



Universidad Austral de Chile

Escuela de Ingeniería Comercial

Seminario de Grado

**ÁNALISIS DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS
MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR TURISMO. CASO PROVINCIA DE
COYHAIQUE**

**Tesina presentada como requisito para
optar al Grado de Licenciado en
Administración.**

Profesores Responsables:

Mónica Raddatz T.

Horacio Sanhueza B.

Oswaldo Rojas Q.

.

Profesor Patrocinante : Ester Fecci P.

ROBERTO ALARCÓN SANTOLALLA

DANNY MOLINA MEDINA

VALDIVIA - CHILE

2005

ÍNDICE DE MATERIAS	Página
RESUMEN	
1. INTRODUCCIÓN	1
2. MARCO DE REFERENCIA DEL ESTUDIO	3
2.1 Capacidad Emprendedora	3
2.2 Microempresas	5
2.3 Sector Turismo de la Provincia de Coyhaique	8
3. MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS	14
3.1 Sujeto de estudio	14
3.2 Tipo y diseño de investigación	14
3.3 Definición y selección de la muestra	14
3.4 Población objetivo	15
3.5 Instrumentos y método de recolección de la información	15
3.6 Variables claves y procedimientos de recolección de datos	16
3.6.1 Emprendedores	16
3.6.2 Microempresas	17
3.6.3 Entorno empresarial	17
3.7 Etapas en el procesamiento de datos y su análisis	18
3.8 Métodos cuantitativos utilizados	19
4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	20
4.1 Descripción de las microempresas turísticas	20
4.2 Descripción de los empresarios encuestados	26
4.3 Variables del entorno que afectan al sector turismo	30
5. CONCLUSIONES	33
6. BIBLIOGRAFÍA	36
7. ANEXOS	
Anexo 1. Cuestionario de autoevaluación de los hábitos	
Anexo 2. Ficha técnica	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico 1. Turismo y exportaciones tradicionales.	12
Gráfico 2. Llegadas de turistas a Chile entre Enero y Diciembre del 2004.	13
Gráfico 3. Llegadas de turistas de América a Chile entre Enero y Diciembre del 2004.	13
Gráfico 4. Visitantes Extranjeros a Áreas Silvestres protegidas, año 2004	15
Gráfico 5. Perfil emprendedor para muestra de microempresarios turísticos de la Provincia de Coyhaique según género.	28
Gráfico 6. Perfil emprendedor para muestra de microempresarios turísticos mujeres de la Provincia de Coyhaique según su experiencia en otros negocios.	30
Gráfico 7. Perfil emprendedor para muestra de microempresarios turísticos hombres de la Provincia de Coyhaique según su experiencia en otros negocios	31

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Clasificación de empresas según Ministerio de Economía	9
Cuadro 2. Años de permanencia para muestra de microempresarios en el rubro turístico	22
Cuadro 3. Empresas familiares para la muestra total considerada en la Provincia de Coyhaique	23
Cuadro 4 Microempresas y número de trabajadores remunerados para muestra de microempresas consideradas en la Provincia de Coyhaique.	24
Cuadro 5. Edad para muestra de microempresarios turísticos para Provincia de Coyhaique	25
Cuadro 6. Nivel educacional para muestra de microempresarios turísticos de la Provincia de Coyhaique.	26
Cuadro 7. Muestra de microempresarios turísticos de Coyhaique, de acuerdo a su experiencia en otros negocios.	29
Cuadro 8. Proporción para muestra de microempresarias turísticas de acuerdo a su experiencia en otros negocios.	29
Cuadro 9. Percepción de la rentabilidad del sector por parte de la muestra de microempresarios turísticos de Coyhaique.	32
Cuadro 10. Percepción sobre el desarrollo del sector por parte de la muestra de microempresarios turísticos de Coyhaique	32
Cuadro 11. Conocimiento de los instrumentos de fomento del Estado por parte de los microempresarios turísticos encuestados en Coyhaique.	33
Cuadro 12. Utilización de los instrumentos de fomento del Estado por parte de los microempresarios turísticos encuestados en Coyhaique.	33

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Diferencias entre capacidad empresarial y capacidad emprendedora.	8
Tabla 2. Necesidades básicas de microempresarios emprendedores	19

RESUMEN

El presente trabajo se basa en la investigación y elaboración de un perfil de los microempresarios y microempresarias del sector turismo en la Provincia de Coyhaique.

En una primera etapa se investigó y elaboró un marco teórico o de referencia para poder entender y diferenciar que se entiende por emprendedor y cuales son sus características, se definieron conceptos como: capacidad emprendedora y microempresas.

Por otro lado se investigó cual es la situación actual turística de la Provincia de Coyhaique, donde además, se entrega información respecto a superficie y lugares turísticos históricos de esta Provincia.

Como tercera etapa se analiza el material y la metodología que se empleó para desarrollar el presente estudio, aquí se definió sujeto de estudio, tipo y diseño de investigación, definición y selección de la muestra, población objetivo, instrumentos y método de recolección de la información, variables claves y procedimientos de recolección de datos, para luego definir el procesamiento de datos y su análisis, además, de informar los métodos cuantitativos utilizados. En pocas palabras podemos definir esta parte como todo el estudio y desarrollo de metodologías estadísticas utilizadas en el presente trabajo.

Por ultimo se encuentra la presentación y discusión de los resultados de la aplicación de la ficha de caracterización para desarrollar el perfil del emprendedor de la Provincia de Coyhaique, aquí se encuentran resultados del estudios separados por sexo, la experiencia de los microempresarios en otros negocios, nivel educacional de los encuestados, empresas familiares y no familiares, en esta etapa se da respuesta a los objetivos de esta investigación que son:

- Determinar y analizar el perfil de los microempresarios del sector turismo.
- Analizar la experiencia en el desarrollo de negocios de microempresarios del sector turismo.
- Analizar el sector turismo de la Provincia de Coyhaique y los incentivos que este ofrece a la formación de empresas dentro de éste.

1. INTRODUCCIÓN

La capacidad emprendedora se ha transformado en un tema común entre los individuos, quienes buscan conocer esta característica que es tan marcada dentro de algunos empresarios, haciéndolos surgir de la nada con negocios exitosos. De esta manera, la capacidad emprendedora es una característica que vale la pena cultivar y trabajar, especialmente para fomentarla en las nuevas generaciones de profesionales, en todas las áreas que sean posibles.

El tema radica en la cantidad de microempresas que se están desarrollando en la Provincia de Coyhaique, a pesar de que las microempresas son las que menos venden, pero son las empresas que aportan más puestos de trabajo al país. Además para que estas microempresas se mantengan en el tiempo se debe contar con microempresarios exitosos capaces de adaptarse a los requerimientos del entorno. Es por esto que se ha considerado importante estudiar el perfil de estos microempresarios con respecto a sus capacidades de emprendimiento como una forma de caracterizarlos conociendo sus fortalezas y debilidades. En cuanto al alcance geográfico, se ha escogido a la Provincia de Coyhaique, debido al alto potencial que posee esta provincia para el desarrollo de empresas del sector turismo y por ser un destino turístico que ha aumentado notablemente en los últimos años.

El objetivo general que persigue la investigación es caracterizar a los microempresarios del sector turismo dentro de la Provincia de Coyhaique según su capacidad de emprendimiento. Para dar cumplimiento al objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos, al igual que en investigaciones anteriores en Provincias de la Décima Región realizadas por otros investigadores, con el fin que quienes deseen estudiar este tema tenga una misma línea de criterios para comparar:

- Determinar y analizar el perfil de emprendimiento de los microempresarios del sector turismo en la Provincia de Coyhaique.
- Analizar la experiencia en el desarrollo de negocios de microempresarios del sector turismo de la Provincia de Coyhaique.

- Analizar el sector turismo de la Provincia de Coyhaique y los incentivos que este ofrece a la formación de empresas dentro de éste

Cabe mencionar que este trabajo es una replica del análisis “Capacidad Emprendedora de los Microempresarios de la Provincia de Llanquihue “; realizado por Natalia Martínez, 2004. Para lo cual hemos utilizados la misma estructura y metodología, observaciones de autores y mecanismos de evaluación.

2. MARCO DE REFERENCIA¹

2.1 Capacidad Emprendedora: Esta característica nace del concepto *entrepreneurship*. Existen muchas teorías acerca del emprendedor y el rol que éste juega dentro de la actividad empresarial. Una de las definiciones más generalizadas de la capacidad emprendedora es la creación de negocios y empresas lucrativas. También se puede entender al emprendedor como aquella persona capaz de utilizar recursos escasos y de uso alternativo en la materialización de ideas o proyectos que contengan elementos únicos e innovadores, manteniendo el negocio rentable, a lo largo del tiempo (Citado por Rusque et al. 1998).

El término emprendedor es conocido por la lengua inglesa y francesa como “entrepreneur” (pionero), y es un concepto que describía a los aventureros que viajaron al nuevo mundo (Citado por Etchebarne 2003).

El concepto tiene sus orígenes en el francés. En un comienzo, este término se utilizaba comúnmente para aquellas personas que emprendían proyectos de construcción, especialmente construcciones de tipo militar o religioso (Citado por Castillo y Rusque 2002).

Joseph Schumpeter, en los años treinta, le asignaba la función de innovador al emprendedor, ya que éste innova a través de los métodos de producción, nuevos mercados, insumos, como también en la actividad económica ya sea estructurando mercados en competencia perfecta como imperfecta. Para este autor, el emprendedor lleva a cabo la asignación de recursos, la toma de decisiones, organiza la actividad económica de forma innovadora, estando su esencia en la dirección de actividades. Según su postura, se asimila a directivos y emprendedores. En sí, “*emprender en cuanto a concepto y a acción es muy cercano de gestionar en el sentido de concluir (idear, formular mentalmente), gestar (iniciar, desarrollar, opiniones, actitudes, sentimientos)*).

¹ El marco de referencia fue obtenido de la Tesina Capacidad Emprendedora del Microempresario del sector turismo en la Provincia de Llanquihue, Martínez N, 2004

Como proceso tiene una gran similitud con el ciclo administrativo, con énfasis en la planeación, organización y dirección. Emprender es una resultante de la interacción entre estructura y comportamientos” (Citado por Rusque et al. 1998)

Friedrich Hayeck, define el emprendedor como un ente ágil captador y utilizador de información, jugando un papel fundamental dentro de la creación de mercado a través de su habilidad de visualizar las oportunidades y obtener beneficio de ellas (Citado por Castillo y Rusque 2002).

Patrick Liles (Harvard) en los años setenta, estableció tres tipos de emprendedores distinguiendo a aquellos que sólo subsisten, otros que crean una empresa atractiva en base a sus propias capacidades contando con un grupo de apoyo para aquellas actividades que no maneje y, aquellos que son capaces de desarrollar ideas con verdadero potencial (Citado por Castillo y Rusque 2002).

A menudo se confunde al empresario y el emprendedor y no es extraño que esto suceda aunque poseen características comunes, y cuando se trata de ver cómo fomentar al emprendedor inmediatamente se cae en los modelos de formación empresarial. Así mismo, para conocer las ventajas personales y sociales que tendría el ser emprendedor, se alude a los aportes económicos que hace la empresa. Para evaluar el éxito del emprendedor, también se utilizan los parámetros empresariales, esto es, las utilidades que genere el negocio que establezca. A lo más, la capacidad exigida para cualquier situación se le diferencia por la motivación que pudiera tener la persona emprendedora.

A continuación en la Tabla 1 se establecen las diferencias entre capacidad empresarial y capacidad emprendedora:

Tabla 1. Diferencias entre capacidad empresarial y capacidad emprendedora.

	Capacidad empresarial	Capacidad emprendedora
Quién la detenta	Un individuo. En los países desarrollados 20% de la población.	Un grupo. Todos los individuos tienen cierta dosis de capacidad emprendedora.
Cómo se fomenta	Programas de formación orientados a creatividad, liderazgo, logro. Conocimientos respecto a Plan de Negocios.	Proceso que pone en interacción individuos que, en forma aislada, su capacidad emprendedora no llega al umbral requerido.
Dónde, en qué se aplica	Organizaciones lucrativas de todos tamaños y oficios.	Organizaciones no lucrativas. Proyectos colectivos. Organizaciones lucrativas convencidas en que la forma de buscar sobrevivencia /desarrollo es logrado de manera simultánea objetivos sociales y económicos.
Cómo se mide el logro	La magnitud de la diferencia entre el éxito de los otros y el propio.	Grado de realización de objetivos grupales.
Naturaleza de la estrategia	Estrategia tecno-económica.	Estrategia socio-económica.
Rol de líder (quién lo cubre)	El líder es el empresario.	El líder es un rol intercambiable.
Propiedad del proyecto	Mi proyecto es mío.	Mi proyecto es de todos.

Fuente: Rusque, A., S. Ramírez et al. 1998. op. cit

2.2 Microempresas: La microempresa es definida como: “una pequeña unidad económica generadora de ingresos, caracterizada por usar escaso capital, emplear pocos trabajadores, valerse principalmente de trabajadores familiares no remunerados y extraer de esta unidad su ingreso familiar”(Citado por Ilabel 2004) .

Para la clasificación de las microempresas en nuestro país, esta investigación se basará en la clasificación que realiza el Ministerio de Economía de acuerdo a las ventas anuales que cada una de las empresas realiza.

Cuadro 1. Clasificación de empresas según Ministerio de Economía

	Hasta 1993	Desde 1994 en adelante
Microempresa	0 – 2.400 UF ²	0 – 2.400 UF
Pequeña	2.401 – 25.000 UF	2.401 – 25.000 UF
Mediana	25.001 – 50.000 UF	25.001 – 100.000
Grande	Más de 50.001 UF	Más de 100.001 UF

Fuente: Elaboración propia en base a información de estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) junto con la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO).

La importancia de la microempresa ha ido creciendo a lo largo del tiempo, es por esto que, en el año 2001, la CORFO, el INE y el Banco del Estado acordaron ampliar el programa inicial de investigación sobre las PYMES e incorporaron el grupo de Microempresas. Esto se debe a que según un estudio realizado en el año 2000 por el Instituto Nacional de Estadísticas, INE, a través de un convenio con la Corporación de Fomento de la Producción, CORFO, se llegó a la conclusión que del universo de empresas consideradas para el estudio, el cual comprendía cerca de 590.000 empresas, el grupo “sin ventas”, es decir, con menos de 1 UF de ventas anuales, alcanzaba el 41%. Las “microempresas” (0 a 2.400 UF de ventas anuales) representaban un 48%. El grupo conformado por las “empresas pequeñas” (2.400 a 25.000 UF de ventas anuales) alcanzaba el 9%. Las “empresas medianas” (25.000 a 100.000 UF de ventas anuales) sólo llegaban al 1,4% y las “empresas grandes” (más de 100.000 UF de ventas anuales) apenas alcanzaban al 0,7%. Esta clasificación según las ventas fue elaborada con la información del SII sobre el número de empresas y ventas obtenidas de las declaraciones del IVA en el año 2000.

² La Unidad de Fomento – UF – es una unidad de valor real, reajutable de acuerdo al índice de variación de precios.

Contrastan estas proporciones con las ventas realizadas por cada grupo. Así el mismo estudio concluye que del universo de 590.000 empresas consideradas, las grandes empresas realizaban el 80% de las ventas; las medianas, el 9%; las pequeñas, el 8%; y las microempresas, sólo el 3% del total.

Así, como poco a poco se ha ido incorporando al desarrollo de nuestro país la microempresa, así también lo ha hecho la Microempresa Familiar (MEF). Esta es una empresa que pertenece a una o más personas naturales que realizan sus actividades empresariales en la casa habitación en que residen. Las labores profesionales, oficios, comercio, pequeñas industrias o talleres, artesanía o cualquier otra actividad lícita que se realizan en ese domicilio son entonces, de prestación de servicios o de producción de bienes. Además en ellas no pueden trabajar más de 5 trabajadores ajenos a la familia y, sus activos productivos (capital inicial efectivo) - sin considerar el valor del inmueble en que funciona – no pueden exceder las 1.000 UF (SII Microempresas Familiares 2000).

Como una forma de impulsar la creación de nuevas microempresas familiares, el 21 de agosto de 2001 entró en vigencia la Ley 19.749, la cual establece normas para facilitar la creación de Microempresas Familiares (MEF), simplificando y eliminando la tramitación para su creación y funcionamiento (formalización), dando así un mejor trato a aquellas personas que comienzan a desarrollar una actividad empresarial con muchos menos recursos económicos, legales y educacionales que otras empresas y/o emprendedores particulares.

Cabe destacar que, al facilitar su ingreso al sistema formal obteniendo su Patente Municipal e Iniciando Actividades, se abre la entrada para que estas empresas puedan acoplarse al dinamismo y progreso económico del resto de la actividad nacional, lo que además trae enormes beneficios no sólo para ellas, sino también para las economías locales y obviamente nuevos recursos a los presupuestos municipales.

2.3 Sector Turismo de la Provincia de Coyhaique: La actividad turística se encuentra íntimamente vinculada con el desarrollo económico de los pueblos, además de fomentar el intercambio de pensamientos y tender puentes de comprensión entre culturas formas de vida y tradiciones diferentes, promover la paz y la buena voluntad entre las naciones, motivar e inspirar a los jóvenes y brindar entretenimiento y disfrute para aliviar las presiones de la vida cotidiana de grandes sectores de la población. (Fuente: Basadas en el Anuario de Turismo 2004, realizado por el Sernatur)

Tal importancia tiene el turismo a nivel mundial que, desde 1980, entró en vigencia el Día mundial del Turismo por decisión de la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (OMT), cuya decisión fue tomada durante su tercera reunión llevada a cabo en 1979, en la localidad de Torremolinos, España. La principal finalidad de éste día es fomentar el conocimiento entre la comunidad internacional de la importancia del turismo y sus valores sociales, culturales, políticos y económicos³ . .

Con respecto al aporte que hace el turismo a la economía del país, es destacable la contribución que hace el turismo receptivo que representa un aporte a la balanza comercial, debido a la entrada de divisas que éste genera.

En este sentido se puede comparar con las contribuciones que hacen exportaciones tales como los productos forestales o el salmón, contribuyendo mucho más de lo que entregan el vino y la harina de pescado.

Aysén es uno de los principales mercados turísticos del mundo, genera alrededor de US\$ 50 millones anuales. (Fuente: Basada en el Anuario de Turismo 2004, realizado por el Sernatur)

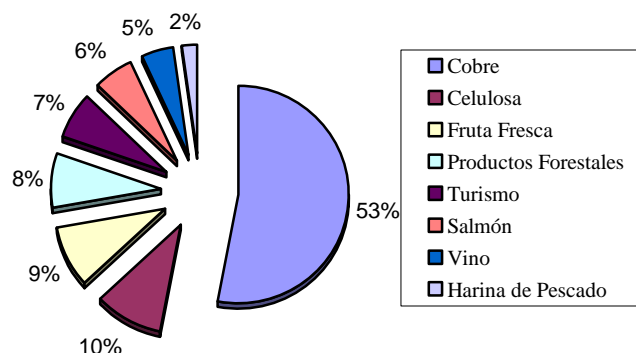
Coyhaique Capital de la Región de Aisén, con una superficie de 7.755 km²., se emplaza en un hermoso valle de suaves lomajes entre los ríos Simpson y Coyhaique, y el cerro Divisadero por el sur. Coyhaique es la capital regional más joven del país. Fue

³ Chile fue el país anfitrión en 1999 con el lema “El turismo. Protección del patrimonio mundial para el nuevo milenio”. Este año será en Qatar, cuyo lema será “Viajes y transporte: del mundo imaginario de Julio Verne a la realidad del siglo XXI”.

fundada en octubre de 1929, alcanzando un notorio y permanente desarrollo motivado por diversos factores económicos, geográficos e históricos. Cuenta con 43.297 habitantes y es el centro urbano al que convergen todas las comunicaciones terrestres y aéreas. Para el turista posee un completo equipamiento básico, infraestructura hotelera, gastronómica, y servicios complementarios de todo orden. Se pueden desarrollar diversas actividades recreacionales, culturales y comerciales dentro de la misma ciudad. El trazado urbano de Coyhaique tiene la forma de un zapato huaso y su plaza conforma un pentágono.

Esta zona cuenta con varias reservas naturales de gran belleza y atractivo, entre ellas destacan: Lagos Fríos, Pollux y Castor, Lago La Paloma, Elizalde y Caro, Monumento Natural dos Lagunas, Centro de esquí El Fraile, siendo en Coyhaique donde se encuentran los mayores operadores turísticos de la región de Aysén.

Gráfico 1. Turismo y exportaciones tradicionales, caso de Chile.



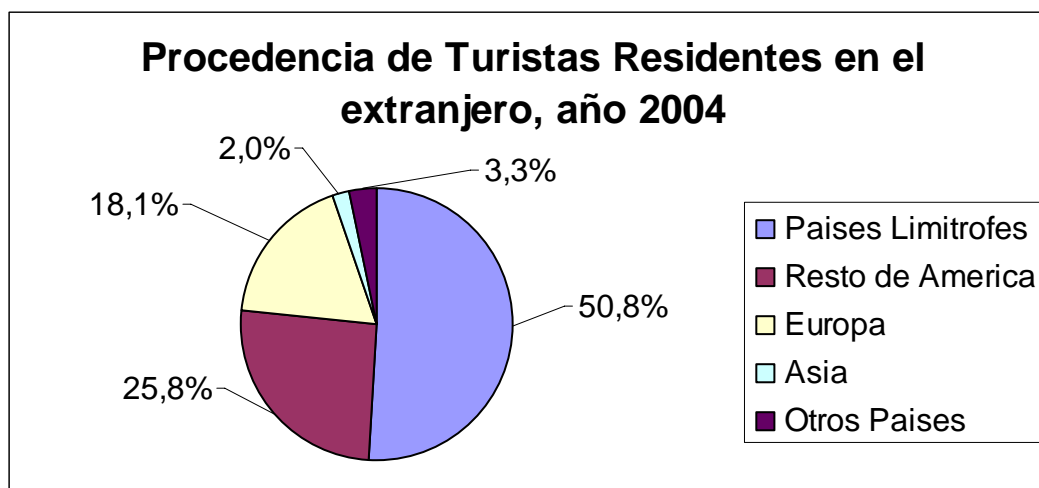
Fuente: Elaboración propia en base al Anuario de Turismo 2004, realizado por el Sernatur, nivel país.

Actualmente, las autoridades de la industria esperan que dentro de seis años las entradas de este sector lleguen a US\$ 2.500 millones anuales y las tendencias indican que el turismo es uno de los principales motores de la economía chilena. Para alcanzar

este crecimiento será fundamental el aporte tanto público como privado (EMOL Economía y Negocios 2004).

Con respecto a la llegada de turistas a Chile según continente, la mayoría de estas son del continente americano con un 76,6%, mientras que de Europa es de 18,1, de Asia un 2%, de otros países en otros continentes como son África, Oceanía y países del medio oriente un 3.3%. Es importante destacar que esta información está actualizada según información de Sernatur, donde además se indica que estas cifras se incrementaron un 10% más al año anterior. (Sernatur, 2004. Anuario Turismo).

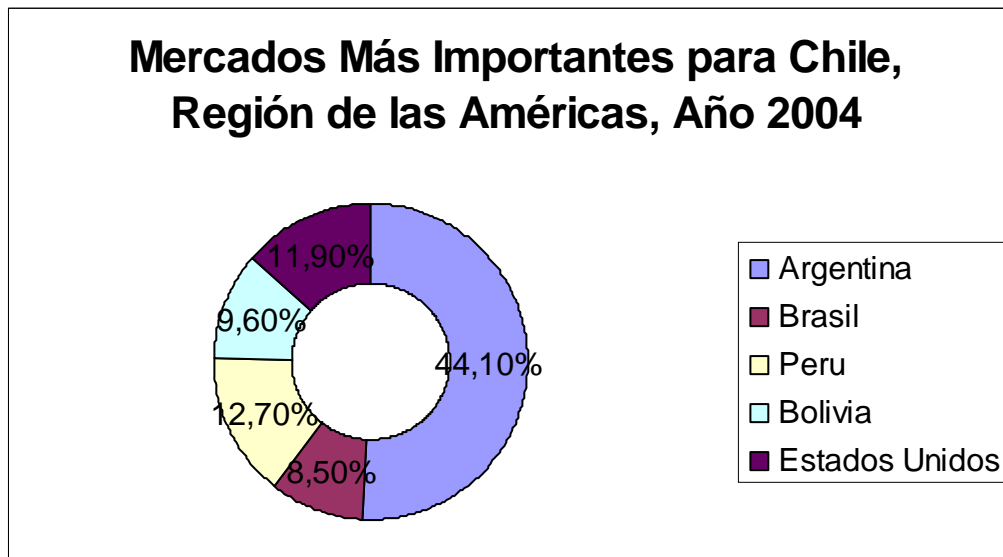
Gráfico 2. Procedencia de Turistas Residentes en el Extranjero, año 2004



Fuente: Elaboración propia en base al Anuario de Turismo 2004, realizado por el Sernatur

Es importante conocer que la mayor cantidad de turistas que visitan América provienen de Argentina con un 44.1%, luego viene Perú con un 12.7%, Estados Unidos con un 11.9%, Bolivia con un 9.6% y Brasil con un 8.5% (Sernatur 2004)

Gráfico 3. Mercados Más Importantes para Chile, Región de las Américas, Año 2004



Fuente: Elaboración propia en base al Anuario de Turismo 2004, realizado por el Sernatur

En cuanto a la estacionalidad de la demanda, los registros de Sernatur con respecto al año 2002, muestran que la mayor afluencia de turistas se concentra en enero, febrero y marzo. Estos meses representaron un 32% de llegadas en el 2002. En abril ya las llegadas comienzan a declinar, aumentando entre julio y septiembre, para luego comenzar a repuntar en octubre.

En relación a las pernoctaciones, la Región de Los Lagos concentra el 7,7%, estando entre las principales regiones junto con la de Valparaíso (8,9%), la de Tarapacá (7,5%) y la de Antofagasta (6,4%), siendo la Región Metropolitana la que recibe más pernoctaciones con un 51,5% (Sernatur, 2002)

Lo importante para el desarrollo turístico es el aprovechamiento que cada zona debe hacer con respecto a la ventaja comparativa que le entregan sus paisajes, legados culturales, arqueología, entre otros, para el desarrollo de una ventaja competitiva única que atraiga a turistas de todas partes del mundo y que los hagan preferibles frente a otros destinos igualmente atractivos.

Como todo producto o servicio, el turismo se va afectado por la fuerte competencia, que se deriva de las distintas características que posee cada país y que el turista considera a la hora de escoger su destino.

En la industria del turismo existe una alta elasticidad cruzada de la demanda debido al gran número de destinos existentes y al número de sustitutos que dependerán de los gustos personales de cada turista.

También se deben considerar las variables que influyen en el costo y en general en la complejidad de visitar uno u otro lugar. En este sentido, se puede nombrar algunos de los factores que influyen en el caso de tomar la decisión acerca de qué lugar visitar: *Factores económicos*, como el tipo de cambio, impuestos indirectos y la inflación, entre los más importantes; *Factores legales*, como restricciones para la entrada al país exigidos por aduana y el servicio Agrícola Ganadero (SAG); *Factores socioculturales*, como el idioma y religiones; etc.

El turismo se puede clasificar de dos maneras dependiendo de la procedencia de los turistas:

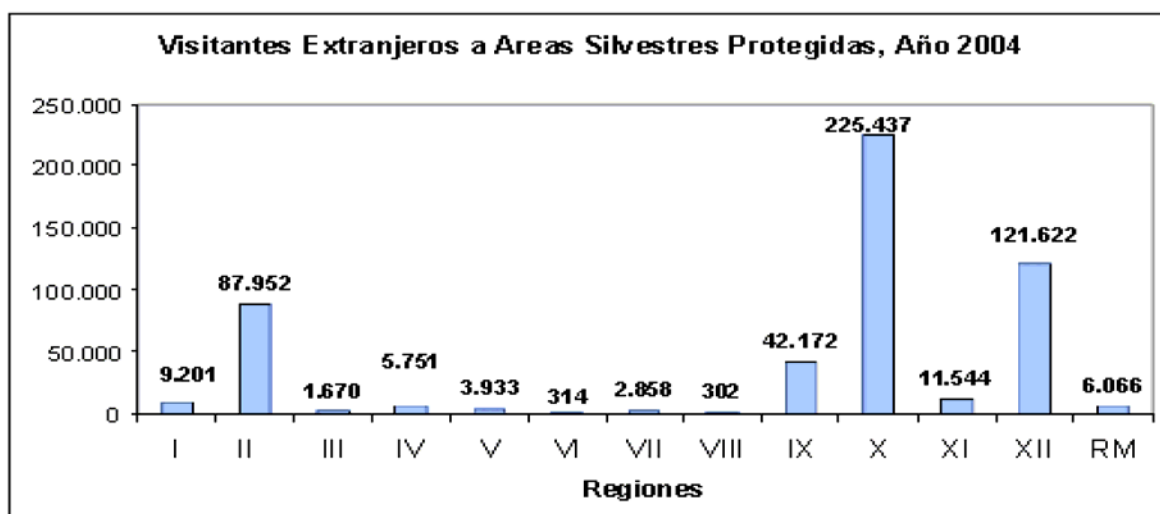
Turismo receptivo: muestra el nivel de ingresos que el país es capaz de obtener gracias a la recepción de turistas tanto residentes como extranjeros, en este sentido equivale a una exportación de servicios.

Turismo emisor: está dado por los residentes del país que se dirigen hacia el exterior, por lo que se trata de una salida de divisas.

Dentro de las actividades más importantes del sector están: hoteles y otros tipos de alojamiento temporal; restaurantes y similares; transporte vía terrestre; transporte navegación interior; transporte vía aérea; agencias y organización de viajes; alquiler de automóviles; recreación y esparcimiento; comercio turístico y artesanía (centros artesanales). Sin embargo las más relevantes siguen siendo las tradicionales; restaurantes y similares; hoteles y otros tipos de alojamiento temporal; y agencias de viajes. Estos tres subsectores no sólo corresponden a las actividades más directamente relacionadas con el turismo, sino también son los que absorben mayor empleo (Citado por Ilabel 2004).

La Región de Aysén capta el 2.23% de las visitas de extranjeros a áreas silvestres protegidas en Chile, ubicándose así dentro de los 5 principales destinos turísticos de Chile y presentando uno de mayor crecimiento potencial en el futuro (Anuario Turismo,2004)(gráfico 4)

Gráfico 4. Visitantes Extranjeros a Áreas Silvestres protegidas, año 2004



Fuente: Elaboración propia en base al Anuario de Turismo 2004, realizado por el Sernatur

Nota: A las cifras regionales se debe adicionar el Parque Nacional Rapa Nui, que registró 15.911 visitas de extranjeros

La entidad más importante de nuestro país que reúne toda la información necesaria acerca del sector turismo es el Servicio Nacional del Turismo (Sernatur), gran parte de esta información se publica año a año en el anuario de turismo el cual es realizado en trabajo conjunto por el Sernatur y el Instituto Nacional de Estadísticas con el fin de reunir toda la información relevante acerca del comportamiento de esta importante actividad dentro del desarrollo económico de nuestro país.

3. MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

3.1 Sujeto de Estudio. Las unidades de análisis comprenden dos actores fundamentales, el *emprendedor*, entendiendo a éste como la persona que crea un negocio y genera sus propios ingresos a partir de éste y, que se sustenta de él y por otro lado las *microempresas* las cuales están clasificadas como aquellas empresas que poseen ventas de hasta 2.400 UF anuales, acotando el estudio sólo a las microempresas turísticas.

3.2 Tipo y diseño de investigación. Corresponde a un estudio exploratorio, recibe este nombre la investigación que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación. También es descriptivo, la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta. El diseño de investigación es de tipo no experimental, debido a que existen investigaciones en este sentido y transeccional por que se recolectan los datos para su análisis en un solo momento. (Hernández et al. 2001).

3.3 Definición y selección de la muestra. La muestra fue escogida por conveniencia, del total de 107 microempresarios inscritos en los registros de Sernatur Coyhaique, se buscó que 54 de los microempresarios inscritos, respondieran las encuestas, lo que representa un 50% del total de la población de la Provincia de Coyhaique, a éstos se les aplicó el cuestionario y la encuesta en forma personalizada por los investigadores. Además, para la aplicación y selección de la muestra, se aplicó la técnica de la “Bola de Nieve”, la cual consiste en localizar a algunos individuos, los cuales conducen a otros, y estos a otros y así hasta conseguir la muestra correspondiente, tomando en cuenta eso si que las personas que eran indicadas o recomendadas para entrevistarlas debían aparecer inscritas en los registros de Sernatur como microempresario del sector turismo.

3.4 Población objetivo. Para llevar a cabo esta investigación se consideró las 107 empresas de este rubro ubicadas en la ciudad de Coyhaique, Región del Gral. Carlos Ibáñez del Campo, Chile. La razón radica en que la Provincia de Coyhaique concentra la mayor cantidad de microempresas, por otro lado el crecimiento potencial que posee esta provincia incrementa el interés de la formalización de nuevas microempresas. Otra razón son las distintas asociaciones de empresarios turísticos existentes, como la Cámara de Comercio y Turístico de Coyhaique, entre otras. Por último, se ha escogido por el interés de conocer los potenciales competidores para desarrollar este tipo de actividad en la Región de Aysen una vez terminado el presente estudio.

3.5 Instrumentos y método de recolección de la información. Una primera etapa se basa en la investigación de fuentes secundarias principalmente libros e Internet. En una segunda etapa se aplicará el Cuestionario de Características Emprendedoras Personales (CEP), un cuestionario de preguntas cerradas que conforman una escala tipo Likert, la cual sirve para medir y calificar la actitud hacia algo (Hernández et al. 2001). Dicho cuestionario se basa en las investigaciones de David McClelland, acerca del comportamiento emprendedor. Posteriormente las consultoras MSI y McBer Company, por encargo de la Agencia Norteamericana para el Desarrollo Internacional (USAID), diseñaron un programa basado en 10 características personales asociada al emprendedor exitoso, las que pueden ser reforzadas significativamente a través de un apropiado proceso de entrenamiento y asesoría. El Programa, denominado EMPRETEC, está presente en más de 20 países desde sus inicios en 1988. La licencia para el desarrollo de la metodología en Chile pertenece a la Fundación Chile, quienes en colaboración con el Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS) crearon una metodología similar para trabajar con microempresarios en el desarrollo de sus capacidades emprendedoras, denominada MIEMPRES (Microempresarios Exitosos). (Ilabel 2004), además se considero que las 5 empresas presentes en la otra ciudad que integra la Provincia de

Coyhaique no eran significativas, así que por conveniencia se tomó solo la ciudad de Coyhaique para hacer el análisis de la Provincia,

Además se aplicará una encuesta o ficha de caracterización y se realizaron entrevistas a actores relevantes.

3.6 Variables claves y procedimientos de recolección de datos.

a) Emprendedores. Para obtener el perfil de la capacidad emprendedora de los microempresarios del sector turismo de la Provincia de Coyhaique se aplicó durante el mes de octubre 2005 el Cuestionario de Características Emprendedoras Personales. El perfil que entrega el Cuestionario de Características Emprendedoras Personales mide diez características en los encuestados:

- Búsqueda de Oportunidades e Iniciativa
- Persistencia
- Cumplimiento
- Exigir Eficiencia y Calidad
- Correr Riesgos Calculados
- Fijar Metas
- Búsqueda de Información
- Planificación Sistemática y Seguimiento
- Persuasión y Redes de Apoyo
- Auto Confianza e Independencia

A su vez, estas características se agrupan determinando tres tipos de necesidades básicas en los microempresarios emprendedores, tal como lo muestra la Tabla 2.

Tabla 2. Necesidades básicas de microempresarios emprendedores

Necesidad de logro o realización	Necesidad de planificación	Necesidad de poder
<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de Oportunidades e Iniciativa • Persistencia • Cumplimiento de metas • Exigir Eficiencia y Calidad • Correr Riesgos Calculados 	<ul style="list-style-type: none"> • Fijar Metas • Búsqueda de Información • Planificación Sistemática y Seguimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Persuasión y Redes de Apoyo • Auto Confianza e Independencia

Fuente: Tesina Capacidad emprendedora de los microempresarios del sector turismo en la Provincia de Llanquihue, Martínez Natalia 2004

b) Microempresas. Para la obtención de datos acerca del microempresario y su relación con los negocios se aplicó una encuesta de caracterización (ficha técnica) a la muestra seleccionada. Dicha encuesta permitió conocer la siguiente información:

- Años de permanencia en el negocio turístico
- Si se trata de una empresa familiar
- Número de trabajadores; Remunerados y no remunerados
- Sexo del emprendedor (a)
- Edad del emprendedor (a)
- Experiencia en otros negocios

c) Entorno empresarial. A través de reuniones con expertos y sectorialistas y, la aplicación de la ficha técnica, se espera obtener lo siguientes antecedentes sobre el entorno empresarial de los microempresarios de la Provincia de Coyhaique:

- Percepción sobre la rentabilidad del sector
- Percepción sobre el desarrollo del sector
- Conocimiento de instrumentos de fomento del Estado

3.7 Etapas en el procesamiento de datos y su análisis. Para analizar los resultados se emplearon métodos de estadística descriptiva, utilizando el programa computacional Excel, con esta herramienta se construyó una base de datos con la información extraída de los distintos encuestados.

Para la tabulación de los distintos perfiles se construyó una base de datos con la información extraída tanto de la encuesta como del cuestionario, para éste último se consideró una escala tipo Likert, que consiste en un conjunto de afirmaciones ante las cuales el encuestado debe elegir uno de los cinco puntos de la escala. Esta escala va desde 1 a 5, con los siguientes eslabones descriptores.

1. Nunca es cierto
2. Raras veces es cierto
3. Algunas veces es cierto
4. Usualmente es cierto
5. Siempre es cierto

Las 55 afirmaciones del cuestionario de Características Emprendedoras Personales se ordenan de acuerdo a las 10 características que mide éste instrumento, las cuales posteriormente se agruparon de acuerdo a las tres necesidades básicas descritas anteriormente.

Para el análisis de las características emprendedoras personales se construyeron gráficos que permiten visualizar los distintos perfiles analizados, según la agrupación que se les fue dando. Estos perfiles se analizaron comparando:

- Género
- Experiencia en otros negocios
- Permanencia en negocios turísticos
- Escolaridad

Luego, con tal de relacionar los datos, se cruzaron variables, considerando los siguientes cruces:

- Microempresarios según género de acuerdo a las localidades consideradas
- Hombres con y sin experiencia en otros negocios de acuerdo a localidad
- Mujeres con y sin experiencia en otros negocios de acuerdo a localidad
- Nivel de escolaridad entre microempresarios de acuerdo a localidad

Para el análisis de la microempresa y el entorno, se realizaron los cuadros, tablas y gráficos necesarios.

3.8 Métodos cuantitativos utilizados. A partir de la organización de los datos obtenidos se generaron las frecuencias para cada afirmación, para así obtener una medida de tendencia central. En este caso se trabaja con la mediana, por otra parte, la moda no es posible obtenerla por las características de los datos debido a que el tamaño de la muestra es muy pequeña al analizar algunas variables, como por ejemplo *hombres con experiencia en otros negocios*, y en este caso no se obtuvo moda debido a que no hubo frecuencias que se repitieran.

4. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos en base a tres actividades turísticas que se desarrollan en esa región que son: Hospedaje, Restaurante y Agencias de Viajes, a partir del análisis realizado en base a los 54 microempresarios encuestados en la ciudad de Coyhaique.

Cabe destacar que el 57,4% de los encuestados fueron mujeres, esto se debió básicamente al azar y la casualidad de haber encontrado en su mayoría a microempresarias turísticas.

4.1 Descripción de las microempresas turísticas: Como una forma de conocer el perfil de las microempresas desarrolladas en la Provincia de Coyhaique, a continuación se muestran los resultados que arrojó la encuesta de caracterización (ficha técnica) con respecto a la muestra seleccionada:

Años de permanencia en el negocio turístico: En Coyhaique la mayor parte de las microempresas llevan más de cinco años en el rubro turístico, representando el 77,78% del total de microempresas consideradas en el estudio, el resto son microempresas turísticas que entraron al mercado hace cinco años o menos. Cabe destacar que el mayor rango de edad que poseen los microempresarios trabajando en a este rubro está ubicado entre 6 y 15 años de antigüedad, representando el 64,82% de las microempresas entrevistadas.

Cuadro 2. Años de permanencia para muestra de microempresarios en el rubro turístico

Tiempo	Microempresarios	Microempresarias	Total	Porcentaje
0 - 5 años	6	6	12	22,22
6 - 10 años	7	12	19	35,19
11 - 15 años	8	8	16	29,63
16 - 20 años	3	2	5	9,26
+ de 20 años	0	2	2	3,70
Total	24	30	54	100

Fuente: Elaboración propia en base a Ficha de Caracterización

Empresas familiares: De acuerdo a los datos arrojados por el estudio, el 90,74% (cuadro 3) de las microempresas consideradas ubicadas en Coyhaique son microempresas familiares. Por lo tanto se puede concluir que de los datos arrojados por la muestra, la gran mayoría de las empresas ubicadas en las principales ciudades de Provincia de Coyhaique son microempresas familiares. Este alto índice se debe principalmente a la facilidad para ingresar a este tipo de negocios, principalmente los hospedajes, ya pueden ser una buena fuente de ingresos para solucionar problemas económicos, para esta actividad se requiere para su funcionamiento de espacios y camas. Explicado el porqué del alto porcentaje de familias dedicadas como familias ingresan a esta actividad.

Cuadro 3. Empresas familiares para la muestra total considerada en la Provincia de Coyhaique.

Tipo de Empresa	Microempresarios	Microempresarias	Total	Porcentaje
Empresa Familiar	19	30	49	90,74
Empresa no Familiar	5	0	5	9,26

Fuente: Elaboración propia en base a Ficha de Caracterización

Número de trabajadores: El número de trabajadores es bajo en el caso de las microempresas y no sobrepasan las cinco personas siendo ésta una de las características fundamentales de las microempresas. En este caso también se debe distinguir a los trabajadores remunerados de los no remunerados. En el caso de la muestra considerada los trabajadores no remunerados pertenecen a las microempresas familiares en donde las personas que trabajan en el negocio son el dueño, su cónyuge o pareja y sus hijos. En el estudio se observa que el 65% de las microempresas consideradas en la muestra poseen un trabajador no remunerado sin contratar a nadie más, la mayoría de las veces este trabajador es el mismo dueño. Cabe destacar que se entiende por no remunerado que, la persona no cuenta con un contrato de trabajo ni muchos menos tiene la obligación de pagar el sueldo cada mes, esto no quita que las utilidades del negocio sean repartidas al dueño o a los integrantes de la familia.

En otros casos se cuenta con dos trabajadores no remunerados, en donde trabajan el dueño y su pareja o el dueño y un hijo. Las microempresas que cuentan con este número de trabajadores no remunerados representan el 19% del total de la muestra. Sólo se encontró que el 11% del total de la muestra posee 3 trabajadores no remunerados siendo el número de trabajadores no remunerados más alto dentro de las microempresas con 4 trabajadores que representa 6% de las muestras consideradas. En cuanto a las microempresas con trabajadores remunerados hay más variedad de número de trabajadores estando repartidos según el siguiente cuadro:

Cuadro 4 Microempresas y número de trabajadores remunerados para muestra de microempresas consideradas en la Provincia de Coyhaique.

Numero de trabajadores	Nº de Micro-empresas con Trabajadores Remunerados	Porcentaje Trabajadores Remunerados
0	5	9,26
1	10	18,52
2	10	18,52
3	13	24,07
4	6	11,11
5	4	7,41
6	4	7,41
7	2	3,70

Fuente: Elaboración propia en base a Ficha de Caracterización

Esto dependerá de la época del año, y como ha sido explicado antes, la mayor actividad de las empresas turísticas, especialmente los hospedajes, se concentra en los meses de enero y febrero.

Sólo un 9,3% de las microempresas consideradas en la Provincia no poseen trabajadores remunerados, durante el periodo de temporada alta, el 100% de las empresas funcionan con a lo menos un trabajador.

Género de los microempresarios: Como ya se decía más arriba, predominó la presencia de microempresarias mujeres y, como es una muestra por conveniencia utilizando la técnica de “la bola de nieve” el azar hizo que dentro de las muestra se consideraran más microempresarias que microempresarios. En conclusión, se puede observar que el 55,56% de los microempresarios son de género femenino y que el 44,44% restante son microempresarios masculinos.

Edad del emprendedor: La edad de la muestra de microempresarios se concentra entre los 36 y 60 años, estando en este rango el 77,78% de los microempresarios considerados, dentro de este rango un 55,55% posee una edad entre 36 y 45 años. Por otro lado representando sólo un 5,56% menor a 25 años de edad, mientras que los microempresarios entre 26 y menores a 35 años representan el 16,66% de la muestra, en la muestra no se encontraron microempresarios mayores a 60 años ni menores a 20 años. Todos estos datos se encuentran en el Cuadro 5:

Cuadro 5 Edad para muestra de microempresarios turísticos para Provincia de Coyhaique.

Rango de edades	Microempresarios	Microempresarias	Porcentaje
Menor a 20 años	0	0	0
20 – 25	1	2	5,56
26 – 30	2	1	5,56
31 – 35	1	5	11,11
36 - 40	5	13	33,33
41 – 45	8	4	22,22
46 – 50	3	1	7,41
51 – 55	3	2	9,26
56 – 60	1	2	5,56
Mayor a 60 años	0	0	0
Total	24	30	100

Fuente: Elaboración propia en base a Ficha de Caracterización

Nivel educacional: En cuanto al nivel de escolaridad, se observa que los microempresarios varones poseen un nivel educacional mayor que el de las mujeres, los

microempresarios entrevistados en esta muestra poseen su enseñanza media completa o algún tipo de estudio superior. Mientras que en el caso de las microempresarias estas se concentran su mayoría en estudios de enseñanza media incompleta o completa, existiendo un 18,52% de ellas con estudios medios incompletos.

La mayor parte de los microempresarios entre hombres y mujeres encuestados alcanzaron a terminar la enseñanza media, específicamente un 59,26% en la ciudad de Coyhaique. Aunque hay que hacer notar que estos son porcentajes bastante bajos, considerando que hoy en día estas brechas han tendido a normalizarse. Aunque se analizó el ambiente en el cual se desenvuelven estos microempresarios, no es extraño concluir que para la labor que ellos realizan muchas veces no es necesaria una mayor educación, sobre todo en el caso de las microempresarias que en su mayoría se dedican según esta muestra relacionadas a la actividad a través de hospedajes, el manejo del negocio se transforma en un oficio en el cual se acostumbran a actuar. Cabe destacar eso sí, que para un mayor crecimiento de las microempresas de nuestro país es necesario que los empresarios posean una mayor educación para poder explotar las oportunidades que les ofrece el mercado y los negocios que pudiera desarrollar dentro de éste, algo que se esta tratando de llevar a cabo por las autoridades en la Región de Aysén a través de diferentes programas como son Aysén Emprende, escuelas de Guías y asesoramientos a cargo de Sernatur, Sercotec y Fosis, para el aprovechamiento del recurso humano existente en la región de Aysén, y principalmente en la ciudad de Coyhaique donde se encuentra el mayor núcleo de población en la región.

La distribución entre las diferentes etapas de enseñanza que alcanzó cada microempresario encuestado se encuentra en el Cuadro 6.

Cuadro 6 Nivel Educativo para muestra de microempresarios turísticos para Provincia de Coyhaique.

Nivel educativo	Microempresarios	Microempresarias
Básica Incompleta	0	0
Básica Completa	1	1
Media Incompleta	2	9
Media Completa	14	18
Superior	8	1
Total	24	30

Fuente: Elaboración propia en base a Ficha de Caracterización

4.2 Descripción de los empresarios encuestados: De acuerdo al primer objetivo específico de determinar y analizar el perfil de emprendimiento de los microempresarios del sector turismo en la Provincia de Coyhaique se pueden hacer las siguientes inferencias:

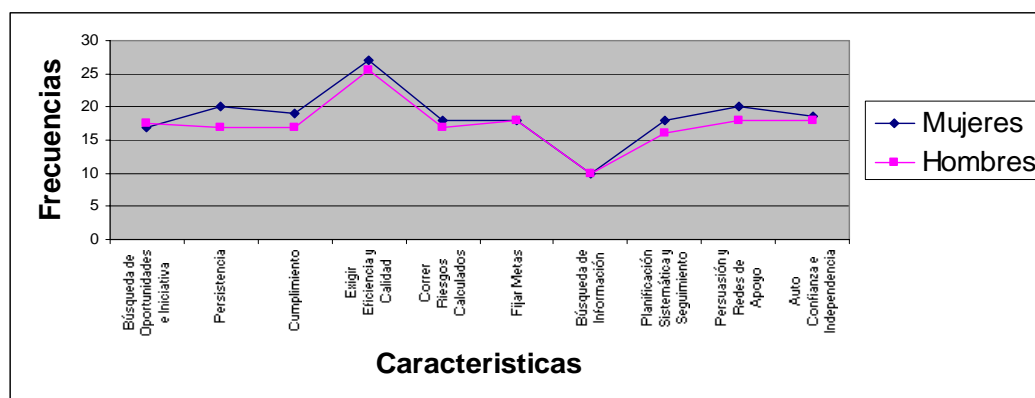
Si se organizan los datos obtenidos en la Provincia de acuerdo al género de los encuestados, considerando la mediana, al igual que estudios anteriores, para futuras investigaciones, al utilizar el mismo criterio de investigación, se puede observar que la frecuencia más baja está en la característica *búsqueda de información*, además se observa que en el caso de las mujeres, este resultado es igualitario al de los hombres. (Gráfico 5). También se pueden observar los altos niveles exigidos de eficiencia y calidad, son una de las características más altas en ambos sexos, en relación a persistencia el estudio arrojó que los hombres son marginalmente menos persistentes que las mujeres, ubicando en casi todas las características a las mujeres sobre los hombres.

Las diferencias entre ambos sexos se pueden notar en características como la *persistencia*, en donde la muestra femenina parece tener rasgos más fuertes de esta característica y, en *exigir eficiencia y calidad* y, *planificación sistemática y seguimiento*,

en donde las mujeres parecen tener una fortaleza en cuanto a estas características (Gráfico 5).

Se pueden hacer muchas presunciones de acuerdo a los resultados que muestra el Gráfico 5, como por ejemplo en el caso de la *autoconfianza e independencia*, la mayoría de los encuestados comenzó un negocio de la nada, con el sólo objetivo de obtener ingresos de forma independiente, de manera de no depender de terceros, en este sentido, la creación de empresa requiere a personas capaces, pero que al mismo tiempo confíen en que pueden alcanzar las metas y objetivos propuestos, de manera de hacer viable un negocio que, la mayoría de la veces, es el único sustento de la familia. Todos estos motivos justifican, de algún modo, que los niveles de *autoconfianza e independencia* se encuentren dentro de los más altos, además de la red de apoyo que poseen da a entender que es sólida, ya que al parecer al estar en una zona geográfica donde la población es escasa permite desarrollar redes de apoyo, tanto personales como gubernamentales, que poseen estos microempresarios.

Gráfico 5. Perfil emprendedor para la muestra de microempresarios turísticos de la Provincia de Coyhaique según género



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos de la aplicación del Cuestionario de Características Emprendedoras Personales y Ficha de Caracterización.

De acuerdo al segundo objetivo planteado en la investigación, el cual consiste en analizar la experiencia en el desarrollo de negocios de microempresarios del sector turismo de la Provincia de Coyhaique, se observa una diferencia entre los géneros

considerados, donde la mayoría de los microempresarios turísticos poseen algún grado de experiencia en otros negocios, siendo sólo el 38,89% de los microempresarios turísticos no han participado de otros negocios a lo largo de sus vidas. Sin embargo, cabe destacar que dicha experiencia ha sido mayormente en negocios, relacionados al comercio y turismo (Ficha técnica). La distribución de los microempresarios turísticos de la Provincia de Coyhaique con respecto ésta característica, se encuentra en el Cuadro numero 7.

Una explicación para el hecho del surgimiento de microempresarios turísticos sin experiencia previa en negocios, puede ser el hecho de la intervención de distintas instituciones públicas en la región de Aysen, donde instituciones como Sercotec, Fosis y el mismo Gobierno Regional, están invirtiendo recursos para fomentar la asociatividad entre los microempresarios y el fortalecimiento de las organizaciones gremiales existentes, un ejemplo de ello son el programa de Aysen emprende, desarrollado por Sercotec y las escuelas de guías que se encuentran funcionando en la región, además de la necesidad de obtener recursos para que la mayoría de los hijos de los entrevistados puedan seguir estudios superiores en otros puntos del país.

Cuadro 7. Muestra de microempresarios turísticos de Coyhaique de acuerdo a su experiencia en otros negocios.

Experiencia en otros negocios			
	Hombres	Mujeres	%
Si	19	14	61,11
No	5	16	38,89
Total	24	30	100

Fuente: Elaboración propia en base a Ficha de Caracterización

Ahora, si se analiza la muestra de mujeres, se puede ver que un 46,67% de mujeres con experiencia en otros negocios y un 53,33% de mujeres sin experiencia en otros negocios. (Cuadro 8)

Es importante mencionar que no se observaron grandes diferencias en cuanto mujeres con experiencia en otros negocios y las mujeres sin experiencia en otros

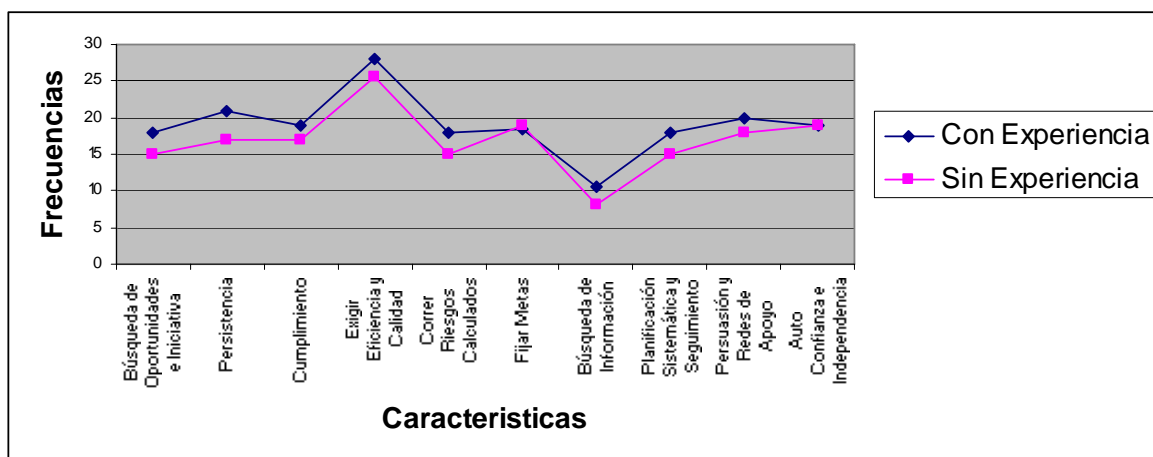
negocios, sino una leve tendencia a favorecer a las mujeres con experiencia, como en el caso *búsqueda de información*, en donde los datos muestran que una mujer con experiencia en otros negocios tiene más marcada esta característica junto con la persistencia. Otra diferencia notable es en *persuasión y redes de apoyo*, en donde las mujeres con experiencia en otros negocios poseen puntajes más altos (Gráfico 6).

Cuadro 8. Proporción para muestra de microempresarias turísticas de acuerdo a sus experiencias en otros negocios

Experiencia en otros negocios		
	Mujeres	%
Con Experiencia	14	46,67
Sin experiencia	16	53,33
Total	30	100

Fuente: Elaboración propia en base a Ficha de Caracterización

Gráfico 6. . Perfil emprendedor para muestra de microempresarios turísticos mujeres de la Provincia de Coyhaique según su experiencia en otros negocios.

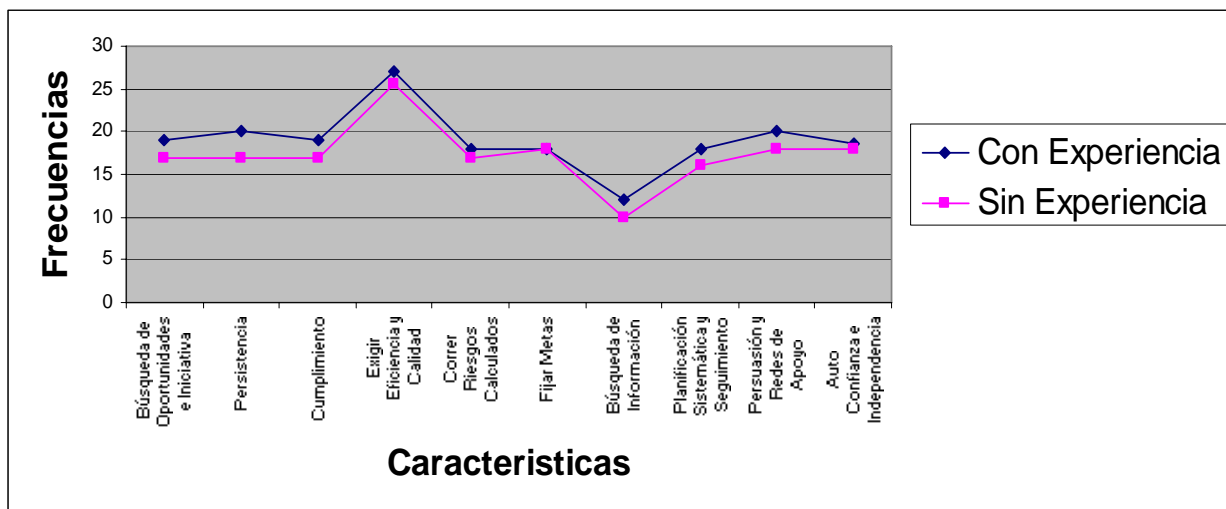


Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos de la aplicación del Cuestionario de Características Emprendedoras Personales y Ficha de Caracterización

Si, al igual que a las microempresarias, se observa a los microempresarios de acuerdo su experiencia en otros negocios, se puede observar que existen diferencias notables entre los microempresarios con experiencia en otros negocios, frente a los microempresarios que no la tienen.

De acuerdo al Gráfico 7, la muestra de microempresarios, con experiencia en los negocios posee una debilidad en cuanto a *la búsqueda de información* en comparación con las otras características evaluadas. Es importante destacar que los microempresarios se han mantenido sobre la misma línea de negocio, ampliándolo de acuerdo a las oportunidades de negocios que se les han ido presentando. En este sentido si se evalúa la búsqueda de información como característica se podría decir que es una debilidad para poder encontrar nuevas oportunidades de negocios, pero no debería afectar esta característica lo suficiente como para opacar el desempeño dentro de sus actividades, sino mas bien algo en lo que se deben preocupar para afrontar de mejor manera las oportunidades que se pueden presentar. Lo que sí se destacó dentro de la muestra seleccionada de microempresarios con experiencia en otros negocios fueron los altos puntajes que obtuvieron en características como: *Cumplimiento de metas, exigir eficiencia y calidad, fijar metas y, persuasión y redes de apoyo.*

Gráfico 7. Perfil emprendedor para muestra de microempresarios turísticos hombres de la Provincia de Coyhaique según su experiencia en otros negocios



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos de la aplicación del Cuestionario de Características Emprendedoras Personales y Ficha de Caracterización

4.3 Variables del entorno que afectan al sector turismo: Como una forma de responder al tercer y último objetivo planteado, el cual consiste en analizar el sector turismo de la Provincia de Coyhaique y los incentivos que este ofrece a la formación de empresas dentro de éste, se analizarán las variables que afectan el entorno en el cual se desenvuelven estas microempresas turísticas. Éstas variables se detallan a continuación:

Percepción sobre la rentabilidad del sector: Esta percepción se mantuvo más o menos constante (Cuadro 9), es decir, 85,19% consideró su rentabilidad como regular, mientras que el 14,81% la consideró buena y ninguno percibe tener una mala rentabilidad, solo en el caso de las mujeres una sola de ellas la consideró buena, según lo que se pudo observar, se notó que los microempresarios hombres perciben más ingresos que las mujeres. Esto se debe a la mayoría de los microempresarios hombres desarrollan sus negocios en rubros como restaurante, agencias de turismo, siendo restaurante el que menos depende de la fluctuación de turistas.

Cuadro 9. Percepción de la rentabilidad del sector por parte de la muestra de microempresarios turísticos de Coyhaique

Rentabilidad	Hombres	Mujeres	Total	%
Buena	7	1	8	14,81
Mala	0	0	0	0,00
Regular	17	29	46	85,19
Total	24	30	54	100

Fuente: Elaboración propia en base a Ficha de Caracterización

Percepción sobre el desarrollo del sector: Las causas de los resultados de esta variable se encuentran vinculadas con los resultados de la variable anterior, de acuerdo a cómo los microempresarios perciban el desarrollo del sector, será como perciban también la rentabilidad que pudieran obtener manteniendo su negocio dentro de él.

En este sentido, la proporción de las respuestas de la muestra con respecto a esta variable se ve un mayor optimismo porque mejore el sector dentro de los próximos años. Este optimismo se debe, entre otras causas, a la coordinación entre la Cámara de Turismo y entidades gubernamentales, que están trabajando en conjunto por transformar a la región de Aysen en una región turística. (Cuadro 10)

Cuadro 10. Percepción sobre el desarrollo del sector por parte de la muestra de microempresarios turísticos de Coyhaique

Desarrollo del sector	Hombres	Mujeres	Total	%
Buena	13	14	27	50
Mala	0	0	0	0
Regular	11	16	27	50
Total	24	30	54	100

Fuente: Elaboración propia en base a Ficha de Caracterización

Conocimiento de instrumentos de fomento del Estado: Las respuestas con respecto a esta variable dejan claro que, de la muestra seleccionada, muy pocos conocían los

instrumentos que se les mencionaron y que aparecen detallados en los Cuadros 11 y 12. Y, un dato relevante es que el 100% de los encuestados no conoce el programa de desarrollo de proveedores o quizás lo conocen o lo han utilizado con otro nombre.

Cuadro 11. Conocimiento de los instrumentos de fomento del Estado por parte de los microempresarios turísticos encuestados en Coyhaique

¿conoce los siguientes Instrumentos del Estado?	Hombres		Mujeres	
	Si	No	Si	No
Programa de desarrollo de proveedores (PDP)	0	24	0	30
Subsidio Mype (Sence)	16	8	2	28
Fondo de asistencia Técnica (FAT)	15	9	3	27
Proyecto Asociativo de Fomento (PROFO)	15	9	3	27
Franquicia tributaria (Sence)	22	2	20	10
Chilecompra	20	4	11	6

Fuente: Elaboración propia en base a Ficha de Caracterización

En cuánto de los microempresarios que conocían cierto instrumento de fomento no los habían utilizado, excepto la franquicia tributaria Sence, que es el instrumento más utilizado por los encuestados. Se puede observar que son bastante pocos los microempresarios que han aprovechado estas herramientas que ofrece el Estado. (Cuadro 14)

Cuadro 12. Utilización de los instrumentos de fomento del Estado por parte de los microempresarios turísticos encuestados en Coyhaique

¿Ha usado los siguientes instrumentos del Estado?	Hombres		Mujeres	
	Si	No	Si	No
Programa de desarrollo de proveedores (PDP)	0	24	0	30
Subsidio Mype (Sence)	5	19	2	28
Fondo de asistencia Técnica (FAT)	4	20	2	28
Proyecto Asociativo de Fomento (PROFO)	3	21	3	27
Franquicia tributaria (Sence)	19	5	20	10
Chilecompra	14	10	10	20

Fuente: Elaboración propia en base a Ficha de Caracterización

5. Conclusiones

El perfil emprendedor de la muestra de microempresarios turísticos de la Provincia de Coyhaique tiene sus fortalezas en *exigir eficiencia y calidad, persuasión y redes de apoyo, cumplimiento, persistencia, autoconfianza e independencia*. Estas características se consideraron importantes a la hora de la creación de empresas por que son necesarias en esta región las redes sociales, la persistencia y la confianza que cada empresario deposite sobre sus propias capacidades, especialmente en el caso de las microempresas, las capacidades del microempresario emprendedor serán las necesarias para que el negocio sea sustentable a lo largo del tiempo. En cuanto a la característica de *cumplimiento*, es vital que el microempresario la posea, debido a que el negocio está bajo su responsabilidad y, el no cumplimiento de actividades puede llevar al fracaso de la microempresa. Por otro lado, según las encuesta dejan en claro, el potencial de las mujeres en relación a los hombres en estos puntos, relacionados a la responsabilidad al emprender en este tipo de actividades, aunque según el estudio las microempresarias poseen en general un nivel educación menor que el de los microempresarios.

En cuanto a la debilidad de los microempresarios, esta se encuentra en la *búsqueda de información, planificación sistemática y seguimiento*, característica que debe ser superada para afrontar de mejor forma las oportunidades de negocios que se puedan presentar y lograr un mejor manejo de su propio negocio. En conversaciones fuera de las entrevistas realizadas con los microempresarios dejaron en claro esta debilidad, ya que muchos desconocían los instrumentos que ofrece el Estado, no llevan un control contable de sus operaciones. Es decir, el microempresario deja fluir el negocio con el entorno sin intervenir en factores que pudieran influenciar a la microempresa, beneficiándola o perjudicándola y en este sentido se debe mencionar que en la región de Aysén, principalmente en Coyhaique las autoridades y servicios gubernamentales como Sercotec, Fosis, Sernatur están preocupadas, trabajando y desarrollando programas como Aysén emprende, escuelas de guías, curso de contabilidad, cursos de idioma, para brindarles las herramientas necesarias a quienes quieran transformar estas actividades en una profesión que les permita enfrentar de mejor forma sus actividades.

En cuanto al análisis del desarrollo de negocios en la Provincia, la mayoría de los microempresarios ha seguido la misma línea de negocios, es decir, el comercio o el trabajo en forma independiente, es claro que los microempresarios han sabido detectar la oportunidad de mercado o en muchos casos por la necesidad de obtener recursos extras, ya sea para el estudio de sus hijos como muchos comentaron o por las oportunidades que les brinda el lugar y sus condiciones geográficas, por lo que el microempresario que se inició en una determinada área de negocios la ha seguido fielmente a lo largo de su vida empresarial. Esto está íntimamente relacionado con el tercer objetivo específico de la presente investigación, determinar que el sector en la región representa un mercado estable, con esperanzas de crecimiento debido a las distintas inversiones realizadas, como es la extensión de la zona franca de Punta Arenas, las investigaciones y los aportes por parte de organismos de gobierno centradas en torno a este sector, como ya mencionamos anteriormente a través de Sercotec y el programa Aysen emprende, impulsando de esta manera el crecimiento del turismo en el país y en la región, beneficiando la balanza comercial a través del ingreso de divisas.

Finalmente se puede concluir que las características de los microempresarios turísticos de la Provincia de Coyhaique se desenvuelven en condiciones económicas estables y favorables. En cuanto a las microempresas, se observa que éstas cada vez son más en el país, y no es extraño que el gobierno no dude en impulsarlas debido a que junto a las pequeñas y medianas empresas son los sectores que otorgan más puestos de trabajo. Luego, si se combinan las características favorables que presenta el sector turístico y el crecimiento de las microempresas y a esto se menciona la apertura de barreras comerciales, el prestigio internacional de los destinos turísticos existentes en Chile, que ha llevado a un crecimiento de entrada de extranjeros a nuestro país, se puede concluir que es fundamental explotar y potenciar el sector turístico no tan solo de la Provincia de Coyhaique sino también de todo el país potenciándolo a nivel mundial a través de difusión y coordinación como una de las ventajas comparativas como país.

El sector turismo tiene un gran potencial que comienza a dar frutos hoy día y que se desconoce hasta donde puede llegar, es por eso que todo el desembolso que se haga en este sector no debe ser visto como un gasto sino como una inversión a largo plazo, si

logran mantener el desarrollo turístico en tiempo se puede lograr un desarrollo sustentable que aportaría por muchos años a la economía de un país exportador como Chile, estos recursos gestionados por personas que capacitadas e idóneas puede durar para siempre.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Internacional de Noticias. 2004 Septiembre 27. Homepage. <<http://www.noticias.info/Asp/aspComunicados.asp?nid=34272&src=0>> Accesado 2004 Septiembre 28.
- Castillo C., y A. M. Rusque. 2002. Emprendimiento: De la Capacidad Empresarial a la Capacidad Emprendedora. Ponencia presentada en XIX Encuentro Nacional de Escuelas y Facultades de Administración y Economía. 15 al 17 de mayo de 2002. Talca. Chile. Disponible en CD.
- Comité de Fomento de la Micro y Pequeña Empresa, 2003. La situación de la Microempresa en Chile. Santiago. Disponible en Homepage <<http://www.sercotec.cl/archivos/destacados/libro%20mipe.pdf?region=14>> Accesado 2004 Julio 23.
- Economía y Negocios, El Mercurio. 2004 Septiembre 28. Homepage < <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=60110>> Accesado 2004 Septiembre 28.
- Etchebarne M. Soledad. 2003. Emprendimiento. Programa de Especialización en Comunicación Tecnológica, Universidad de la Frontera, Temuco. Disponible en Homepage http://ramtun.ufro.cl/ptec/doc/soledad%20etchebarne_1.ppt
- Gobierno de La Región de Aysén, portal de información pública regional 2000 Enero 1. Homepage. <<http://www.coyhaique.cl>> Accesado 2005, septiembre 01.
- Herrera, J. 2003. Crédito a la microempresa en Chile: una revisión cualitativa 1991-2001. Programa de Economía del Trabajo. Santiago.
- Hernández , R., C. Fernández, P. Baptista. 1998. Metodología de la Investigación . 2º ed. México, DC: Prentice-Hall, Inc.
- Instituto Nacional de Estadística 2002 Enero 1. Homepage. <<http://www.ine.cl/14-econo/i-economia.htm>> Accesado 2004 Junio 08.
- Ilabel, G. 2004. Medición de la capacidad emprendedora de microempresarios del sector turismo de la región de Los Lagos. Trabajo no publicado. Instituto de Administración. Universidad Internacional de Andalucía, España
- Instituto Nacional de Estadísticas. Primera encuesta semestral de las micro empresas y tercera de las pequeñas y medianas. Disponible en Homepage <<http://www.ine.cl/14-econo/texto.htm>> Accesado 2004 Septiembre 20
- Organización Mundial de Turismo. 2005 Septiembre 30. Homepage <<http://www.omt.org/>> Accesado 2005 Octubre 1
- Rusque, A., S. Ramirez et al. 1998. Ponencia: Medición de Capacidad Emprendedora de Estudiantes de Escuelas de Administración de Europa y América Latina. XII Congreso latinoamericano sobre Espíritu empresarial, Instituto Tecnológico de Costa Rica, Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial. Costa Rica. Disponible en Homepage < <http://lanic.utexas.edu/pyme/esp/publicaciones/biblioteca/itcr/estud.html>> Accesado 2004 Octubre 30.

- Sercotec, 2005 Chile emprende. Disponible en Homepage http://www.sercotec.cl/cuenta_publica.asp?id=265®ion=14 accesado 2005 Octubre 28
- Sercotec, 2005 Aysén emprende. Disponible en Homepage <http://64.233.161.104/search?q=cache:wbliq6A6NCYJ:www.sercotec.cl/archivos/destacados/Cuentapublica2004.doc%3Fregion%3D14+programa+aysen+emprende&hl=es> accesado 2005 Octubre 28
- Sernatur, 2002. Anuario de Turismo. Santiago. Disponible en Homepage <<http://www.sernatur.cl/>> Accesado 2004 Julio 15
- Sernatur, 2003. Anuario de Turismo. Santiago. Disponible en Homepage <<http://www.sernatur.cl/>> Accesado 2004 Julio 15
- Sernatur, 2004. Anuario de Turismo. Santiago. Disponible en Homepage <<http://www.sernatur.cl/>> Accesado 2005 octubre 15
- Servicio de Impuestos Internos 2000 Octubre 2. Microempresas familiares. Disponible en Homepage <http://www.sii.cl/contribuyentes/empresas_por_tamano/microemp_familiares.htm> Accesado 2004 Octubre 5.

ANEXOS

Anexo 1

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN DE LOS HÁBITOS

INSTRUCCIONES

1. Este cuestionario consta de 55 declaraciones breves. Lea cuidadosamente cada declaración

y decida cual le describe en forma más acertada. Sea honesto consigo mismo. Recuerde que nadie hace todo bien, y ni siquiera es algo deseable saber hacer de todo.

2. Seleccione el número que corresponde para indicar la medida en que la declaración le describe:

- 1. = Nunca es cierto**
- 2. = Raras veces es cierto**
- 3. = Algunas veces es cierto**
- 4. = Usualmente es cierto**
- 5. = Siempre es cierto**

3. Marque con una equis (X) la alternativa que usted haya elegido, para cada pregunta, como

en el siguiente ejemplo:

9 Trabajo hasta tarde X

En este caso se respondió la alternativa 4: "Usualmente es cierto". Es decir, la persona que contestó

el cuestionario considera que "usualmente es cierto" que trabaja hasta tarde.

4. Algunas de las frases pueden ser parecidas o similares, pero ninguna es exactamente igual.

5. Por favor, trate de marcar una alternativa en todas las frases

1 2 3 4 5

Recuerde marcar sólo una alternativa

1 Me preocupo por hacer cosas que necesitan hacerse

- | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|
| 2 | Cuando me enfrento a un problema difícil, invierto mucho tiempo en encontrar una solución | | | | |
| 3 | Termino mi trabajo a tiempo | | | | |
| 4 | Es molesto cuando las cosas no se hacen correctamente | | | | |
| 5 | Prefiero las situaciones en las que puedo controlar al máximo el resultado final | | | | |
| 6 | Me gusta pensar en el futuro | | | | |
| 7 | Cuando comienzo una tarea o proyecto nuevo, reúno toda la información posible antes de hacerlo | | | | |
| 8 | Planifico una tarea grande dividiéndola en actividades más chicas | | | | |
| 9 | Logro convencer a otros | | | | |
| 10 | Confío en que puedo tener éxito en cualquier cosa que quiera hacer | | | | |
| 11 | No importa con quién esté hablando, siempre escucho muy atentamente | | | | |
| 12 | Hago lo que se necesita hacer antes de que las circunstancias me obliguen | | | | |
| 13 | Insisto varias veces hasta conseguir superar un obstáculo | | | | |
| 14 | Cumplo todas las promesas que hago | | | | |
| 15 | Mi rendimiento en el trabajo es mejor que el de otras personas | | | | |
| 16 | Antes de hacer algo nuevo siempre he hecho todo lo posible para asegurar el éxito | | | | |
| 17 | Pienso que es una pérdida de tiempo preocuparme sobre qué haré con mi vida | | | | |
| 18 | En mi trabajo busco el consejo de personas que saben más que yo | | | | |
| 19 | Antes de hacer algo, considero cuidadosamente las ventajas y desventajas de las distintas maneras de hacer algo | | | | |
| 21 | Cuando quiero conseguir algo de otra persona, no pierdo mucho tiempo pensando en cómo puedo influirla | | | | |
| 21 | Cambio de manera de pensar si otros se oponen a mi punto de vista | | | | |
| 22 | Me resiento cuando no logro lo que quiero | | | | |

- | | | | | |
|--|--|--|--|--|
| tiempo tratando de anticiparlos | | | | |
| 42 Ante los problemas que van surgiendo, busco soluciones que benefician a todos los involucrados para lograr finalmente lo que quiero | | | | |
| 43 Mi rendimiento en el trabajo es excelente | | | | |
| 44 En ocasiones he sacado ventaja de otras personas | | | | |
| 45 Me atrevo a hacer cosas nuevas y diferentes a las que he hecho en el pasado | | | | |
| 46 Intento diferentes maneras de superar obstáculos que se interponen al Logro de mis metas | | | | |
| 47 Aunque yo mismo fije la fecha de entrega de un trabajo, mi familia es más Importante | | | | |
| 48 Encuentro la manera de terminar trabajos en forma más rápida, en la casa Tanto como en el trabajo | | | | |
| 49 Hago cosas que otras personas encuentran arriesgadas | | | | |
| 50 Me preocupa tanto alcanzar mis metas semanales como mis metas anuales | | | | |
| 51 Busco información en distintas partes cuando necesito ayuda para hacer algo | | | | |
| 52 Si no resulta una manera de solucionar un problema, busco otra forma de Hacerlo | | | | |
| 53 Puedo lograr que personas seguras de sus ideas cambien de modo de pensar | | | | |
| 54 Me mantengo firme en mis decisiones aún cuando otras personas se opongan energéticamente | | | | |
| 55 Cuando no sé algo lo admito inmediatamente | | | | |

Anexo 2

FICHA TECNICA
PROYECTO “CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS
MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR TURISMO DE PROVINCIA DE
COYHAIQUE”

Estimado/a empresario/a necesitamos de su colaboración para el estudio que estamos realizando sobre la Capacidad Emprendedora de los microempresarios turísticos de la Provincia de Coyhaique
 Cualquier duda al respecto, pueden formularla a la coordinadora del proyecto, prof. Ester Fecci Perez fono: 63-221402 (oficina Uach), email: efecci @uach.cl

1.- ¿Hace cuánto tiempo es empresario turístico?

Tipo de empresa:

2.- ¿Es una empresa familiar?

Número de trabajadores remunerados:

SI _____ NO _____

Número de trabajadores no remunerados:

3.- ¿Ha tenido experiencia en otros negocios? ¿Cuáles? Edad de inicio en los negocios

4.- ¿Cómo calificaría su rentabilidad en los últimos años?

Buena _____ Mala _____ Regular _____

5.- ¿Cómo ve el desarrollo de su sector económico?

Bueno _____ Malo _____ Regular _____

6.- ¿Cuáles son las principales dificultades de su sector?

Dificultades	SI	NO
Falta inversión pública		
Falta infraestructura vial		
Falta inversión privada		
Falta de créditos y fuentes de financiamiento		
Falta coordinación público-privada		
Falta de servicios básicos y de comunicación		

7.- ¿Se ha capacitado en los últimos tres años?

SI ____ ¿EN QUÉ?

NO _____ ¿POR QUÉ?

8.- ¿Conoce los siguientes instrumentos del Estado?

Instrumentos	SI	¿Lo ha usado?	NO
Programa de desarrollo de proveedores (PDP)			
Subsidio Mype (Sence)			
Fondo de Asistencia Técnica (FAT)			
Proyecto Asociativo de Fomento (PROFO)			
Franquicia tributaria (Sence)			
Chilecompra			

9.- Caracterización

Sexo: _____

Edad: _____

Nivel educacional: _____

Rango de ventas mensuales en temporada alta: _____

Rango de ventas mensuales en temporada baja: _____