católica del Norte, está en cada una de estas iniciativas tomando un rol estratégico en su diseño y conducción. Haber concebido este proyecto y constituir la Fundación Parque Científico Tecnológico, ratifica e impulsa el rol de liderazgo de la Universidad , esta vez generando un socio vital para la industria , uno que le facilite la decisión de inversión en negocios tecnológicos, que establezca trazabilidades competitivas a la hora de incorporar mayores conocimientos y tecnologías a la empresa , un actor que sea clave a la hora de determinar los nuevos caminos para la inversión pública y privada que fomenten la actividad emprendedora y empresarial.

Dentro del trabajo realizado por el PCT-UCN, destacan:

Alianzas: Durante este año se han realizado importantes alianzas que vienen a resolver temas relevantes de la industria regional, estas alianzas se han realizado con el IDEAR + Cámara Chilena de la Construcción Antofagasta, CEITZASA y Departamento de Arquitectura de la UCN.

[7] Ver www.cicitem.cl

[8] Está creado con la participación de las Universidades Católica del Norte, de Antofagasta, Técnica Federico Santa María, Mayor, Adolfo Ibáñez, de Santiago de Chile, de Concepción y Católica de la Santísima Concepción, el Centro de Investigación Científico Tecnológico para la Minería y el Instituto Milenio de Oceanografía. Las Beneficiarias Atendidas serán este grupo de entidades, quienes conformarán una Asociación privada sin fines de lucro más las Universidades de Tarapacá, de Atacama y de La Serena.

Proyectos: Como el Plan de Mejoramiento Infraestructura e Integración Escolar: Reserva Natural La Chimba, iniciativa administrada por el PCT con fondos regionales FNDR2% Medio Ambiente y la Eco-Ruta de educación Ambiental: Poniendo en valor el Patrimonio del Parque Nacional Mororo Moreno, iniciativa administrada por el PCT con fondos aportados por CONAF, AMSA y Universidad Católica del Norte.

Vinculación: Dentro del contexto de vinculación entre la Industria, UCN y los distintos actores regionales destacan: Participación en distintas exposiciones de la región (Innovación abierta, Economía del futuro, Oportunidades y Desafíos para las Ingenierías; los Foros de conversación y Contratos.

Transferencia: Participación en distintos procesos para la entrega de conocimiento en la industria, esto por medio de licitaciones públicas, asesorías técnicas, consultorías, etc.

El PCT espera transformarse como la entidad especializada para la incubación y aceleración de emprendimientos y empresas de base tecnológica. Lo que se busca es contribuir a la agregación de valor de la matriz productiva de la Macrozona Norte a través de la transformación de la oferta regional de bienes y servicios basados en conocimiento y desarrollo tecnológico. De ahí que se proyecta avanzar con transferencias vía modelos de negocios que consideren crear y adaptar tecnologías, la incorporación de materias de sustentabilidad industrial, formación de capital humano entre otra donde la investigación universitaria puede hacer contribuciones efectivas.

Sitio web: http://www.pctucn.cl
Email: contacto@pctucn.cl

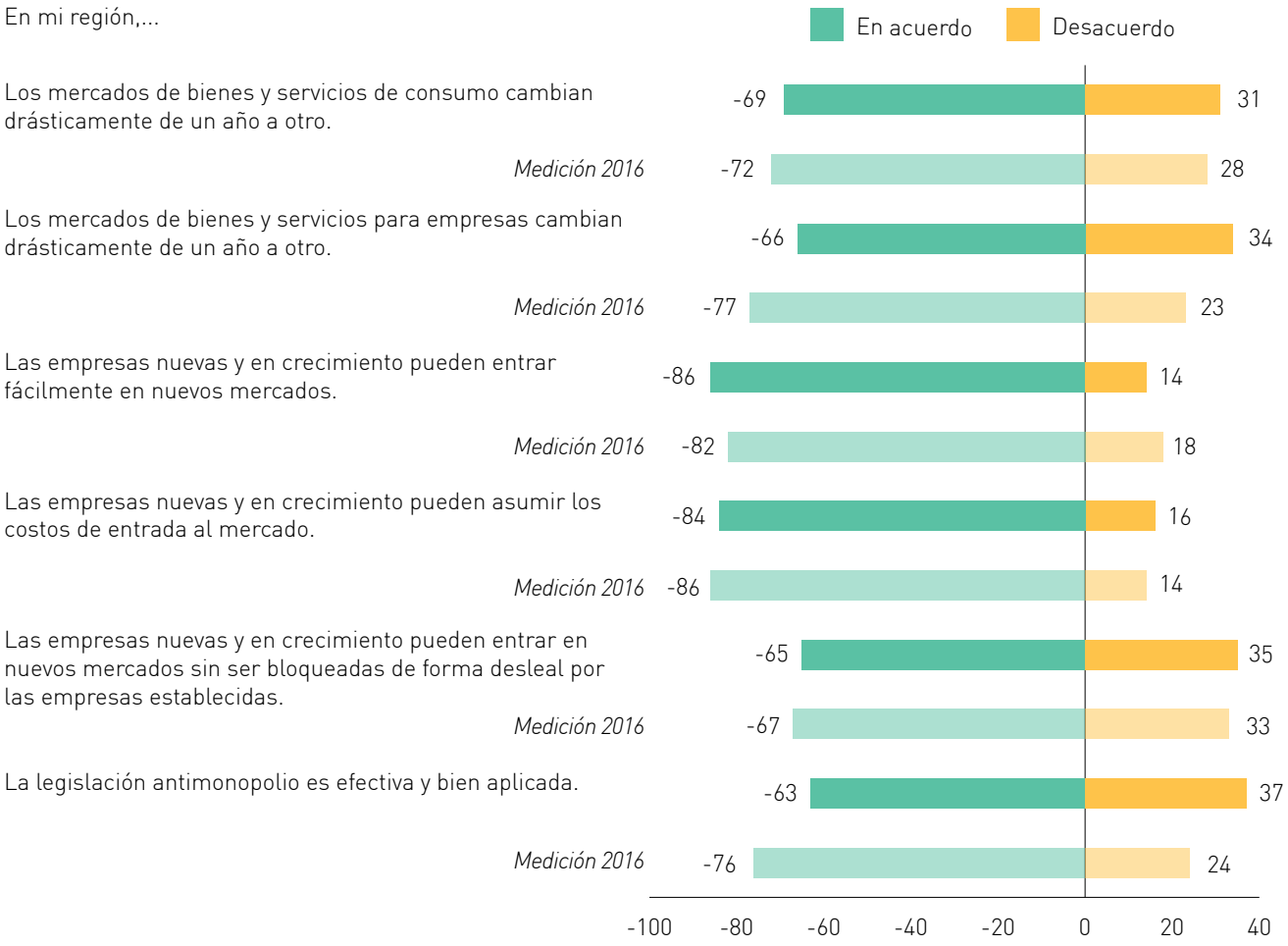
Pese a esos avances, la mayoría de las categorías de esta dimensión se caracterizan por tener mayores porcentajes de desacuerdo que de acuerdo. La categoría con el mayor porcentaje de desacuerdo es aquella vinculada a los costos que supone la adquisición de tecnología de punta.

4.3.3. Apertura del Mercado Interno (Evaluación: -0,7)

El concepto de "Acceso a Mercados", según la literatura de economía industrial, se refiere a las condiciones de competencia en los mercados y, en especial, a las barreras impuestas al ingreso de nuevas empresas, ya sea por la conducta estratégica de las empresas existentes o por la estructura del mercado. Esta dimensión ha sido la tercera peor evaluada en el año 2017 y, desde que se ha iniciado este estudio, siempre ha tenido valoraciones bastante negativas.

La valoración de los expertos regionales en esta dimensión ha mejorado ligeramente con respecto al año 2016 (-1,0) y ha coincidido con la valoración de los expertos nacionales (-0,7). Esa mejora se debe al incremento en la proporción de respuestas "de acuerdo" en las categorías de la efectividad de la legislación antimonopolio que ha pasado de un 24% a un 37% y de la velocidad con que los mercados de bienes y servicios para empresas cambian de un año para otro, de un 23% a un 24% (Figura 37). Pese a que la mayoría de los expertos todavía piensa lo contrario. Las demás categorías de esta dimensión prácticamente no han tenido cambios significativos con respecto a 2016, manteniendo porcentajes mayoritariamente "en desacuerdo" frente la proporción de expertos que está de "acuerdo" con las afirmaciones en esas categorías. Donde más se acentúa el desacuerdo es en lo que respecta a los costos asociados a la apertura de nuevas empresas y a la facilidad de entrar a nuevos mercados, donde el porcentaje de desacuerdo llegó a un 84% y a un 86% respectivamente (Figura 37).

Figura 37. Evaluación de la facilidad para acceder a nuevos mercados y clientes



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2017.

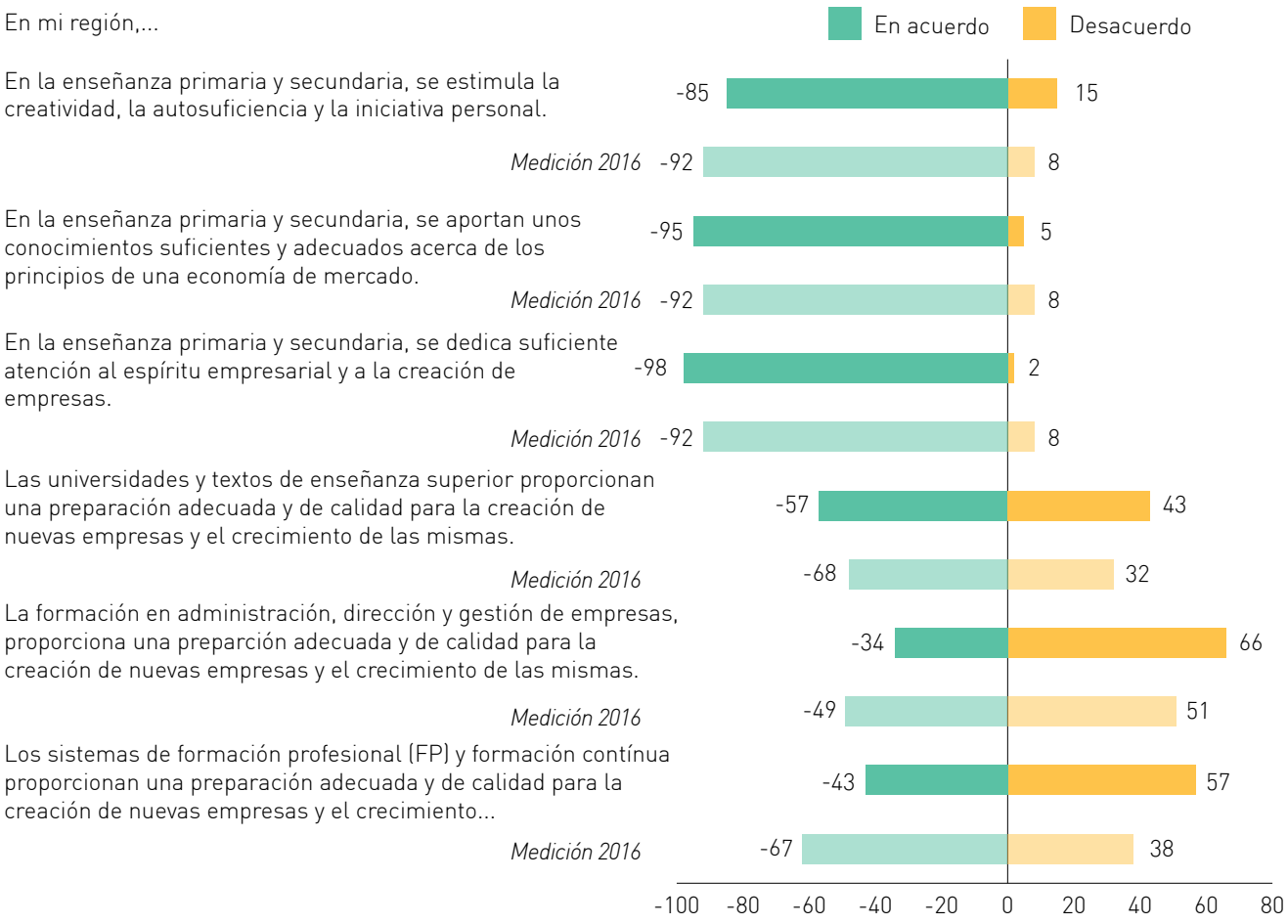
4.3.4. Educación y Capacitación para el emprendimiento (Evaluación: -0,6)

La dimensión Educación y Capacitación para el emprendimiento, es la cuarta dimensión con la valoración más baja en 2017 (-0,64). Sin embargo, comparada con el año 2016, la valoración de los expertos ha sido menos negativa (-1,0). En esta dimensión es evaluada en dos niveles:

- Educación primaria y secundaria
- Educación post-secundaria (que incluye la educación técnico profesional, la educación universitaria y las facultades de negocio de las universidades)

En 2017, se observa que la valoración de los expertos de la Región de Antofagasta ha mejorado en los niveles de la educación técnico profesional, universitaria y facultades de negocios, llegando hasta un 66% de los expertos considerando que las carreras de negocio proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y a un 57% "de acuerdo" en el caso de la preparación que ofrecen los institutos de formación técnica. La proporción de expertos considerando que, en general, los centros de enseñanza superior dan una formación adecuada en temáticas de creación de empresas también ha mejorado de un 32% a un 43% "de acuerdo" en el mismo periodo (Figura 38).

Figura 38. Evaluación de educación y capacitación para el emprendimiento



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2017.

Con respecto a los resultados de las instituciones de nivel superior, es importante mencionar que casi todas las universidades de la región, han incorporado en sus mallas curriculares varios módulos vinculados a la creación y crecimiento de empresas, asimismo han creado sus Centros de Emprendimiento con el objetivo de fomentar el emprendimiento universitario y contribuir a una formación más emprendedora de sus estudiantes. Estos Centros están desarrollando una labor importante de apoyo a la formación emprendedora de los estudiantes, inclusive vinculándose con centros de otras universidades como es el caso del CEDEUA de la Universidad de Antofagasta (Cuadro 5).

Cuadro 5: El Centro de Estudios y Desarrollo del Emprendimiento de la Universidad de Antofagasta (CEDEUA)

El CEDEUA desarrolla sus actividades con el convencimiento de que la educación en emprendimiento e innovación y el fomento de la cultura emprendedora, son los pilares fundamentales para la formación integral de los profesionales y personas emprendedoras que el desarrollo social y económico de la región y el país necesitan.

En el transcurso del año 2017, el foco se puso en abrir nuevas plataformas para la difusión del emprendimiento e innovación educacional, iniciando el año con la realización del "II Coloquio Nacional de Educación Emprendedora". El evento, que se desarrolló durante 3 días, contempló la presentación de 26 ponencias de todo el país, y fue organizado en conjunto con el Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP), de la Universidad Católica del Norte (UCN), dando cuenta, de un estrecho trabajo colaborativo interinstitucional.

Otra de las propuestas trascendentales, tuvo relación con el lanzamiento del proyecto "Finanzas Entretenidas: una base sólida para el emprendimiento innovador", proyecto que bajo la metodología de "aprender jugando" y utilizando como herramienta el juego "Financity", permitió capacitar a monitores universitarios y, con su apoyo, divulgar conocimientos e instalar competencias financieras en jóvenes y docentes de 28 establecimientos locales, pertenecientes a las comunas de Antofagasta, Calama, Taltal, Tocopilla, María Elena y Mejillones. Todo esto con el objetivo cerrar brechas, ya que las carencias en este ámbito, son uno de los motivos por los cuales muchos emprendimientos fracasan en etapas tempranas. Asimismo, durante el año 2017, el CEDEUA organizó la séptima versión del tradicional "Torneo Interescolar de Emprendimiento Regional", que contó con la participación de más de 100 estudiantes pertenecientes a 16 colegios de la región.

En concordancia a su política de participación y de asociación con diversas entidades que promueven el desarrollo del ecosistema emprendedor e innovador de la región, el CEDEUA participó, como miembro de la Alianza Antofagasta de Emprendimiento e Innovación Social, en la organización del "Primer Encuentro Regional: Educación para innovar", un multitudinario evento al que asistieron más de 600 personas, lo que se constituyó en un hito educacional para la región.
También, en representación de la Universidad de Antofagasta y en conjunto con la Dirección de Vinculación y Comunicaciones, el CEDEUA fue parte de la organización del "Festival Internacional de Innovación Social", FIIS 2017, que como una de las actividades más relevantes, contó con la presencia en las aulas universitarias del afamado médico, promotor de la risoterapia y motivador del emprendimiento, Hunter Doherty Adams, más conocido como "Patch" Adams, a cuya conferencia asistieron más de 500 personas de la comunidad antofagastina.

En esa misma línea, destaca también la Universidad Católica del Norte, que a través del Centro de Emprendimiento y de la Pyme de la Facultad de Economía y Administración, desarrolla una serie de investigaciones vinculadas a la actividad emprendedora de la región y el emprendimiento universitario, entre otros. Esta casa de estudios superiores también cuenta con un Minor en Emprendimiento e Innovación cuya primera versión partió el año 2017, y con un espacio de co-work recientemente inaugurado donde los estudiantes universitarios pueden avanzar en sus proyectos de emprendimiento y conocer a otros emprendedores entre otras actividades. El cuadro 6 resume alguna de sus principales actividades.

Cuadro 6. Desafíos regionales: Emprendo por mi región

Durante 2018, el Laboratorio de Emprendimiento USQAI, dependiente de la Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo Tecnológico de la Universidad Católica del Norte, desarrolló el programa de innovación abierta Desafíos regionales: Emprendo por mi región.

El proyecto contempló el trabajo con seis empresas y organizaciones de Antofagasta (Creo, ATI, Fundación En los ojos de mi madre, Municipalidad de Antofagasta, Aguas Antofagasta y Techo Chile), quienes detectaron 19 desafíos que estaban sin solución dentro de sus instituciones.

Tras la detección de las problemáticas, estudiantes de enseñanza media y superior de la ciudad postularon sus soluciones a través de una plataforma especialmente diseñada para ello, en la que estaban descritos los desafíos y se entregaban los datos de contacto de la persona a cargo en cada institución, con la finalidad de que los estudiantes pudieran comunicarse con ellos y resolver dudas. Tras la postulación de más de 200 ideas, se seleccionaron las 27 mejores de cada línea (escolar y universitaria), quienes pasaron a una fase de talleres que se transmitieron en vivo para que las personas que no se encontraban en la ciudad puedan participar.

La etapa siguiente fue el Bootcamp de emprendimiento, un campamento de dos días donde los estudiantes desarrollaron sus prototipos, recibieron asesoría de expertos en diferentes áreas, participaron de talleres y charlas.

Tras el Bootcamp, se realizó una feria para mostrar el trabajo realizado, clasificándose los nueve mejores equipos de cada línea. Estos equipos participaron en talleres de Pitch. Adicionalmente, los equipos compuestos por estudiantes universitarios fueron parte de un taller de Crowdfunding, pues parte de la etapa final estaba destinada al levantamiento de capital por esta vía no tradicional. Finalmente, tres equipos de cada línea fueron premiados con dinero para continuar el trabajo y un pase al programa de aceleración del Laboratorio USQAI UCN.

Se espera que todos estos avances en la universidades impacten en el desarrollo emprendedor de los estudiantes universitarios.

Por otro lado, en relación a las instituciones de educación técnico-profesional, se debe destacar que a partir de 2017, tendrán la obligatoriedad de impartir 72 horas anuales de la asignatura "Emprendimiento y Empleabilidad" dentro de la malla curricular[9]. Se espera que esta exigencia impacte en la formación emprendedora de estos estos estudiantes y sea percibido por los expertos quienes deberían mejorar sus percepciones en los próximos años.

Lo que continúa siendo valorado con un porcentaje mayoritario de "desacuerdo" son los niveles inferiores de educación, es decir la enseñanza primaria y secundaria. Desde la perspectiva de los expertos, tanto en la educación primaria como en la media no se da suficiente atención a temas vinculados con el espíritu emprendedor ni a la economía de mercado. Estas dos categorías son las que tienen los niveles más altos de "desacuerdo" llegando hasta un 98% y un 95% respectivamente y estos porcentajes han aumentado en comparación con el año 2016 (Figura 38). En estos niveles de educación, la única categoría que ha aumentado el porcentaje de "acuerdo" es aquella vinculada al estímulo de la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa

[9] Ver http://bcn.cl/1v8r0 452 del Mineduc; http://bcn.cl/1v8r3 modificación del decreto 452

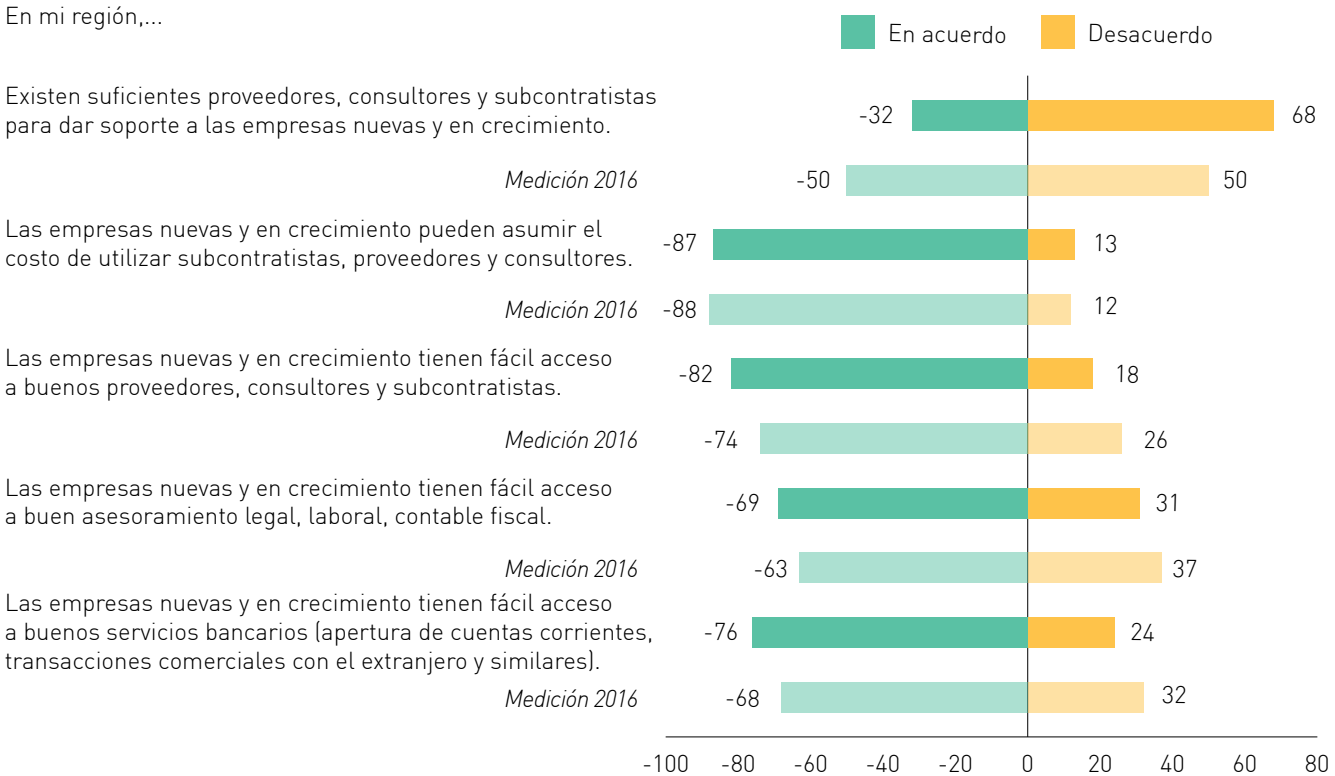
personal que ha pasado de un 8% a un 15% en el mismo período (Figura 38), resultado relativamente alentador vinculado a la enseñanza primaria y secundaria.

Como se menciona en los informes anteriores, pese a la evaluación negativa de las instituciones de enseñanza básica y media, existen algunos colegios que continúan incorporando talleres y cursos vinculados al emprendimiento como el Giant School, Netland School, San Esteban, Colegio don Bosco, con importantes resultados en términos de desarrollo de la actitud emprendedora. También ha habido intervenciones de programas de algunas unidades universitarias que han estado trabajando en los últimos años con escolares de diferentes liceos de varias comunas de la región como es el caso del proyecto Innova2 de la Universidad Católica del Norte, y el proyecto E2 Club que desarrolla la Universidad de Antofagasta. Estas iniciativas, si bien no están incorporadas en las mallas de estas instituciones educativas, contribuyen a desarrollar la iniciativa emprendedora y la creatividad de los estudiantes de la enseñanza básica y media.

4.3.5. Infraestructura Comercial y legal (Evaluación: -0,6)

Esta dimensión es la quinta en obtener una valoración negativa de parte de los expertos regionales (-0,6). Comparada con el año anterior, la evaluación no ha cambiado. La categoría mejor evaluada y que además ha aumentado la proporción de respuestas "de acuerdo" con respecto al año anterior, es la vinculada a la existencia de proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento. Esta categoría ha pasado de un 50% a un 68% de respuestas "de acuerdo" en 2017 (Figura 39). Sin embargo, pareciera ser que el costo de las mismas es demasiado alto que las empresas nuevas o en crecimiento no pueden acceder. No solamente es el costo que no pueden pagar estas empresas sino que tampoco son de fácil acceso. Estas dos categorías, han sido las peores evaluadas con apenas un 13% y un 18% de respuestas "de acuerdo" respectivamente (Figura 39).

Figura 39. Evaluación de la infraestructura comercial y legal



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2017.

Otra de las categorías con baja proporción de respuestas "de acuerdo" se vincula con el fácil acceso a un buen asesoramiento legal laboral, contable y fiscal y a buenos servicios bancarios en general. Estas dos categorías han disminuido su porcentaje de respuestas "de acuerdo" de un 37% aun 31% en 2017 y de un 32% a un 24% en el mismo período respectivamente (Figura 39). La evaluación de los expertos nacionales sobre este mismo aspecto, refleja que la dificultad de acceder a servicios profesionales especializados no se da solo en la Región, sino también a lo largo del país. Todos estos aspectos contribuyen a que la valoración de los expertos sea negativa (Figura 39) y ponen en primer plano la necesidad de promover proyectos que fortalezcan y diversifiquen la oferta de estos servicios avanzados.

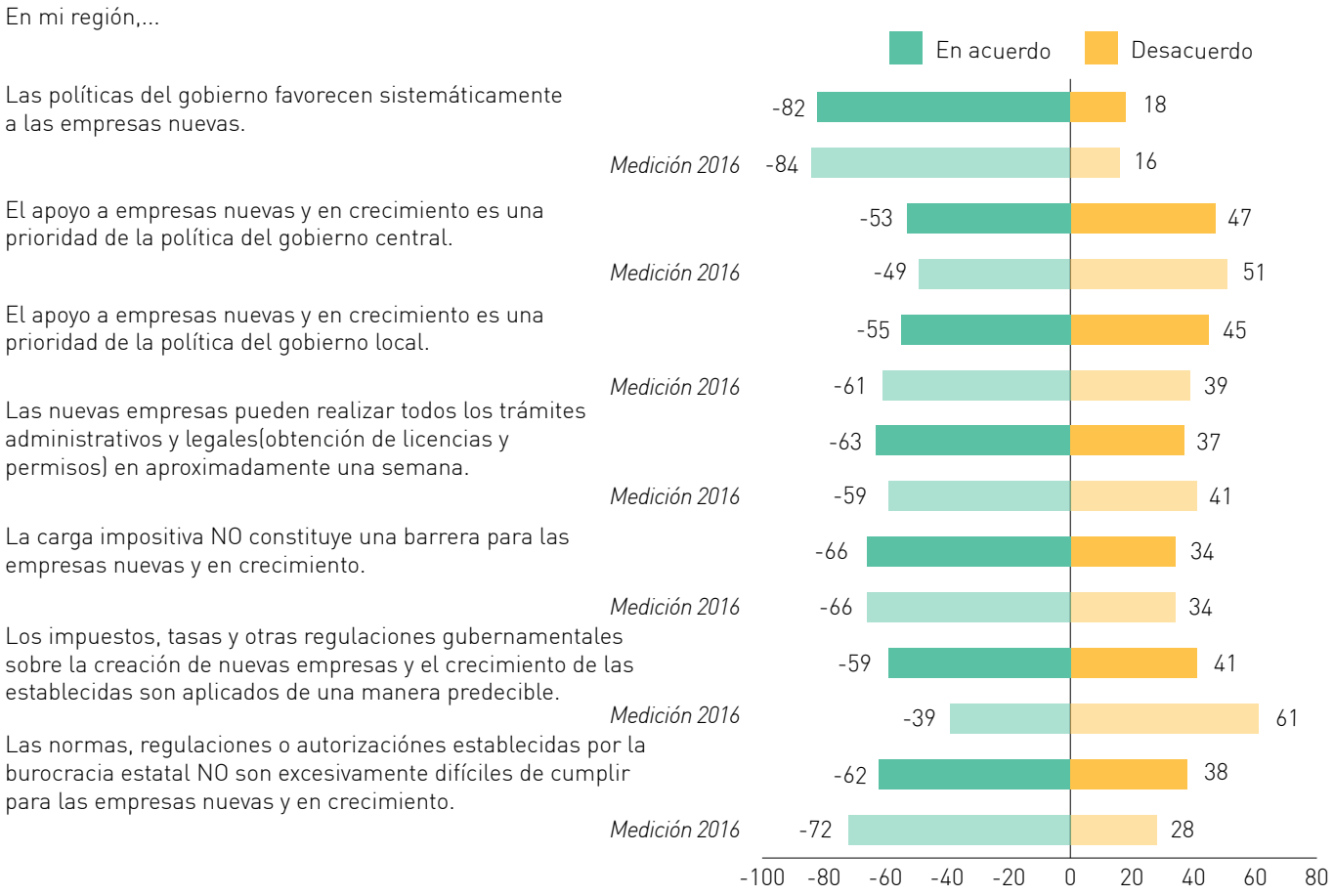
4.3.6. Políticas de Gobierno (Evaluación: -0,5)

Esta dimensión también ha tenido una evaluación negativa (-0,5) en 2017 y en comparación con el año anterior es aún más negativa (-0,3). La evaluación de esta dimensión pese a que siempre fue negativa, alcanzó un -0,15 (media baja) en 2013. Posteriormente, las evaluaciones fueron más negativas. La valoración de los expertos nacionales es muy próxima a la de los regionales en esta dimensión (Figura 33).

En esta dimensión, la categoría peor evaluada es aquella que señala que las políticas de gobierno favorecen sistemáticamente a las empresas nuevas. En esta categoría, el porcentaje de respuestas "de acuerdo" apenas llega al 18% de los expertos (Figura 40). Otra de las categorías que ha disminuido significativamente el porcentaje de respuestas "de acuerdo" es aquella vinculada a la aplicación de las regulaciones gubernamentales a la creación de empresas y al crecimiento de las establecidas. Esta proporción ha caído de un 61% a un 41% de respuestas "de acuerdo" por parte de los expertos (Figura 40). En esta misma línea la proporción de expertos que consideran que el apoyo a la creación de nuevas empresas es una prioridad de la política del gobierno ha disminuido de un 51% a un 47%. Mientras que ha aumentado significativamente, el porcentaje de expertos que considera que los trámites burocráticos no representan una especial dificultad, de un 28% a un 38%, pese a que todavía la mayoría de los expertos opina lo contrario (Figura 40).

Las valoraciones del año 2017 podrían haber estado influidas por los resultados del Doing Business 2018 donde Chile perdió muchas posiciones (14), pasando al puesto 55 de 113 países que participaron en el ranking 2017. Por otro lado, es importante señalar que también existe la posibilidad de abrir la empresa en un día, gracias a la Ley 20.659 del 8 de febrero de 2013 que simplifica la constitución de sociedades a costo cero. Con esta última medida, sin duda, se crearán más empresas y la percepción de esta categoría para los próximos años debería mejorar su valoración, así como la visión de la categoría relacionada con los trámites burocráticos y obtención de licencias, donde el 62% considera que todavía es una barrera para la creación de empresas (Figura 40).

Figura 40. Evaluación de las políticas de gobierno existentes



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2017.

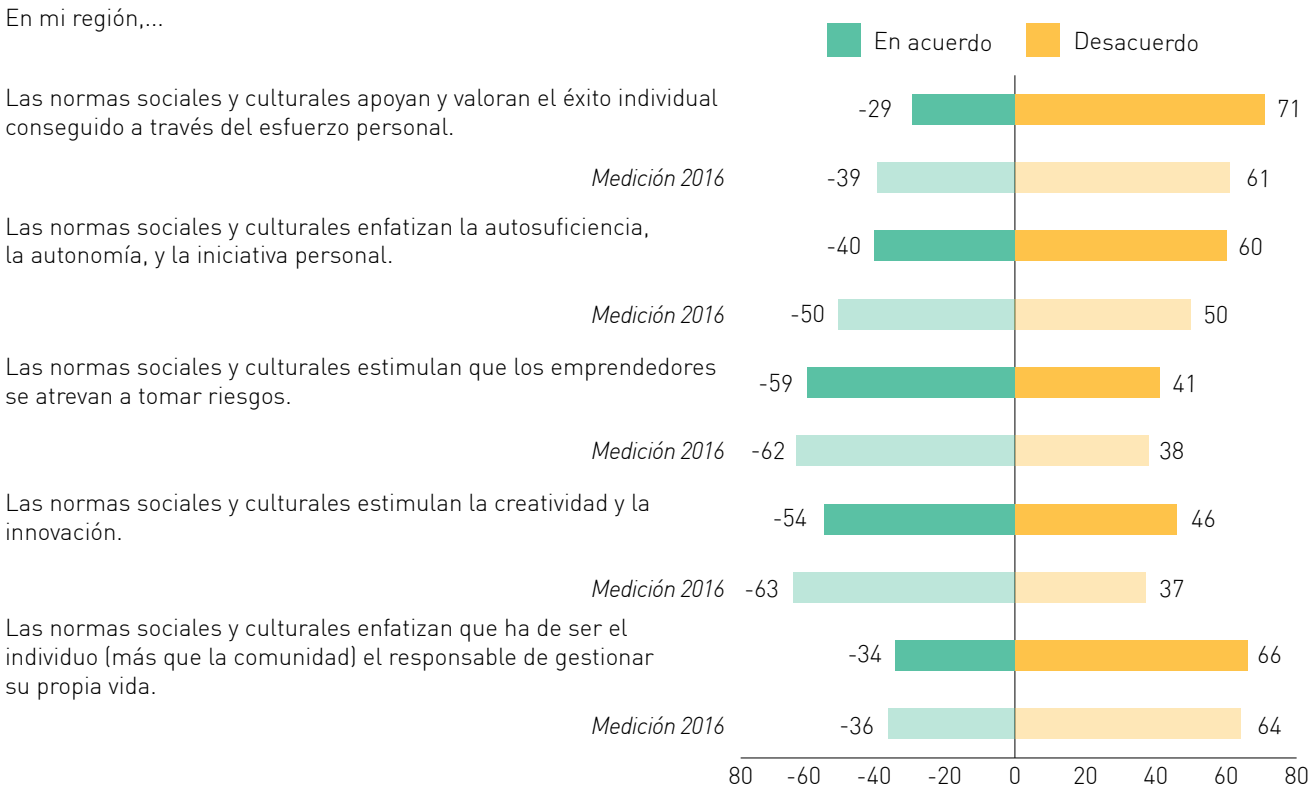
Es importante señalar que el nuevo gobierno del presidente Piñera, en su primer año de gobierno ha implementado la reforma tributaria para las Pymes. Todavía no está clara su aplicación, pero se espera que esta reforma sea favorable para el desarrollo de las empresas de menor tamaño y su impacto sea percibido por los expertos en los próximos años.

4.3.7. Normas Sociales y Culturales (Evaluación: 0,2)

Esta dimensión, ha sido una de las que ha mejorado su evaluación significativamente a lo largo de los once años que se está realizando el estudio. Ha pasado de tener una valoración crítica (-1) en el año 2007 a una valoración media positiva (0,2) en 2017. Si comparamos la valoración de los expertos regionales con los del conjunto del país, la evaluación de nuestros expertos es ligeramente más favorable (Figura 33)

En 2017, todas las categorías de esta dimensión mejoraron los porcentajes de respuestas "de acuerdo" de los expertos, destacando aquellas vinculadas al individuo, sus capacidades personales y su esfuerzo. Un 71% de los expertos regionales considera que la cultura regional valora el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal y un 60% enfatiza la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal (Figura 41). Estas dos categorías han aumentado diez puntos porcentuales con respecto a las evaluaciones obtenidas en 2016.

Figura 41. Evaluación de las normas sociales y culturales



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2017.

En esa misma línea, un 60% de los expertos señala que la cultura regional enfatiza a la persona como el responsable de gestionar su propia vida. Otra de las categorías que también ha mejorado en la proporción de respuestas "de acuerdo" es aquella relacionada con que la cultura regional estimula la creatividad y la innovación. Esta categoría ha pasado de un 37% en 2016 a un 46% en 2017, pese que hay un porcentaje superior al 50% que opina lo contrario.
Sin duda, en todas las categorías antes mencionadas, ha influido la presencia en los medios de comunicación de historias de emprendedores exitosos que cada vez son más frecuentes, así como de los programas orientados al fomento del emprendimiento y desarrollo de la actitud emprendedora, que han aumentado considerablemente en estos últimos años.

La categoría que está al debe desde la perspectiva de los expertos es aquella vinculada con la toma de riesgo. Un 59% de los expertos considera que la cultura regional no estimula a los emprendedores a tomar riesgos (Figura 41). Este es una aspecto cultural no solo en la región sino que se da a lo largo de todo el país. La cultura chilena es adversa al riesgo/incertidumbre (Hofstede, 2001; OECD, 2016). Pese a que los emprendedores más jóvenes son más osados, todavía es un tema cultural que puede demorar muchos años en cambiar.

En esta dimensión, es importante destacar el surgimiento de la Alianza Antofagasta, como un esfuerzo público privado para fomentar el emprendimiento y la innovación social. El cuadro 7 resume sus principales objetivos y alcances.

Cuadro 7. Alianza Antofagasta: Emprendimiento e Innovación Social

Antofagasta, mundialmente reconocida cuando se habla de minería, es también un referente en ámbitos tan diversos como la astronomía y la energía solar. Enclavada en el desierto de Atacama, es sin lugar a dudas la tierra de las oportunidades y un lugar de excepción para hacer florecer un nuevo desarrollo.

En este contexto, nace la Alianza Antofagasta; instancia que agrupa a diversos actores de la ciudad en torno a la generación colectiva de conocimiento, siendo un potente esfuerzo público y privado para potenciar ese nuevo desarrollo. Cada uno de los actores –hoy 42 instituciones- desde sus diferentes roles y objetivos se unen por un propósito común: generar una mirada constructiva, colaborativa y reflexiva con el espíritu de promover un espacio de diálogo entre actores diversos para potenciar la innovación social de forma transversal como modelo de desarrollo.

Su objetivo es inspirar a los ciudadanos, encauzar esfuerzos colectivos con focos transformadores y efectos duraderos en el tiempo. Igualmente, motivar políticas que trasciendan gobiernos e instituciones, alinear programas y recursos. Para ello la Alianza Antofagasta ha potenciado espacios de convergencia donde el capital social maximiza su efecto multiplicador para transitar hacia una posición ventajosa en la generación de conocimiento, que permita el desarrollo sostenible a partir de las oportunidades que la Región ofrece.

Su accionar -marcado en su inicio por un Pacto de colaboración firmado en diciembre del 2015 entre 27 instituciones- se ha sostenido durante tres años por el espíritu de los distintos actores, quienes, basados en la confianza, avanzan hacia la construcción de redes de largo plazo y motivados por potenciar a la **Región de Antofagasta como un referente de Innovación**.

La Alianza es entendida por las organizaciones que participan de ella como una herramienta de cambio cultural con la capacidad de generar puentes de colaboración que contribuyan a disminuir las asimetrías existentes en nuestra sociedad y generar una relación virtuosa entre empresas, instituciones, emprendedores y agentes de cambio.

El trabajo de la Alianza como ente articulador, convocante y motivador ha potenciado el dialogo entre pares improbables logrando en su primera etapa alcanzar altos grados de confianza que han permitido generar consensos y accionar colaborativamente. Construyendo así el necesario capital social, como factor clave para darle sustentabilidad a largo plazo.

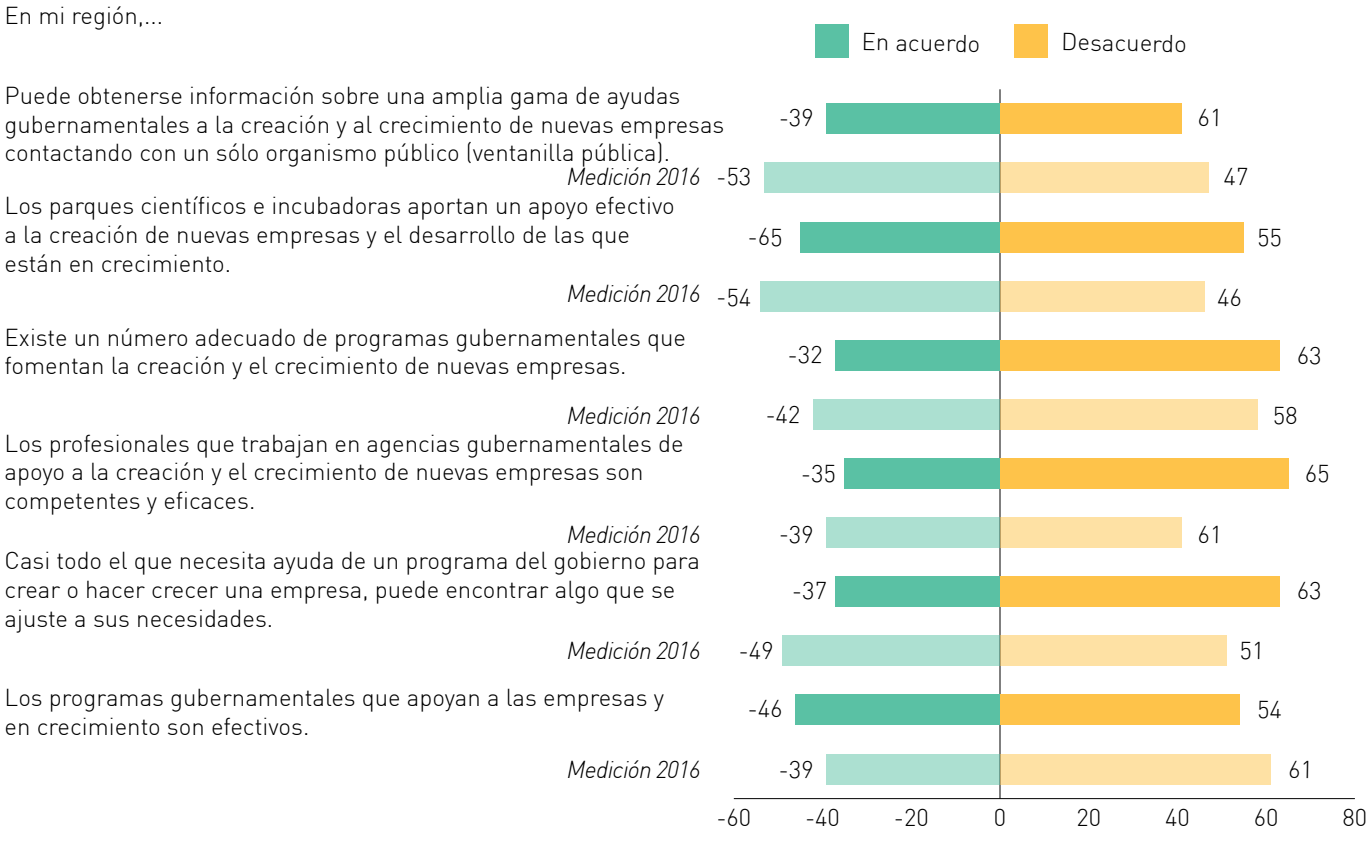
Las acciones de la Alianza tienen como marco sus pilares estratégicos: fortalecer el **Orgullo por Antofagasta** en la ciudadanía y potenciar una **Cultura pro Innovación** en el sistema educativo. Abordándose ambos desde la colaboración como método de trabajo. Lo anterior se ha materializado en el diseño del plan **"Relato Antofagasta"** y en la ejecución de los **"Encuentros: Educación para Innovar"** permitiendo alcanzar objetivos concretos y superiores a cada institución para potenciar la formación, atracción y retención del talento innovador que la Región requiere para su desarrollo.

4.3.8. Programas de Gobierno (Evaluación: 0,3)

Esta dimensión es otra de las que ha evolucionado favorablemente en su evaluación a lo largo de estos años. En 2007, tuvo una valoración negativa, un -0,7 (baja), y en los años subsiguientes mejoró hasta alcanzar una valoración media positiva de un 0,1 en 2014. Sin embargo, en 2015, la valoración alcanzó un -0,3 (media negativa) y los dos últimos años ha tenido valoraciones positivas. En 2017, tuvo una valoración de 0,3 (media positiva), ligeramente superior a la obtenida en 2016 (0,1). Los expertos nacionales han sido más críticos en la evaluación de esta dimensión que los regionales (Figura 33).

Con excepción de la categoría que hace mención a la efectividad de los programas de gobierno que ha disminuido en el porcentaje de respuestas "de acuerdo" de un 61% a un 54% en 2017, el resto ha mejorado porcentualmente sus valoraciones con respecto al año anterior (Figura 42). La categoría que ha tenido un incremento más significativo es la relativa a la obtención de información a través de una ventanilla única pasando de un 47% en 2016 a un 61% en 2017. Pese a que todavía existe mucha información dispersa, se está logrando reunir dicha información en un solo edificio como es el de CORFO donde se encuentran también las oficinas de Sercotec y el Centro de Desarrollo de Negocios, siendo las dos primeras las que centralizan la mayor cantidad de programas de fomento para el emprendimiento. La siguiente categoría cuya valoración se ha incrementado significativamente, tiene que ver con la cantidad de programas que existen, pasando de un 51% a un 63% en 2017 (Figura 42).

Figura 42. Evaluación de los programas de gobierno para el emprendimiento



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2017.

Desde la perspectiva de los expertos, casi todo el que necesita ayuda para crear o hacer crecer su empresa puede encontrar algún programa que se ajuste a sus necesidades. Este punto es importante porque actualmente hay más de 100 programas de apoyo a la empresa, muchos de los cuales son parecidos, por lo que uno de los objetivos del nuevo gobierno es reducir la cantidad de programas y dejar solo aquellos que tienen una mayor efectividad con respecto a los objetivos para los cuales fueron creados.

Es importante señalar en esta dimensión la labor desempeñada por el Centro de Desarrollo de Antofagasta, creado en 2015 y que ha tenido una buena acogida por parte de los emprendedores y las pequeñas empresas fundamentalmente. En el siguiente cuadro podemos ver algunos de sus indicadores de desempeño y sus principales desafíos para 2018.

Cuadro 8. Centro de Desarrollo de Negocios (CDN) - Antofagasta

El CDN es un programa de Sercotec que es operado por la Universidad Tecnológica de Chile, INACAP, desde el 27 de febrero de 2017. Otorga asesoría técnica y administrativa sin costo a emprendedores, micro y pequeños empresarios, entregándoles herramientas de gestión de negocios y generando impacto económico positivo en el desarrollo económico de las provincias de Antofagasta y Tocopilla.

A mayo del año 2018, el Centro ha contado con más de 3.500 asistentes a capacitaciones realizadas tanto en el Centro como en la Sede Antofagasta de INACAP. A su vez, más de 600 micro y pequeñas empresas han sido asesoradas de manera personalizada por los profesionales del Centro y otros asesores especializados, en temas como formalización, plan de negocios, imagen, temas jurídicos, legales, recursos humanos y financieros y prevención de riesgos, entre otros.
Producto de estos servicios, 200 empresas han logrado aumentar sus ventas, superando los MM$2.300 de pesos. Se han generado más de 100 nuevos puestos de trabajo y MM$227 de pesos en inversión y financiamiento privado. Todo ello, gracias a las gestiones de los profesionales de INACAP que trabajan en dicho Centro.
Entre las actividades de capacitación sin costo que ha desarrollado el Centro, destacan: talleres temáticos, charlas brindadas por representantes de diferentes instituciones ligadas al ecosistema del emprendimiento, seminarios, escuelas de Alfabetización Digital, ruedas de negocios, ferias de emprendimiento, escuelas de fortalecimiento empresarial femenino y escuelas de inglés para emprendedores.
Por otra parte, tanto estudiantes como académicos de diferentes universidades participan en el Centro realizando seminarios de título y asesorías a empresas clientes del Centro en ámbitos como recursos humanos, clínicas jurídicas, imagen corporativa, marketing, estudios de mercado, temas financieros, entre otros. Ello les ha permitido tomar contacto directo con cada empresario y entregando soluciones a las problemáticas planteadas.

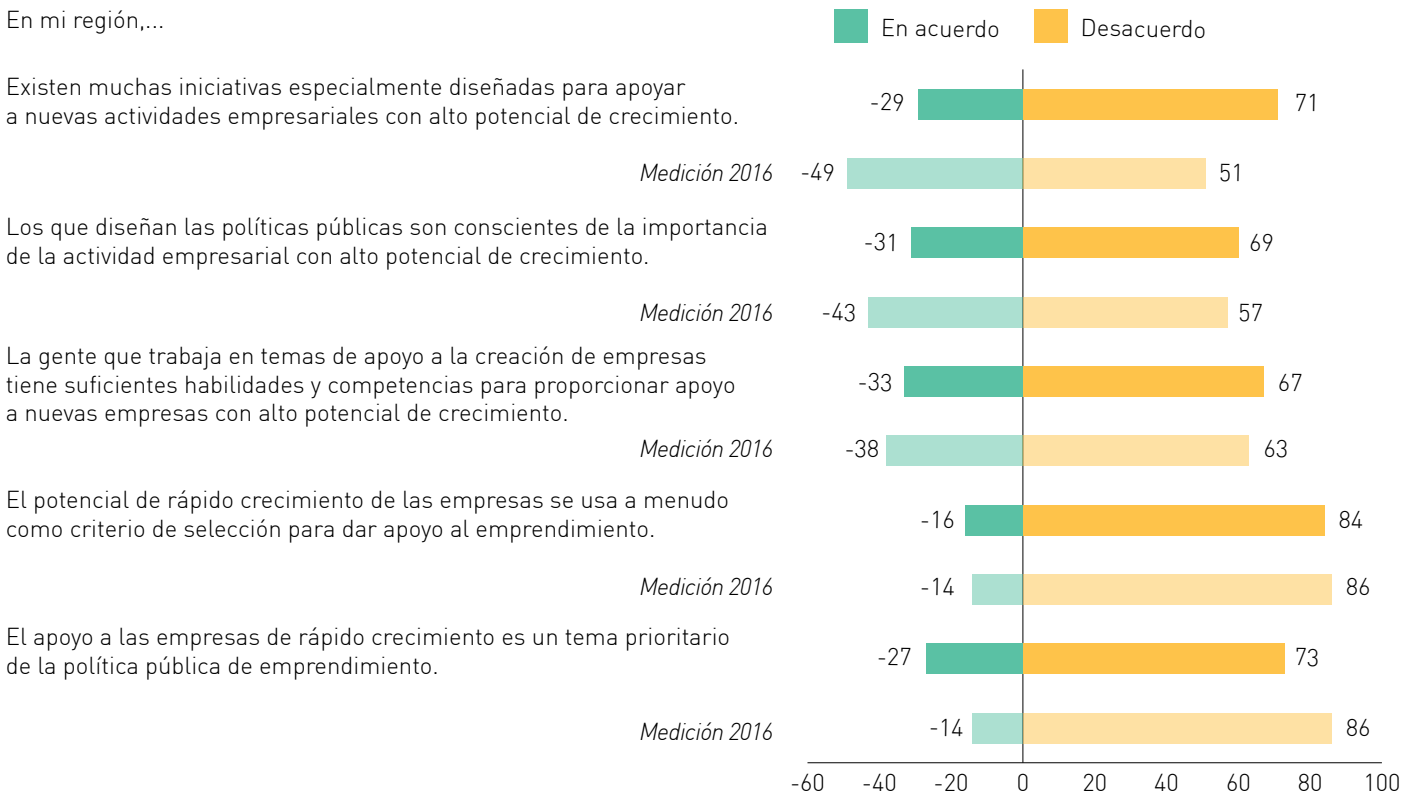
A su vez, el Centro ha gestionado con sus socios estratégicos aportes por más de MM$75 y establecido alianzas con diversos organismos tales como municipalidades, asociaciones de emprendedores, cámaras de comercio, organismos públicos, centros de apoyo al emprendimiento, bancos, cowork y asociaciones de industriales que van en directo beneficio de emprendedores, micro y pequeñas empresas.

Por otro lado, como se mencionó en el reporte anterior (Romaní y Atienza, 2017), uno de los aspectos que más influyen en el dinamismo emprendedor de una región/país es el apoyo a las empresas con alto potencial de crecimiento y que sean escalables, porque son las que generan mayor impacto en la economía ya sea por la generación de empleo o por su capacidad exportadora. Por ello, en este informe también se incorpora la percepción de los expertos respecto al apoyo que reciben de parte del gobierno este tipo de empresas. Esta dimensión tiene cinco categorías, y los resultados en 2017 revelan que hay tres que han mejorado la

valoración con respecto al año anterior. Entre ellas destacan la existencia de muchas iniciativas diseñadas para apoyar a empresas con algo potencial de crecimiento y la existencia de una mayor conciencia por parte de los diseñadores de la política pública sobre la importancia de la actividad empresarial de alto potencial de crecimiento, estas dos categorías han incrementado significativamente el porcentaje de respuestas "de acuerdo" pasando de un 51% a un 71% y de un 57% a un 69% respectivamente entre 2016 y 2017 (Figura 43).

Un resultado que llama la atención, es la disminución del porcentaje de respuestas "de acuerdo" con respecto a la prioridad de las empresas de rápido crecimiento en la política pública. Esta categoría ha pasado de un 86% a un 73% entre el año 2016 y 2017. A pesar de tener un alto porcentaje de respuestas afirmativas, no deja de preocupar la disminución de más de 10 puntos porcentuales ya que para un 27% de los expertos el apoyo del gobierno a este tipo de empresas no es prioritario.

Figura 43. Apoyo al crecimiento



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2017.

En ese contexto es importante señalar la labor que está teniendo en la región Endeavor Atacama, una organización sin fines de lucro que vela por el desarrollo de las empresas de alto impacto (ver cuadro 9).

Cuadro 9. Endeavor Atacama en la región

Desde hace 20 años, Endeavor –organización presente en 30 países-, ayuda a los emprendedores a escalar sus empresas, a través de asesoría estratégica, mentoría, acceso a redes, talento, habilidades, capital inteligente e inspiración. Todo ello con el fin de impactar positivamente el desarrollo económico de los países y promover la generación de empleos. Endeavor Chile abrió oficinas en Santiago en 1998 y ya cuenta con un portafolio de 150 emprendedores. En 2012, abrió la oficina de Antofagasta, haciéndose cargo de las necesidades de los emprendedores de la zona norte, con foco en proveedores de la minería. La misión de esta oficina siempre ha sido apoyar a los emprendedores a expandirse y crecer, conquistar nuevos mercados y nuevas industrias.

Actualmente la Red de emprendedores ligados a Endeavor Atacama está compuesta por 18 emprendedores de 10 empresas, localizados geográficamente en la Región de Antofagasta, Tarapacá y Metropolitana. Dentro de sus rubros contamos con emprendedores de las áreas de software para la minería, plataformas de Inteligencia Artificial (IA), Biotecnología, Nanotecnología, eficiencia en procesos de lixiviación, optimización en el traslado de materiales, diseño y fabricación de maquinaria para la mantención de equipos mineros, soluciones para el control de la polución y de bombeo sustentable para la industria.

Durante los últimos años, su foco se ha puesto en el crecimiento y expansión de sus emprendedores a diferentes países. Debido a lo anterior, han desarrollado un programa de levantamiento de capital, apoyando a todos los emprendedores en el proceso de preparación para el financiamiento a través de capitales de riesgo. En el foco de internacionalización, se desarrollaron dos programas con el apoyo de CORFO. Primero, el Programa de Prospección donde participaron más de 10 empresas que tuvieron la posibilidad de prospectar mercado y clientes en Australia y, segundo, el Programa de Nivelación de Capacidades, donde las empresas participantes fueron preparadas en habilidades, estructura y conocimientos para entrar al mercado australiano.

Durante los seis últimos años Endeavor Atacama ha apoyado e inspirado a múltiples emprendedores en etapas iniciales por medio de una actividad gratuita anual denominada "Experiencia Endeavor Atacama", instancia de relacionamiento, inspiración y aprendizaje, que está compuesta por tres etapas. Endeavor Talks, con expositores nacionales e internacionales que cuentan su experiencia emprendedora para inspirar a emprendedores en etapas más tempranas. Endeavor Connects, mesas de conversación con emprendedores y mentores de nuestra Red, donde se puede conversar sobre temáticas específicas de acuerdo a la expertise del mentor. Finalmente, Endeavor Mentoring, instancia de mentoría individual con mentores y emprendedores Endeavor, en la que se conversan temáticas relativas al emprendimiento y se reciben consejos por parte de la Red. Sólo en la versión 2017 se contó con más de 500 asistentes, 4 horas de inspiración para la comunidad, 15 mesas de conversación y 40 sesiones de mentoría para los emprendedores locales.

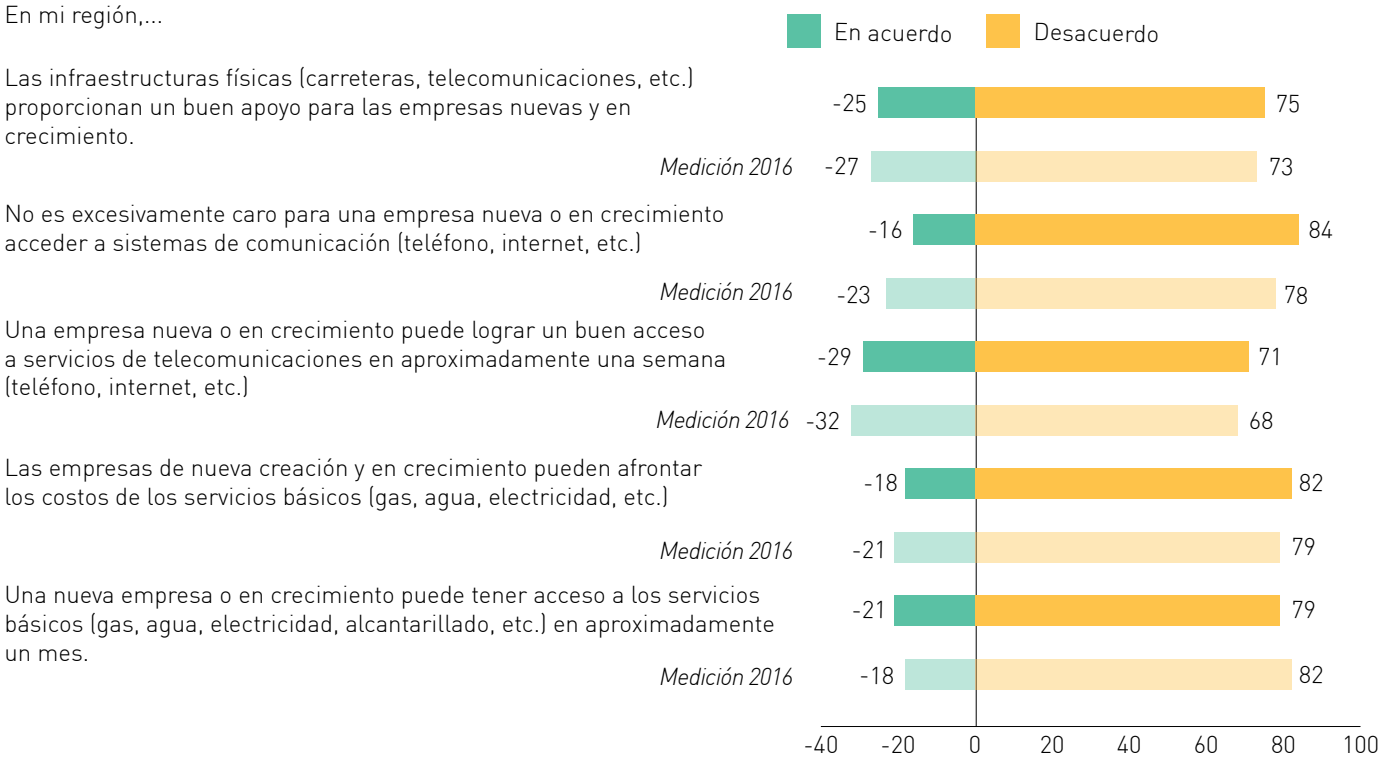
Actualmente la misión de Endeavor es continuar apoyando a los emprendedores con servicios de alta calidad, apoyándolos en su crecimiento. También se apuesta por la globalización de sus empresas, entregándoles las herramientas necesarias para hacer que este paso sea lo más fluido posible por medio de su Red global. Finalmente, la red espera aportar e influir en una agenda de transformación digital, adaptación en procesos por gran parte del mundo minero, para que sus emprendedores logren un nivel de servicios y productos acordes a lo requerido por los principales clientes.

4.3.9. Acceso a infraestructura física (Evaluación: 1,0)

La evaluación de esta dimensión siempre ha sido buena, la primera vez que se realizó el estudio, tuvo una valoración media alta, un 0,3. En los años siguientes, la valoración de los expertos regionales fue mejorando hasta alcanzar una valoración alta de un 1,14 en 2013 y en los años posteriores ha fluctuado entre valoraciones de 0,9 y 1,0. En 2017, tuvo una valoración alta, un 1,0 (Figura 44). Comparado con el conjunto del país, los expertos nacionales han valorado mejor esta dimensión (Figura 33).

Con excepción de la dimensión vinculada al acceso de servicios básicos en un mes, que ha bajado ligeramente la valoración, las otras cuatro categorías han incrementado el porcentaje de respuestas "de acuerdo". Entre ellas, destaca la categoría relacionada con el acceso a los sistemas de comunicación, el acceso a los servicios básicos, donde un 84% y un 82% de los expertos afirma que no es excesivamente caro el acceso a la comunicación y a los servicios básicos (Figura 44). Porcentajes menores, como un 71% y un 75% de los expertos regionales destacan que la infraestructura física proporciona un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento y que éstas pueden acceder a servicios de telecomunicaciones en una semana (Figura 44).

Figura 44. Evaluación del acceso a infraestructura física



Fuente: GEM Encuesta a expertos Región de Antofagasta 2017.

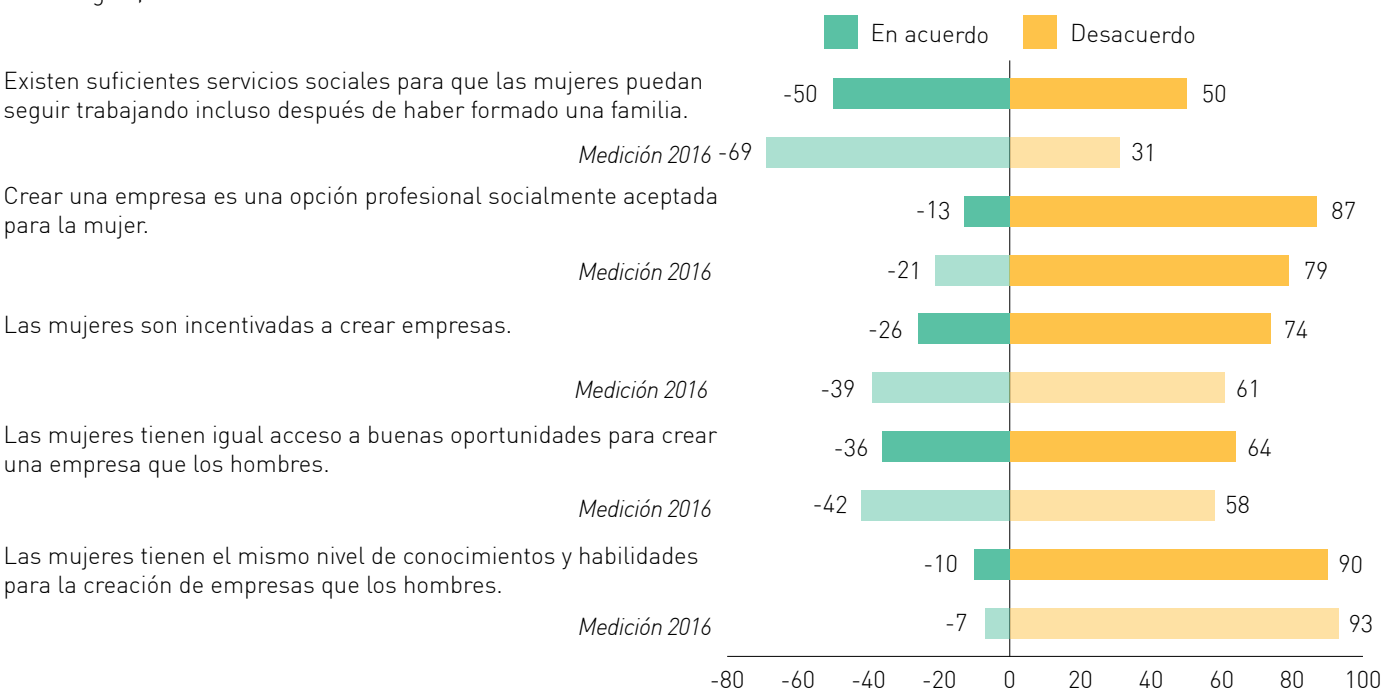
En este contexto, es importante destacar que en la ciudad de Antofagasta hay a lo menos cuatro espacios de trabajo colaborativo en donde los emprendedores pueden reunirse a trabajar en sus proyectos, generando ideas de negocios con otros emprendedores, haciendo redes, o simplemente compartiendo sus experiencias, en estos espacios los emprendedores encuentran los servicios básicos como acceso a Internet, entre otros. Estos espacios acogen a diferentes tipos de emprendedores, el Espacio Atacama por ejemplo es un co-work para emprendedores cuyos proyectos tienen potencial de crecimiento y son escalables. El Espacio de Innovación Social, acoge a los emprendedores sociales, y también está MataPrat, que es un espacio para

emprendedores orientados a la industria creativa y el recientemente inaugurado USQAI que es un espacio de colaboración y co-creación para los estudiantes de la Universidad Católica del Norte.

4.3.10. Apoyo a la Mujer

Como todos los años, la encuesta a expertos también incorpora una dimensión relacionada con aspectos de oportunidad de las mujeres en actividades emprendedoras, con cinco categorías. Cuando se inició este estudio, en 2007, un 31% o más de los expertos regionales tenía una percepción "en desacuerdo" en todas las categorías de esta dimensión. En 2017, la percepción sobre estas categorías han mejorado significativamente (Figura 45). Cuando se compara con el año 2016, apenas una categoría ha disminuido la proporción de respuestas "de acuerdo", se trata de aquella vinculada al conocimiento y las habilidades que tienen las mujeres para la creación de empresas que ha pasado de un 93% a un 90% de respuestas afirmativas (Figura 46), de cualquier forma, solo un 10% de expertos en esta categoría opina lo contrario. En las demás categorías, se ha registrado un incremento en la proporción de respuestas, siendo la más significativa la relacionada con los servicios sociales que permiten a las mujeres seguir trabajando incluso después de haber formado una familia, que ha pasado de un 31% a un 50% en 2017. Otra categoría que también ha tenido un incremento considerable es aquella vinculada a los incentivos para las mujeres a la creación de empresas, esta categoría ha pasado de un 61% a un 74% de respuestas "de acuerdo" en 2017, seguido de la creación de una empresa como una opción socialmente aceptada para una mujer, que ha pasado de un 79% a un 87% de respuestas afirmativas en ese mismo período (Figura 45). Sin duda en estos resultados ha influido la instalación en la agenda pública y privada de la equidad de género. Solo a modo de ejemplo, el SERNAM que antes era el Servicio Nacional para la Mujer ahora ha pasado a ser parte del Ministerio de la Mujer y Equidad de Género, que tiene como objetivo promover la equidad de género, la igualdad de derechos y la eliminación de la discriminación a las mujeres. Este ministerio empezó sus funciones en junio de 2016.

Figura 45. Apoyo a la mujer



Fuente: GEM Encuesta a Expertos Región de Antofagasta 2017.

5. Reflexiones en torno al emprendimiento en la Región

Este décimo primer informe resume la actividad emprendedora en la Región de Antofagasta, Chile correspondiente al año 2017. Un año marcado por el cambio de gobierno; por diversas actividades de emprendimiento e innovación organizadas por instituciones públicas, privadas y educativas; y por una situación económica todavía no recuperada de la desaceleración de la economía iniciada a fines del año 2012, con precios del cobre que fueron cayendo lentamente, hasta situarse en menos de dos dólares la libra a finales del año 2016 pero recuperándose hasta casi alcanzar los tres dólares al final del 2017.

La actividad emprendedora en la región continúa por encima del 20%, pese a que en 2017 disminuyó a un 23,8% debido a la caída de la tasa de emprendedores nacientes más que proporcional al aumento de los nuevos empresarios. La tasa de actividad emprendedora de los establecidos ha subido ligeramente, con lo cual ha habido una leve disminución de la brecha entre etapas del proceso emprendedor. En esta misma línea, destaca también la disminución del emprendimiento de mujeres en etapas tempranas de un 23,2% a un 21,1%, mientras que la tasa de las establecidas ha tenido un leve aumento de un 3,8% a un 4,3%, produciéndose una ligera disminución en la brecha del proceso emprendedor de las mujeres, pese a que continua la brecha de género. El hecho de que la brecha entre etapas del proceso emprendedor se haya reducido es un resultado alentador en términos de sostenibilidad de los emprendimientos en el tiempo sobre todo si esta tendencia continua en los próximos años. Sin duda, este es uno de los principales desafíos de la Región: Lograr la sostenibilidad de los emprendimientos en el tiempo y esto tiene que ver con el tipo de empresas que se están creando. En este sentido, es importante desarrollar una red de mentores que sean capaces de acompañar a los emprendedores una vez que hayan creado una empresa. La mentoría es clave para los emprendedores en etapas tempranas, así como los espacios de trabajo colaborativo como Espacio Atacama, Espacio de Innovación Social y el USQAI-UCN entre otros, porque dan a los emprendedores la oportunidad de juntarse para discutir y compartir sus ideas de negocio. En esta misma línea, el Centro de Desarrollo de Negocios está haciendo un trabajo interesante de capacitación gratuita en diferentes temáticas, por lo que se espera que todas estas iniciativas y espacios de trabajo colaborativo contribuyan a disminuir la brecha entre los grupos de emprendedores.

En cuanto a la motivación del emprendimiento, ha habido una disminución de la tasa de emprendimiento en etapas iniciales por oportunidad mientras que la tasa por necesidad ha aumentado ligeramente, por lo que la región ha dejado de tener la tasa más alta de emprendimiento por oportunidad y la más baja por necesidad cediendo ese puesto a las regiones de Aysén y O´Higgins respectivamente. El hecho de que haya aumentado el emprendimiento por necesidad es una señal de alerta que podría estar relacionado con la coyuntura económica por la que está atravesando la región y el país, y esto se ve reflejado también en el aumento del desempleo y por consiguiente el incremento del autoempleo. Este último se ha incrementado significativamente entre los emprendedores independiente de la etapa en que se encuentren, llegando a representar el 52% de los emprendedores en etapas iniciales y el 84,4% de los establecidos. Estos resultados sin duda repercuten en la calidad del emprendimiento y su sostenibilidad en el tiempo.

Por otro lado, tenemos cada vez más emprendedores con mejores niveles de educación, aunque parece que su nivel educativo todavía no está repercutiendo en el tipo de emprendimiento ni en la calidad del mismo. La mayoría de los emprendimientos están orientados al consumidor final con bajo valor agregado y muy poca diferenciación. Este es otro de los grandes desafíos que tiene la región, el cómo hacer que los emprendedores con mejores niveles educativos inicien empresas en sectores diferentes al comercio o al sector de servicio a personas y creen empresas con mayor valor agregado que sean escalables. Este es un gran reto para las universidades de modo que motiven a sus estudiantes a crear empresas, pero en ámbitos más desafiantes acordes con su nivel educativo, emprendimientos de alto impacto, con valor agregado y escalables.

La valoración social hacia el emprendimiento continúa siendo positiva en algunas dimensiones, como iniciar un nuevo negocio como una buena opción de carrera (70,9%), así como la presencia en los medios de comunicación de historias de nuevos negocios o emprendedores exitosos (54,7%), pero ha disminuido la valoración en lo que respecta al reconocimiento y respeto hacia los emprendedores exitosos de un 66,2% a un 58,1% de la población. Los atributos personales para el emprendimiento (conocer a un emprendedor y tener las capacidades para abrir un negocio) difieren cuando se trata de personas que están vinculadas al proceso emprendedor frente a las que no lo están. En las primeras, la proporción de respuestas afirmativas es mayor que en el caso de las segundas. Mientras que el temor al fracaso es mayor cuando las personas no están involucradas en actividades emprendedoras frente a las que sí lo están. La proporción de respuestas afirmativas sobre la percepción de buenas oportunidades en la región ha venido cayendo desde hace cinco años, coincidiendo con el inicio del período de desaceleración de la economía y la caída de los precios del cobre. A la fecha, un 51% o más de emprendedores en etapas iniciales y aquellos que no están involucrados en actividades emprendedoras consideran que en la región hay buenas oportunidades para hacer negocio, mientras que apenas un 41,8% de los establecidos lo cree así. Esto muestra un mayor pesimismo en los emprendedores con más de tres años y medio de actividad.

En 2017, no ha habido grandes avances en los factores que miden las aspiraciones de los emprendedores en etapas iniciales y se ha observado un mayor pesimismo en el grupo de emprendedores establecidos. Se observa una mejora en la percepción de la competitividad de los emprendimientos, pero ha aumentado la proporción tanto de emprendedores en etapas tempranas como de establecidos que señalan que usan tecnología de más de cinco años de antigüedad y no tienen clientes en el extranjero, así como de aquellos que buscan expandirse en el mercado sin uso de tecnología. En esa misma línea, las expectativas de la generación de empleos también ha disminuido significativamente, en particular la relacionada con la expectativa de alto potencial de crecimiento. Influyeron en estos resultados sin duda, la coyuntura económica de la región y del país en general ya que a la fecha no hay señales claras de recuperación y esto es percibido negativamente por los emprendedores, en particular por los establecidos, que están atentos a las señales de recuperación de la economía.

Resultados más alentadores que el año anterior se observan en la valoración que hacen los expertos del contexto emprendedor. De las nueve dimensiones que se consideran para realizar esta evaluación, tres han tenido una valoración positiva en 2017: Normas sociales y culturales, Programas de gobierno y Acceso a Infraestructura física. No obstante, las más críticas continúan siendo la transferencia de I+D, la Educación para el emprendimiento, en particular la educación primaria y secundaria, la Apertura del mercado interno y el Acceso al financiamiento, siendo esta última la que recibió una valoración más baja. Esas valoraciones son compartidas por los expertos nacionales.

La transferencia de I+D es uno de los grandes desafíos que tiene no solo la región, sino el país en su conjunto, y pasa no solo por el incremento del apoyo público para gastos de I+D, sino también por mejorar la calidad de la educación superior y lograr una mayor cooperación entre empresas y universidades. Si bien hay algunos avances, estos todavía no son suficientes. El involucramiento el sector privado en temas de innovación es muy escaso en la región pero es clave para que la región avance. Se han realizado varios desafíos de innovación de parte de algunas empresas y es necesario que estos desafíos continúen y surjan las oportunidades tanto para los emprendedores como para las pequeñas y medianas empresas, de esta manera los emprendedores desarrollarán productos o servicios que son requeridos por las grandes empresas y otras, dando, de esta forma, sustentabilidad y escalamiento a sus emprendimientos.

Otro gran desafío es mejorar la educación y capacitación en emprendimiento, fudamentalmente, en las primeras etapas (educación primaria y media). Pese a que ha habido grandes avances en los últimos años, estos todavía no son suficientes. No se trata solo de una reestructuración de la malla e incorporación de

cursos vinculados a la creación de empresas en las instituciones educativas, se requiere un cambio de mentalidad de la dirección de estas instituciones, que pasa por incorporar el emprendimiento como sello en las instituciones educacionales y la capacitación de los profesores que van a dictar dichas asignaturas, muchas veces los alumnos llegan con nuevas iniciativas y son los profesores los que las limitan. También es necesaria la creación de cursos especializados en tópicos como identificación y evaluación de oportunidades, modelos de negocio, negocios internacionales, inglés de negocios y preparación de los emprendedores para que sus proyectos sean invertibles ("investment readiness"). En otras palabras, se requiere generar entornos de emprendimiento tanto dentro de las instituciones educativas como fuera de ellas, es decir en toda la región. Existen cada vez más iniciativas al respecto, pero todas ellas están aisladas y falta una mayor coordinación entre las instancias público-privadas con las universidades regionales.

Por último, con respecto al financiamiento, como ya fue mencionado en informes pasados, pese a la existencia de diversos programas de cofinanciamiento ofrecidos por las agencias de gobierno, urge crear nuevas alternativas de financiamiento ya sean plataformas de crowdfunding, redes de inversionistas ángeles y/o fondos de inversión. Sobre estos dos últimos puntos, hay en la región personas con capacidad de inversión que pueden aportar sus recursos, experiencia y redes de contacto a los emprendedores (Romaní y otros, 2018). Solo falta una institución que se encargue de la gestión de este grupo y/o de gestionar sus recursos y tan importante como crear estas nuevas alternativas de financiamiento es también su difusión en el ecosistema regional. Todavía los emprendedores regionales tienen la expectativa de financiarse con los bancos, programas de gobierno y familia cercana, opciones diferentes a estas son lejanas para ellos, por eso es importante la difusión y uso de estas alternativas de financiamiento.

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

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

Referencias

Acafi (2018). Venture Capital & Private Equity 2017 -2018. Santiago, Chile: Asociación Chilena de Administradoras de Fondos de Inversión.

Acs, Z. J. y Amorós, J.E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. Small Business Economics, 31(3), 305–322.

Atienza, M. (ed.) (2012). La Pyme de la Región de Antofagasta 2005-2009. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.

Atienza, M. (ed.) (2009). La Evolución de la Pyme de la Región de Antofagasta. Hacia una demografía del tejido productivo local. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias.

Atienza, M., Romaní, G. y Aroca, P. (2006). La Pyme de la Región de Antofagasta. Perspectivas de Desarrollo en Torno a la Minería. Antofagasta: CORFO/IDEAR. Universidad Católica del Norte.

Berger, A. y Udell, G. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debts markets in the financial growth cycle. Journal of Banking and Finance, 22, 613-673.

Bygrave, W. y Quill, M. (2007). Global Entrepreneurship Monitor. 2006 Financing Report. MA, USA; Londres, UK:Babson College y London Business School.

Centro de Políticas Públicas (2015). Confianza, la clave para el desarrollo de Chile. Santiago de Chile: Banco Santander, Centro de Políticas Públicas de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Drexler, M. y Amorós, J. E. (2015). Guest post: how Chile and Colombia eluded the entrepreneur trap. Financial Times, January 8th. On line: http://blogs.ft.com/beyond-brics/2015/01/08guest-post-how-chile-and-colombia-eluded-the-entrepreneur-trap/?

Headd, B. (2003). Redefining Business Success: Distinguish between closure and failure. Small Business Economics 21, 51-61.

Hofstede, G. (2001). Culture´s Consequences: Comparing values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations, 2nd Ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

Mandakovic, V. y Serey, T. (2018). Global Entrepreneurship Monitor Reporte Nacional de Chile 2017. Santiago de Chile: Universidad del Desarrollo.

Mason, C. y Kwok, J. (2010). Investment readiness programmes and Access to finance: A critical review of design issues. Working Paper 10-03. University of Strathclyde. Business School, pp: 1-37.

OECD (2016). Startup en América Latina 2016. Construyendo un futuro innovador. Síntesis y Recomendaciones de Política. Estudios del Centro de Desarrollo. Disponible en: https://www.oecd.org/dev/americas/Startups2016-Assessment-and-Recommendations.pdf

OECD (2018). Estudios Económicos de la OECD Chile. Disponible en: www.oecd.org/eco/surveys/economic-survey-chile.htm

Porter, M., Sachs, J. y McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In: Porter, M.; Sachs, J.; Corneluis, P.K.; McArthur, J. y Schwab (eds.). The Global Competitiveness Report 2001-2002. New York: Oxford University Press, 16-25.

Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., Servais, I., López-García, P. y Chin, N. (2005) Global Entrepreneurship Data Collection Design and Implementation 1998-2003. Small Business Economics, 24 (3), 205-231.

Romaní, G. (2015). Los desafíos del financiamiento del emprendimiento innovador en la Región. In C. Rodriguez (ed.). Sistemas, Coaliciones, Actores y Desarrollo Económico Territorial en Regiones Mineras, Antofagasta, Chile: Ediciones Revista Mensaje, 160-177.

Romaní. G., Atienza, M., Campos, F., Hernández, R. y Bahamondes, P. (2018). Who wants to be an Angel Investor? The characteristics of High Net Worth Individuals in the Chilean resource periphery. Academia, Revista Latinoamericana de Administración. 31 (1): 136-155.

Romaní, G. y Atienza, M. (2008). GEM Informe de la Región de Antofagasta 2007. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.

Romaní, G. y Atienza, M. (2009). GEM Informe de la Región de Antofagasta 2008. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.

Romaní, G. y Atienza, M. (2010). GEM Informe de la Región de Antofagasta 2009. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.

Romaní, G. y Atienza, M. (2011). GEM Informe de la Región de Antofagasta 2010. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.

Romaní, G. y Atienza, M. (2016). GEM Informe de la Región de Antofagasta 2015. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.

Romaní, G. y Atienza, M. (2017). GEM Informe de la Región de Antofagasta 2007-2016. CEMP/FACEA/UCN. Antofagasta, Chile: Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte.

Singer, S., Herrington, M. y Menipaz, E. (2018). GEM Global Entrepreneurship Monitor. Global Report 2017-2018. Babson College, Universiti Tun Abdul Razak, Universidad del Desarrollo, Korea Entrepreneurship Foundation. Disponible en: www.gemconsortium.org

Van Stel, A., Carree, M. y Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. Small Business Economics, 24(3), 311-321.

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

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

Expertos que respondieron la encuesta regional 2017[10].

Claudio Aedo Villar Coordinador Clínica MYPE INACAP	**Humberto Burgos Romero** Director de Extensión / Escuela de Negocios Mineros Universidad Católica del Norte
Patricia Alanis Alvarez Gerente Viajes Palanisa	**Cristian Celedón Gamboa** Director Programa Delta Universidad Católica del Norte
Andrés Alvarado Selección y crecimiento Endeavor Atacama	**Roberto Cifuentes Riffo** CEO GProcess
Héctor Anabalón Chacana Director de Innovación INACAP	**Jocelyn Cohen Herrera** Coordinadora social de proyecto Creo Antofagasta
Carlos Araya Pacheco Lab Manager Fab Lab Atacama	**Sue-Hellen Contuliano Álvarez** Ingeniero de Proyectos Incuba2
Ricardo Barraza Matta Presidente Cámara de Comercio Detallista – Antofagasta	**Omar Cortés Zapata** Gerente EstudioTres
Esther Blase Socia Fundadora Antofantástica SpA	**Gonzalo Flores Muñoz** Director CEDEUA – Universidad de Antofagasta
Williams Briceño Romero Director General de Investigación y Análisis de la Producción Científica Universidad Católica del Norte	**Juan Luis Godoy Agüero** Funcionario, Sernam Región de Antofagasta
Catalina Gutiérrez Moya Coordinadora de Planificación y Operación / Sercotec Antofagasta	**Jorge Pérez Fuentes** CEO Crommy up
Elias Jara Negrete CEO Fundación en los ojos de mi madre	**Paola Quintanilla Carvajal** Ejecutiva inversiones BCI
Geraldo Jusakos Lazo Asesor independiente Antofagasta	**Rodrigo Reyes Gonzalez** CEO 2Barbas

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

Georgina Kong Medero Gerente General Servikong Ltda.	**Emilio Ricci** Académico Universidad Católica del Norte
Catherine León Torres Directora Regional Sercotec Antofagasta	**Karen Rodriguez Vera** Académica Universidad Católica del Norte
Hugo Andrés Masana Sepúlveda Gerente General Diserva Ltda.	**Patricio Rojas Ábalos** CEO Scrum S.A.
Ivania Misetic Suárez Ejecutiva de proyectos CORFO	**Nicolás Rojas Bravo** Subdirector USQAI-UCN
Thomas Muller Esparza Director Nacional Corporación de Desarrollo Tecnológico	**Nicolás Salinas** Director de participación Creo Antofagasta
Paz Osorio Coordinadora del Nodo de Industrias Creativas - Antofagasta	**Alfonso Sánchez Díaz** Gerente Martinic Ing. Y Ss. Ltda.
Evelyn Sepúlveda Flores Coordinadora de gestión CEDEUA – Universidad de Antofagasta	**Gonzalo Yun** Búsqueda y Servicios Endeavor Atacama
Cristian Silva Madrazo Académico, Inacap Antofagasta	**Juan Ignacio Zamorano** Director (s) Corfo Antofagasta
César Valdovino Monardez Ejecutivo Banca Empresas Banco Santander Santiago	**Jenny Zepeda Domínguez** Líder Área Participación Social Fundación Minera Escondida
Paulo Villanueva Vera Director Centro de Desarrollo de Negocios -Antofagasta	**Marcelo Zepeda Montalva** Gerente Enhorabuena Asesorías Financieras SpA - Antofagasta
Patricia Villarroel Rivera Encargada Regional Programa Mujeres Jefas de Hogar / SernamEG	

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

Coordinación del GEM Chile

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

www.gemchile.cl
Contacto: gem@udd.cl
Tel: 56-2- 23279801

Coordinación del GEM Región Antofagasta

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

Contacto: Gianni Romaní
Directora
gachocce@ucn.cl
Tel: 56-55-2355769/2355746

Equipos regionales que participaron en el proyecto GEM Chile 2017

Región	Institución	Departamento Encargado	Equipo
Región de Tarapacá	Universidad Arturo Prat	Corporación de Desarrollo de la Universidad Arturo Prat	Mariela Llanos Mauricio Vega Nicole Meza Aylin Chang Claudia Cortés Alberto Martínez Evadil Ayala
Región de Antofagasta	Universidad Católica del Norte	Centro de Emprendimiento y de la Pyme	Gianni Romaní Miguel Atienza
Región de Coquimbo	Universidad Católica del Norte	Escuela de Ingeniería Comercial	Karla Soria Guillermo Honores
Región de Valparaíso	Universidad Técnico Federico Santa María	Departamento de Industrias, Economía y Negocios	Cristóbal Fernández Paulina Santander Astorga Diego Yáñez Martínez
Región Metropolitana	Universidad del Desarrollo	Facultad de Economía y Negocios	Vesna Mandakovic Tomás Serey
Región del Maule	Universidad Tecnológica de Chile - INACAP		Adriana Abarca Cristian Bacciarini González Francisca Gómez
Región del Bío Bío	Universidad Católica de la Santísima Concepción Universidad del Desarrollo	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Facultad de Economía y Negocios	Jorge Espinoza Hugo Baier Claudia Yañez Vesna Mandakovic Tomás Serey
Región de la Araucanía	Universidad de la Frontera	INCUBATEC- Incubadora de Negocios de la Universidad de la Frontera Departamento de Administración y Economía	Claudina Uribe Paulina Sanhueza Constanza Casanova
Región de los Ríos Región de Lagos Región de Aysén	Universidad Tecnológica de Chile - INACAP		Adriana Abarca Cristian Bacciarini Francisca Gómez

Presentación de los Auspiciadores

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

ANTOFAGASTA MINERALS

Magíster en Gerencia Pública y Desarrollo Regional

El Programa de Magíster en Gerencia Pública y Desarrollo Regional de la UCN, busca formar profesionales de excelencia, capacitados para lograr un alto desempeño en organizaciones dedicadas a la gestión pública. Gracias a una solida formación académica teórica y emperica, nuestros estudiantes están preparados para diseñar, evaluar, gestionar y tomar desiciones respecto a la implementación de políticas públicas, que promuevan el desarrollo territorial y la modernización del estado, considerando criterios de eficiencia, principios de transparencia, probidad y concienciación mediante los estudios regionales.

MBA UCN
MAGÍSTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS

El Programa de Magíster en Dirección de Empresas - MBA (MBA UCN) permite a los profesionales de la región realizar estudios sistemáticos de alto nivel en las áreas de Gestión de Empresas. Tiene como misión desarrollar y potenciar las habilidades y competencias en profesionales de la región de Antofagasta, mediante una enseñanza de calidad, generando y difundiendo conocimiento en diversas áreas relacionadas con la Dirección de Empresas. Este programa es conducente a la obtención del Grado Académico de Magíster en Dirección de Empresas y se encuentra acreditado por la Agencia Acredita CI.

Global Entrepreneurship Monitor

Ediciones Universitarias · Universidad Católica del Norte

www.cemp.ucn.cl