

* *Territorio* **y Emprendimiento**

* GUÍA PEDAGÓGICA *
* GUÍA PEDAGÓGICA *
* GUÍA PEDAGÓGICA *



Núcleo Milenio para
el Desarrollo Integral
de los Territorios



Director
William Foster

Director Alterno
Gustavo Anríquez

Directora de Investigación
Sofía Furtado

Encargada de Comunicaciones
Emma Antón

Equipo Técnico
Otoniel Aguiar
Gustavo Anríquez
Miguel Carvajal
Félix Modrego
Gianni Romaní
Yuliana Quesada

Diseño y diagramación
Francisca Irribarra

Colegio de Profesoras y Profesores de Chile
Colegio de Profesoras y Profesores de Chile
Mario Aguilar - Presidente
Graciela Álvarez - Pro-tesorera y Encargada Nacional de Educación y Perfeccionamiento
Tania Robledo - Coordinación técnica de convenio
Consultores pedagógicos
José Villagrán - Pro secretario de la Región de O'Higgins
Cristián Velázquez - Pro secretario de la Región de Atacama

Edición
Emma Antón
Sofía Furtado

Guía Pedagógica: TERRITORIO Y EMPRENDIMIENTO
Derechos reservados 2025
Se permite la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación, siempre que sea citada la fuente.

© NÚCLEO MILENIO PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LOS TERRITORIOS
(CEDIT) WWW.CEDIT.CL

EXENCIÓN DE RESPONSABILIDAD

Las denominaciones usadas y la presentación del material de esta guía pedagógica no expresan opinión de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo de Chile, ni de las universidades albergantes del Núcleo Milenio CEDIT: Pontificia Universidad Católica de Chile, Universidad Católica del Norte, Universidad Mayor y Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Los ejemplos, actividades, colores, nombres y otra información expuesta en esta guía no denotan, por parte de CEDIT, juicio alguno sobre la condición jurídica de ninguno de los territorios, ni comunas expuestas como ejemplos.

Santiago, Chile, 2025

Núcleo Milenio para el Desarrollo
Integral de los Territorios
CEDIT



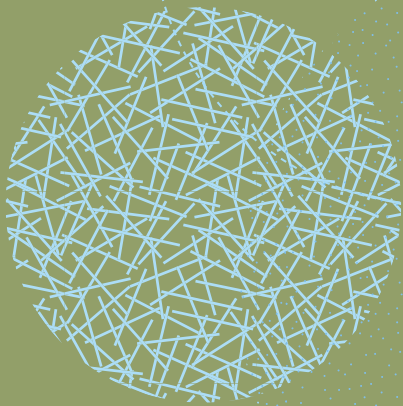
índice

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	06
▶ PRESENTACIÓN	8
▶ LA CAUPO	10
▶ OBJETIVOS DE LA GUÍA	12
▶ ORGANIZACIÓN DE LA GUÍA	13
CAPÍTULO 2 EXPLORANDO EL EMPRENDIMIENTO EN CHILE: MOTIVACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN	20
▶ EN LA GUÍA DE ACTIVIDADES	22
CAPÍTULO 3 DEFINIENDO CONCEPTOS CLAVE PARA LA EXPLORACIÓN DE LOS TERRITORIOS Y EMPRENDIMIENTOS: EXPLORACIÓN DE CONCEPTOS Y HERRAMIENTAS	26
▶ EN LA GUÍA DE ACTIVIDADES	28
▶ 1. TERRITORIO	30
1.1 EL GRADIENTE URBANO RURAL	
1.2 URBANO	
1.3 CIUDAD	
1.4 AREA MIXTA O INTERMEDIA	
1.5 DISTANCIA	
▶ 2. EMPRENDIMIENTO	40
2.1 EMPRESA	
2.2 COSTOS	
2.3 DIVISIÓN DEL TRABAJO	
2.4 ECONOMÍAS DE ESCALA	
2.5 ECONOMÍAS DE AGLOMERACIÓN	
2.6 DENSIDAD EMPRESARIAL	
CAPÍTULO 4 INVESTIGANDO EL EMPRENDIMIENTO EN TU COMUNA: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS	60
▶ EN LA GUÍA DE ACTIVIDADES	62
▶ 1. EXPLORACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE TERRITORIO Y EMPRENDIMIENTO	62
▶ 2. ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL ENTORNO URBANO Y RURAL	63
▶ 3. ANÁLISIS DE LA DISTANCIA Y LA ORGANIZACIÓN TERRITORIAL	64
▶ FUENTES DE INFORMACIÓN	65

CAPÍTULO 5 PRESENTANDO TUS CONCLUSIONES: APLICACIÓN Y COMUNICACIÓN DE RESULTADOS	66
▶ EN LA GUÍA DE ACTIVIDADES	68
▶ 1. ELABORACIÓN DE PRODUCTOS FINALES	68
1.1 ESTRATEGIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN	
1.2 ESTRATEGIAS PARA LA RETROALIMENTACIÓN	
▶ 2. EVALUACIÓN	69
2.1 RÚBRICA DE EVALUACIÓN PARA INFORME Y PRESENTACIÓN	
2.2 OBSERVACIÓN EN DEBATE Y DISCUSIÓN GRUPAL	
2.3 AUTOEVALUACIÓN Y COEVALUACIÓN ENTRE ESTUDIANTES	
▶ 3. RECURSOS DIDÁCTICOS	71
CAPÍTULO 6 AGRADECIMIENTOS Y REFERENCIAS	72
▶ AGRADECIMIENTOS	74
▶ REFERENCIAS	75

CAPÍTULO 1

Introducción





Presentación

El emprendimiento es un factor clave en el desarrollo económico y social de Chile, pero su éxito no depende únicamente de la creatividad y el esfuerzo individual de los emprendedores. Las condiciones del territorio en el que se desarrolla un emprendimiento influyen directamente en sus posibilidades de crecimiento y sostenibilidad. Factores como la infraestructura disponible, el acceso a financiamiento, la existencia de redes de colaboración y las características de los mercados locales pueden facilitar o dificultar la consolidación de un negocio. En este contexto, comprender la relación entre territorio y emprendimiento se vuelve fundamental para analizar cómo las oportunidades y desafíos varían según las características de cada región del país.

La Guía Pedagógica: Territorio y Emprendimiento, desarrollada en el marco del proyecto de Proyección al Medio Externo (PME) “Relatos del Territorio”, del Núcleo Milenio para el Desarrollo Integral de los Territorios (CEDIT), propone un enfoque basado en proyectos y en la investigación aplicada, con el objetivo de que las y los estudiantes de 3° y 4° medio exploren cómo las dinámicas territoriales inciden en la actividad emprendedora. A partir del análisis de datos territoriales, la comparación de realidades urbanas y rurales, y el estudio de casos concretos en distintas comunas, las y los estudiantes podrán evaluar qué factores favorecen o dificultan el emprendimiento en diferentes contextos. Para enriquecer este análisis, se utilizará la plataforma VistaChile (www.vistachile.cl) que proporciona información actualizada sobre el número de empresas, el empleo, el nacimiento y muerte de empresas, y otras variables claves que influyen en la distribución del emprendimiento en Chile.

A lo largo de esta unidad, las y los estudiantes desarrollarán habilidades esenciales para comprender el territorio como un factor determinante en el desarrollo del emprendimiento. Mediante el uso de datos reales, la identificación de patrones territoriales y la formulación de propuestas, podrán no sólo analizar la realidad económica de su entorno, sino también proponer alternativas para fortalecer el emprendimiento en sus comunidades. De este modo, esta guía busca fomentar una mirada territorial crítica y reflexiva, que permita a las y

los estudiantes comprender los desafíos del desarrollo local y generar soluciones innovadoras desde una perspectiva informada.

En el marco del Plan de Formación Diferenciada Humanístico-Científica, esta guía se inscribe dentro de un conjunto de asignaturas que permiten a las y los estudiantes explorar y profundizar en áreas de su interés, basándose en los principios de electividad, profundización y exploración. Si bien su enfoque es interdisciplinario, puede insertarse especialmente en el área de Historia, Geografía y Ciencias Sociales, permitiendo una aproximación territorial al estudio del emprendimiento y su impacto en el desarrollo económico regional.

La metodología empleada en esta guía se fundamenta en el aprendizaje basado en proyectos (ABP) y en la resolución de problemas, lo que permite a las y los estudiantes abordar situaciones vinculadas a su vida cotidiana y desarrollar habilidades de investigación, análisis y toma de decisiones. A través del aprendizaje basado en proyectos, las y los estudiantes trabajan en torno a una pregunta compleja, un problema o un desafío, generalmente surgido desde sus propias inquietudes, que pueden abordar desde diferentes perspectivas y disciplinas, fomentando la interdisciplinariedad. Este proceso culmina con la elaboración de un producto final o la presentación pública de los resultados. Por otro lado, el aprendizaje basado en problemas se centra en la identificación de preguntas y necesidades concretas del entorno, a partir de las cuales las y los estudiantes investigan y proponen soluciones fundamentadas.

En este sentido, esta guía busca no solo entregar conocimientos teóricos sobre emprendimiento y territorio, sino también inspirar a las y los estudiantes a comprender su propio entorno como un espacio dinámico, en el que las oportunidades y desafíos económicos dependen de múltiples factores. A través del análisis de datos reales, la observación de casos concretos y la formulación de estrategias innovadoras, las y los estudiantes podrán participar activamente en la elaboración de propuestas para fortalecer el desarrollo local en sus comunas, promoviendo un aprendizaje activo, reflexivo y conectado con la realidad del país.

William Foster
Director CEDIT

La Caupo

¡Hola! Mi nombre es Caupolicana Fulvicollis, pero la mayoría me dice La Caupo. Soy una abeja nativa y endémica de Chile. Eso significa que solo existo acá y soy una de las 400 especies que actualmente se registran en nuestro país. Seré la encargada de guiarte a través de nuestros territorios y contarte acerca de cómo influyen en diferentes aspectos de nuestras vidas. Pero antes de ir con eso, quiero que aprendas un poco más de nosotras, las abejas silvestres, ¡para que nos cuides la próxima vez que nos veas!



POLINIZADORES

Probablemente cuando pienses en abejas, lo primero que se te venga a la mente es un panal con miel, pero la mayoría de mis primas nativas, y yo misma, somos especies no melíferas (es decir, no producimos miel). Además, tampoco vivimos en colmenas y somos más bien solitarias.

A pesar de eso, somos especialistas en polinizar una gran variedad de plantas, contribuyendo así a la salud de los ecosistemas agrícolas y naturales.

¿Y por qué somos importantes los polinizadores? Porque facilitamos la fertilización de muchas plantas al transferir el polen de una flor a otra. Cerca del 90% de las plantas con flores dependen de la polinización, un servicio esencial para la producción de alimentos y la conservación de la biodiversidad (IPBES, 2016). Otros polinizadores: mariposas, aves, murciélagos, insectos y vertebrados.

ALIMENTOS QUE CONSUMIMOS QUE SON POLINIZADOS POR ABEJAS NATIVAS:

Tomate, ají, pimentón, frutilla, zapallo, zapallo italiano, palta, manzana, cereza, durazno, entre muchos otros.

Si no fuera por nosotros se perdería una gran parte de los cultivos, afectando la alimentación de las personas y la biodiversidad del planeta. La polinización no solo permite la producción de alimentos, sino que también contribuye a la regeneración de especies vegetales que proporcionan oxígeno, refugio y hábitats a otras especies animales (Vieli et al., 2021).

Por eso es tan importante que seas una persona amigable con nosotros, los polinizadores, porque somos fundamentales para la vida tuya, la de animales, plantas y la de todo el planeta. Si nos ves, no nos hagas daño. Para ayudarnos aún más, una forma excelente de trabajar con nosotros es recuperar áreas degradadas con plantas nativas.

¡AHORA, UN POCO MÁS SOBRE MÍ!

Ya sabes que soy una de las especies cruciales para la polinización, pero no sabes que soy una abeja que tiene un vuelo muy ágil y eficiente, lo que me permite cubrir grandes distancias entre flores buscando néctar.

Como te comentaba, soy una abeja más bien solitaria y no vivo en condominios como colmenas. Me gusta un poco más de independencia, pero como la unión hace la fuerza, igual vivo cerca de otras Caupolicanas, juntas, pero no revueltas. Nos agrupamos en colonias y formamos nidos en la arena.

Estamos presentes en gran parte de Chile, entre las regiones de Atacama y del Biobío. Nos encantan las flores, en especial la Loasa tricolor, *Solanum maritimum* y *Colletia spinossisima* (RCE, 2021; Vial, 2025).

Si bien todos me dicen La Caupo, te cuento que *Caupolicana fulvicollis* significa “Caupolicana de collar rojo”, porque mira qué hermosa me veo con este llamativo color rojizo en mi tórax. Ojo, que este color lo tenemos solo las hembras, los machos tienen un color más amarillento o anaranjado. Y *Caupolicana* viene del toqui Caupolicán, un líder mapuche que se caracterizó por resistir la colonización española durante el siglo XVI.

Y así como Caupolicán que resistió, nosotras las abejas nativas seguimos enfrentando una serie de amenazas. Por ejemplo, la expansión de las áreas urbanas costeras, la competencia con abejas no nativas, el uso de pesticidas y, obviamente, el cambio climático, que altera los patrones de floración.

Y ahora que ya conoces más sobre mí y mis primas, las abejas nativas, ¡te invito a que recorramos nuestros territorios!

La Caupo
Embajadora
CEDIT



Objetivos de la guía

Esta guía busca proporcionar a las y los docentes herramientas para acompañar a las y los estudiantes en el análisis del emprendimiento desde una perspectiva territorial, fomentando el uso de datos reales y metodologías activas de enseñanza. A través de la investigación, la comparación de casos y el análisis crítico, se espera que las y los estudiantes comprendan la relación entre emprendimiento y territorio, desarrollando una mirada informada sobre las oportunidades y desafíos que enfrentan las comunidades en distintas regiones de Chile.

Explicar la relación entre los atributos y características del territorio y el desarrollo emprendedor, considerando su vínculo con las políticas públicas y la economía local.

Implementar estrategias de enseñanza basadas en la investigación, la comparación de casos y metodologías activas que fomenten el aprendizaje significativo.

Guiar a las y los estudiantes en la interpretación y análisis de datos territoriales para evaluar oportunidades y desafíos del emprendimiento en distintos contextos.

Analizar influencia del emprendimiento en la generación de empleo, el desarrollo económico de los territorios y comunidades.

Diseñar y aplicar estrategias de evaluación que permitan valorar el aprendizaje de las y los estudiantes a través de actividades que integren investigación, análisis crítico y propuestas aplicadas.

Organización de la Guía

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cómo influyen las características del territorio en el desarrollo del emprendimiento en Chile?

El emprendimiento es un motor clave para el desarrollo económico y la innovación en Chile y en el mundo, pero su éxito no depende únicamente de la creatividad o las habilidades del emprendedor.

Factores como la infraestructura, el acceso a redes de colaboración, los costos de operación y las economías de aglomeración juegan un papel fundamental en la viabilidad de un negocio. Tradicionalmente, se ha asumido que las grandes ciudades ofrecen mejores oportunidades para los emprendedores debido a un entorno de mayor productividad que se traduce en reducciones de costos, mercados más amplios y acceso a trabajadores especializados y de mayor calificación. Sin embargo, estudios recientes sugieren que esta relación no es tan directa como se creía.

En su investigación, Modrego, Atienza y Hernández (2024) encontraron que, en Chile, las regiones con mayor población tienden a tener mayores tasas de creación de nuevas empresas, pero el crecimiento de estos emprendimientos no está necesariamente relacionado con características del territorio, como el tamaño de la población.

Si bien las ciudades ofrecen ventajas como acceso a información y conocimiento, fuentes de financiamiento y servicios especializados de apoyo al emprendimiento, también presentan desafíos como una mayor competencia en el mercado y mayores costos del espacio donde se ubica el emprendimiento (por ejemplo, arriendo de locales).

Estas desventajas llevan a una mayor mortalidad de los emprendimientos en las ciudades grandes. Por otro lado, las zonas rurales o periféricas pueden ofrecer costos más bajos, menor competencia y nichos de mercado específicos que aún no están saturados, aunque enfrentan barreras en infraestructura, conectividad y acceso a redes empresariales.

Para ilustrar estas diferencias, se presentan algunos ejemplos de cómo el territorio influye en el desarrollo del emprendimiento:

SANTIAGO Y EL ECOSISTEMA DE STARTUPS TECNOLÓGICAS

En la Región Metropolitana, el acceso a capital de riesgo, universidades y redes empresariales ha favorecido el surgimiento de startups¹ exitosas como Cornershop² y NotCo³. Sin embargo, la alta competencia y los elevados costos de operación representan desafíos importantes para aquellos emprendimientos que realizan actividades menos innovadoras o que operan en mercados altamente saturados, dificultando así su consolidación.

¹ Una startup es una empresa emergente que se basa en la tecnología y la innovación para crear un modelo de negocio escalable.

² Cornershop era una aplicación chilena de delivery de supermercados y tiendas, que fue adquirida por Uber y posteriormente su marca fue reemplazada por Uber Eats en Chile y Latinoamérica.

³ NotCo es una empresa chilena de tecnología alimentaria que produce alternativas de origen vegetal a los productos alimenticios de origen animal.



LA ARAUCANÍA, LOS RÍOS Y EL SECTOR AGROINDUSTRIAL

En La Araucanía, el cultivo de avellana europea ha crecido con la exportación a Italia y China, generando empleo, aunque con desafíos en infraestructura de producción y almacenaje y logística de transporte. En Los Ríos, cooperativas como **Mieles del Sur** han posicionado su miel de alta calidad en mercados nacionales e internacionales, a pesar del enfrentamiento de dificultades en conectividad (transporte) y competencia con miel importada. Estos ejemplos muestran cómo el acceso a materias primas locales impulsa el emprendimiento agroindustrial, pero la infraestructura y transporte siguen siendo desafíos clave.



CHILOÉ, MAGALLANES Y EL TURISMO SOSTENIBLE

En Chiloé, emprendimientos como Turismo Quilun ofrecen experiencias de turismo rural y ecológico que se benefician del entorno natural y cultural único de la isla. Aquí, los visitantes pueden participar en actividades tradicionales como la cosecha de mariscos y la preparación del curanto, que no podrían realizarse en otro lugar.

En Magallanes, iniciativas como EcoCamp Torres del Paine han impulsado el turismo sustentable, con alojamientos ecológicos que minimizan el impacto ambiental. Sin embargo, estos negocios dependen de la estacionalidad turística, con una alta demanda en verano y menor actividad en invierno, además de desafíos en infraestructura y conectividad, que dificultan la llegada de visitantes y el abastecimiento de insumos.



El territorio presenta características que influyen directamente en la formación y supervivencia de emprendimientos.

Para facilitar la implementación en el aula, la actividad se organiza en cuatro capítulos.

Cada capítulo está copuesto o por una pregunta motivadora y acompañado por la descripción del contexto, donde habrá elementos motivadores que el profesor o la profesora podrá utilizar como ejemplo en sus clases.

En cada capítulo, el profesor o profesora podrá usar la guía de actividades con ejercicios prácticos para aplicar la materia enseñada. A continuación se detalla un resumen con el tiempo estimado, los materiales necesarios y si se trabaja de forma individual, en grupo o toda la clase.



CAPÍTULO	ACTIVIDAD	DURACIÓN ESTIMADA	MATERIALES NECESARIOS	MODALIDAD SUGERIDA
Capítulo 2	1. ¿Qué sabes sobre el emprendimiento?	45 min	Cuaderno, pizarra o proyector, preguntas orientadoras	Plenario
	2. Mapa de ideas sobre el emprendimiento en mi comuna	45 min	Hojas, lápices, marcadores, pizarra o papelógrafo	Grupal
Capítulo 3	1. Laboratorio de emprendimientos territoriales (simulación inmersiva por estaciones)	90 min	Fichas de caso, hojas de cálculo, cronómetro, papelógrafo	Grupos por tipo de territorio (urbano, mixto, rural)
	2. El reto del mapa vivo: cartografía del emprendimiento	90 min	Mapa de Chile impreso o digital, fichas, íconos, plumones	Grupal
	3. Territorio startup: crea tu emprendimiento ideal	75 min	Preguntas orientadoras, computador	Grupal
Capítulo 4	1. Exploradores de emprendimientos locales con datos reales	90 min (2 sesiones)	Computadores/tabletas, acceso a VistaChile, hoja de actividad	Individual o en parejas
	2. Entrevista y análisis: “lo que dicen los números y las personas”	60–90 min	Guía de entrevista, grabadora, cuaderno o ficha para registro	Grupal
Capítulo 5	1. Producto final: Infografía, video, presentación o mapa interactivo	2–3 sesiones (135–180 min)	Plantilla guía, computador, acceso a herramientas digitales o cartulinas	Grupos de 4–5 estudiantes

CAPÍTULO 2

Explorando el *emprendimiento* en Chile

*Motivación y
contextualización*





PARA EVITAR
FUMOS, TIPOCOCOS
Y SEQUE.

Este capítulo tiene como objetivo proporcionar estrategias para que los docentes estimulen el interés de las y los estudiantes en el tema “territorio y emprendimiento”. A través de casos concretos, dinámicas participativas y preguntas orientadoras, se busca que las y los estudiantes reflexionen sobre cómo las características del entorno influyen en las oportunidades y desafíos de un emprendimiento. (poner este texto en un cuadrado menor al lado del título, con las informaciones abajo)

EN LA GUÍA DE ACTIVIDADES

1. ¿QUÉ SABES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO?

Objetivo: Activar conocimientos previos y compartir ideas sobre el emprendimiento en tu entorno.

Duración sugerida: 1 hora pedagógica

2. MAPA DE IDEAS SOBRE EL EMPRENDIMIENTO EN MI COMUNA

Objetivo: Comprender qué factores del entorno pueden influir en que una persona decida emprender y qué elementos pueden facilitar o dificultar ese proceso en su propia comuna.

Duración sugerida: 1 hora pedagógica

Chile es un país con una geografía y economía marcadas por contrastes, lo que hace que el emprendimiento adquiera características muy distintas según la región. En su libro “*Chile, una loca geografía*”, Benjamín Subercaseaux (1940, p. 17) describe la diversidad territorial del país y su impacto en la vida de sus habitantes.

Esta misma idea se aplica al emprendimiento: por ejemplo, mientras en Santiago o Concepción los emprendedores pueden acceder a infraestructura avanzada, mercados más amplios y financiamiento, en zonas rurales o periféricas deben enfrentar desafíos como menor conectividad, dificultades logísticas y acceso limitado al capital.

¿Qué tan fácil o qué tan difícil es emprender en tu territorio?

Aunque las ciudades ofrecen ventajas como acceso a talento, redes de contacto y financiamiento para el emprendedor, también presentan una competencia intensa, altos costos de operación y costos de oportunidad.

Por otro lado, en zonas rurales y regiones alejadas, los emprendedores pueden aprovechar nichos de mercado aún no saturados, especializarse en productos locales y reducir muchos costos importantes, aunque enfrentan barreras como menor concentración de clientes, dificultades de logística y la falta de redes empresariales

ACTIVIDADES INICIALES PARA CAPTAR EL INTERÉS

- 1.- Lluvia de ideas:** Las y los estudiantes compartirán ejemplos de emprendimientos en su comunidad, analizando las condiciones que han favorecido o dificultado su desarrollo.
- 2.- Análisis de mapas y datos:** A través de la plataforma VistaChile (www.vistachile.cl), se examinará la distribución de nuevos emprendimientos en Chile, permitiendo a las y los estudiantes identificar patrones y diferencias entre comunas y regiones.
- 3.- Reflexión guiada:** Se planteará la pregunta clave de la actividad, que orientará el desarrollo de la unidad:

¿Cómo influyen las características del territorio en el desarrollo del emprendimiento en Chile?





PREGUNTAS PARA FOMENTAR LA REFLEXIÓN

Para guiar la discusión y estimular el pensamiento crítico, se sugiere que los docentes planteen las siguientes preguntas:

¿Es más fácil emprender en la ciudad o en zonas rurales? ¿Por qué?

¿Qué rol juega el tamaño del territorio en el éxito de un negocio?

¿Cómo afecta la densidad poblacional el éxito o fracaso de un emprendimiento?

¿Qué rol juega la distancia a los grandes centros urbanos en el desarrollo de un emprendimiento?

¿Cómo afectan las políticas públicas al crecimiento de los negocios en distintas regiones?

A través de estas estrategias y preguntas, las y los estudiantes comenzarán a relacionar el emprendimiento con las condiciones del territorio, preparando el terreno para profundizar en los conceptos clave de la unidad.

CAPÍTULO 3

Definiendo conceptos clave para *la exploración* de los *territorios* y *emprendimientos*

*Exploración de conceptos
y herramientas*





Este capítulo tiene por objetivo presentar los conceptos clave para interpretar el territorio y su interface con el emprendimiento. Al explicar los conceptos y aplicar las actividades sugeridas en la guía de actividades, los y las estudiantes podrán comprender cómo estos conceptos claves ayudan a identificar los principales desafíos y oportunidades de los emprendimiento en los territorios.

EN LA GUÍA DE ACTIVIDADES

1. LABORATORIO DE EMPRENDIMIENTOS TERRITORIALES (SIMULACIÓN INMERSIVA POR ESTACIONES)

Objetivo: Comprender cómo el tipo de territorio (urbano, intermedio o rural) condiciona los emprendimientos desde una perspectiva geográfica y económica.

Duración sugerida: 90 minutos.

2. EL RETO DEL MAPA VIVO: CARTOGRAFÍA DEL EMPRENDIMIENTO

Objetivo: Visualizar de forma territorial los factores que favorecen o dificultan el emprendimiento en distintos contextos geográficos.

Duración sugerida: 60-75 minutos.

3. "TERRITORIO STARTUP": CREA TU EMPRENDIMIENTO IDEAL

Objetivo: Aplicar los conceptos de ecosistema emprendedor para diseñar un emprendimiento adaptado a un contexto territorial específico.

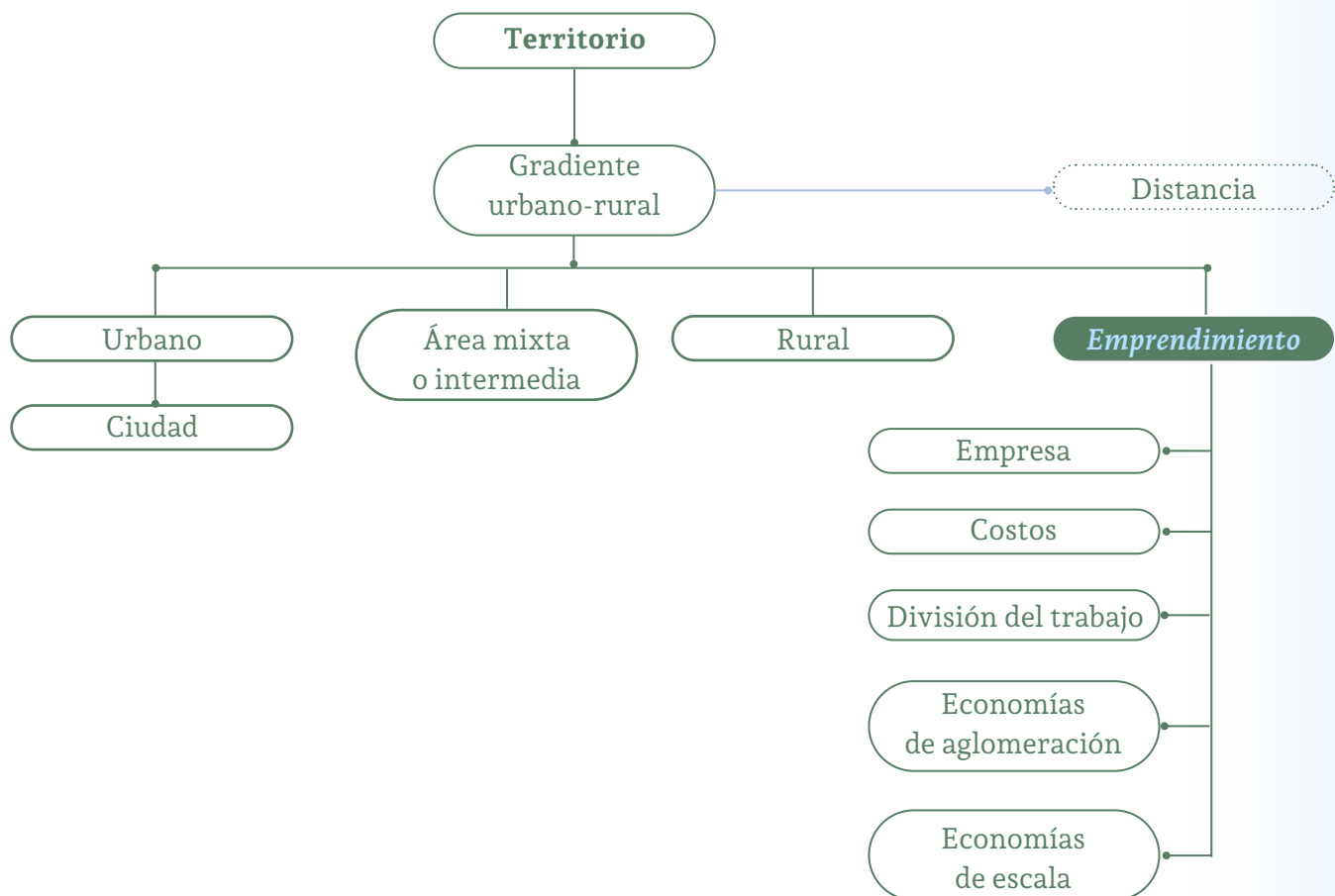
Duración sugerida: 75 minutos.

El siguiente esquema facilita la comprensión de la interconexión entre los conceptos adoptados. En el centro se encuentra el territorio, entendido como el espacio geográfico donde se desarrollan interacciones sociales, económicas y ambientales.

A partir de “territorio”, se estructura el gradiente urbano-rural, que describe la transición desde zonas densamente urbanizadas hasta áreas rurales, pasando por espacios urbanos, ciudades y áreas mixtas o intermedias, que combinan características de ambos entornos.

Un factor clave en esta configuración es la distancia, que influye en la accesibilidad, la conectividad y la distribución de actividades económicas.

CONCEPTOS CLAVES DE RELACIÓN ENTRE TERRITORIO Y EMPRENDIMIENTO



En el campo del emprendimiento, las empresas cumplen un rol esencial como motores del desarrollo económico. Para operar y crecer, deben enfrentar diversos costos de producción y organizar su trabajo a través de la división de tareas, lo que permite mayor especialización y eficiencia. A medida que las empresas aumentan su escala de producción, pueden beneficiarse de economías de escala, reduciendo sus costos por unidad. Asimismo, cuando muchas empresas se agrupan en un mismo territorio, surgen las economías de aglomeración, que favorecen la colaboración, el intercambio de conocimientos y el acceso compartido a recursos. Esto fortalece la innovación y la competitividad. En este contexto, la densidad

empresarial —la cantidad de empresas presentes en un territorio— se convierte en un indicador clave del dinamismo económico local, ya que refleja la capacidad de esa zona para atraer inversiones, generar empleo y sostener el crecimiento regional.

Al igual que en muchas otras disciplinas, los estudiosos del emprendimiento y el territorio no abordan estos temas de manera uniforme. No existe un consenso absoluto al respecto. A continuación, se presentan algunos conceptos y definiciones clave para su exploración.

1. TERRITORIO

Si Gabriela Mistral estuviera viva en 2025, cumpliría 136 años (el 7 de abril). Su vida y obra estuvieron profundamente ligadas al territorio chileno, no solo porque recorrió diversas regiones como maestra, sino porque en sus poemas capturó la geografía y el alma de los paisajes que la rodeaban. En 1911, mientras enseñaba en el Liceo de Niñas de Antofagasta, escribió sobre la dureza del desierto, la inmensidad del mar y la identidad de los pueblos que habitan estos lugares. Sus versos demuestran que el territorio no es solo una extensión de tierra, sino un espacio que moldea la vida de quienes lo habitan y define sus oportunidades.

Más que un área geográfica con límites precisos, el territorio es una construcción social que surge de la interacción entre las personas y el espacio que ocupan. El concepto territorio puede ser identificado desde la perspectiva jurídica al área bajo el control de un Estado. Sin embargo, en esta guía comprendemos el territorio desde la perspectiva de las ciencias sociales. Utilizando una definición moderna entendemos que el territorio abarca la forma en que los grupos humanos se apropian, organizan y transforman el espacio para garantizar su reproducción y bienestar. En este sentido, Brunet Roger (2001) define el territorio:



Una porción de la superficie terrestre apropiada por un grupo social con el objetivo de asegurar su reproducción y la satisfacción de sus necesidades vitales.

Brunet Roger, 2001, pág. 17. Le déchiffrement du Monde. Théorie et pratique de la géographie.

Desde esta perspectiva, el territorio no solo es un espacio físico, sino también un producto de la historia, la cultura y la actividad económica de quienes lo habitan. Sus principales características son:

a. Localización y condiciones naturales: Cada territorio posee características geográficas y climáticas que influyen en sus usos. El desierto de Atacama, por ejemplo, favorece la minería, mientras que el Valle Central es ideal para la agricultura.

b. Apropiación e identidad: Los grupos sociales imprimen su identidad en el territorio mediante símbolos, nombres y costumbres. En Chiloé, los palafitos y las iglesias de madera reflejan la apropiación cultural del espacio.

c. Transformación por la actividad humana: El territorio es moldeado por prácticas económicas y sociales. Los pueblos salitreros abandonados en el norte de Chile evidencian el impacto de la minería en el paisaje.

d. Dinamismo y evolución histórica: El territorio cambia con el tiempo debido a la urbanización, las migraciones y las políticas públicas. Santiago, por ejemplo, ha crecido más allá de su núcleo histórico, modificando la estructura del territorio metropolitano.

e. Relatividad y superposición de territorios: Un mismo espacio puede tener significados distintos para diferentes grupos. El altiplano chileno es a la vez un territorio de pastoreo para comunidades aymaras y una zona de interés para la industria minera.

En síntesis, el territorio es una construcción social en constante transformación, que refleja la interacción entre la geografía, la historia y la organización de las sociedades que lo habitan.

*** Relación con el emprendimiento:** El territorio influye directamente en el tipo de emprendimientos que pueden desarrollarse en cada región, ya que determina la disponibilidad de recursos, la infraestructura y las redes económicas existentes. En el norte de Chile, la minería impulsa encadenamientos productivos que favorecen la prestación de servicios y el comercio. En contraste, en el sur, la abundancia de recursos naturales propicia el desarrollo del turismo ecológico, la producción agropecuaria, forestal y pesquera. No obstante, la geografía también puede representar desafíos, como la lejanía de los mercados o la falta de conectividad en zonas extremas, lo que limita las oportunidades de expansión y competitividad.

1.1 EL GRADIENTE URBANO RURAL

Tradicionalmente lo rural se define en oposición a lo urbano, haciendo referencia a aquellos espacios que no cumplen con los criterios de urbanización establecidos en cada país. No obstante, la Real Academia Española (RAE) lo describe de manera más sencilla como *“perteneciente o relativo a la vida del campo y a sus labores”* (poner la Caupo leyendo).

Esta visión también se refleja en las palabras de Gabriela Mistral cuando describe su lugar de nacimiento: *“Montegrando no era un pueblo salvaje, no. Lindas cosas de él guardo y riego en mí, tantas son ellas como para que yo lo declarase mi lugar de nacimiento”* (Mistral, pág. 108).

Las definiciones tradicionales de rural están en creciente desuso, porque existe consenso que la clasificación binaria urbano-rural no caracteriza bien la enorme heterogeneidad que existe entre los centros urbanos de una gran metrópolis por un extremo, y un caserío aislado en los territorios más alejados del centro.

Por lo tanto, **se debe reconocer lo urbano rural como un continuo entre grandes ciudades**, pasando por áreas suburbanas, ciudades intermedias, grandes y pequeños pueblos, hasta pequeños caseríos, minas o caletas ubicadas en el territorio rural profundo. Es decir, existe un gradiente urbano rural.

Un ejemplo de la caracterización del gradiente urbano rural en Chile es el estudio “La gradiente urbano-rural en Chile”⁴, el concepto de ruralidad debe ser entendido como un continuo espacial más que como una dicotomía rígida. Así, el gradiente se identifica en función de dos dimensiones clave:

⁴Gustavo Anríquez, Jazmine Calabrese, William Foster, Klaus Keim, Pablo Osses (2025). La gradiente urbano-rural en Chile, ODEPA. <https://www.odepa.gob.cl/publicaciones/estudios/la-gradiente-urbano-rural-en-chile>



a. Densidad de población: Se refiere a la cantidad de habitantes por unidad de superficie, donde los territorios rurales tienden a tener bajas concentraciones de población en comparación con las áreas urbanas.

b. Distancia a centros urbanos: Medida en términos de tiempo de viaje a grandes asentamientos, capturando la conectividad y el acceso a bienes, servicios y redes socioeconómicas.

Desde esta perspectiva, lo rural no es una categoría fija, sino una gradiente de territorialidad, donde la sensibilidad territorial se expresa en la interacción entre densidad y accesibilidad. A menor densidad y mayor distancia, la ruralidad es más acentuada, reflejando mayores desafíos en términos de acceso a infraestructura, servicios públicos y oportunidades económicas.

Este enfoque permite trascender definiciones administrativas convencionales y aproximarse a una caracterización más funcional y operativa de los territorios rurales, facilitando la formulación de políticas públicas más adecuadas a las realidades locales.

A continuación, se presentan algunas definiciones relacionadas con lo rural:

DEFINICIONES TRADICIONALES DE RURAL

TÉRMINO	DEFINICIÓN
Área rural	Territorio ubicado fuera del límite urbano ⁵
Área rural	Se entiende como entidad rural un asentamiento humano con población menor o igual a 1.000 habitantes, o entre 1.001 y 2.000 habitantes donde más del 50% de la población que declara haber trabajado o se dedica a actividades primarias ⁶ .

Por lo expuesto anteriormente, lo rural generalmente se asocia como el territorio destinado al desarrollo de actividades vinculadas a los recursos naturales, aunque esta relación no es determinística.

⁵ MINVU. (2017). Modificado por D.S. 75 - D.O. 25.06.01; por D.S. 68 - D.O. 31.12.09, reemplaza vocablo. Disponible en <http://bcn.cl/291pu> (marzo 2019).

⁶ INE. (2018). Urbano/rural: Contexto de los resultados. Disponible en <http://bcn.cl/291pv> (marzo).

*** Ruralidad y emprendimiento:** En los territorios rurales, los emprendedores suelen aprovechar los recursos naturales y las tradiciones locales para desarrollar negocios sustentables. Ejemplos de esto son la producción de artesanías hechas con greda, producción de alimentos, el ecoturismo y las cooperativas agrícolas. Sin embargo, enfrentan desafíos como el acceso limitado a financiamiento, conectividad, la falta de infraestructura y la dependencia de intermediarios para comercializar sus productos. Para superar estos obstáculos, se puede recurrir a la digitalización, vendiendo sus productos en línea y accediendo a nuevos mercados.

1.2 URBANO

Lo urbano se refiere a aquellos espacios donde predominan la concentración de población, la infraestructura y las actividades económicas de tipo industrial, comercial y de servicios. Según el Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE), una zona urbana se define como:

Conjunto de viviendas concentradas con más de 2.000 habitantes, o entre 1.001 y 2.000 habitantes, con el 50% o más de su población económicamente activa dedicadas a actividades secundarias y/o terciarias. Excepcionalmente, los centros que cumplen funciones de turismo y recreación con más de 250 viviendas concentradas y que no alcanzan el requisito de población se consideran urbanos.

Para el Ministerio de Urbanismo, Área urbana es la “Zona que está dentro de los límites urbanos aprobados por la Municipalidad y Decreto Supremo de acuerdo a la ley. Zona en que se presentan concentradamente características de tipo urbano en lo que se refiere a uso y ocupación del suelo, densidad, servicios y funciones”.



Sin embargo, desde una perspectiva de comprender los atributos económicos de los territorios, el área urbana, es aquella caracterizada por altas densidades poblacionales, y menor distancia a los bienes y servicios que ofrecen los grandes centros poblados.

***Relación con el emprendimiento:** El medio urbano es un entorno favorable para el emprendimiento, gracias a su alta densidad de población, acceso a capital y presencia de centros de innovación. En estos espacios, los emprendedores pueden desarrollar startups tecnológicos, negocios de retail, servicios financieros y más. Sin embargo, también enfrentan alta competencia, costos operacionales elevados y barreras de entrada más exigentes. La diversificación del mercado y la adaptación a nichos específicos se vuelven claves para la sostenibilidad de los emprendimientos urbanos.



1.3 CIUDAD

El concepto de ciudad está estrechamente ligado a lo urbano. Se define como:

Espacio geográfico donde se desarrollan las funciones de residencia, gobierno, transformación e intercambio en todos los niveles.

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2023 https://www.bcn.cl/siit/glosario/index_html#T

La ciudad es vista como un espacio con una estructura compleja y diversa, donde personas de distintos orígenes y ocupaciones conviven, generando interacciones que moldean la vida urbana. Las ciudades y lo urbano han sido motores del desarrollo económico y social, concentrando oportunidades laborales, acceso a educación y servicios. Sin embargo, también presentan desafíos como la congestión, la contaminación y la desigualdad en el acceso a recursos.



1.4 ÁREA MIXTA O INTERMEDIA

Existen zonas entre los extremos de la gradiente que combinan elementos urbanos y rurales, generando un territorio mixto. En estas áreas de transición, conviven actividades agrícolas con expansión urbana, lo que crea oportunidades y desafíos en el uso del suelo y la planificación territorial.

Ejemplo: Melipilla, que mantiene una actividad agrícola fuerte mientras crece la influencia de Santiago.

*** Relación con el emprendimiento:** Los territorios mixtos, que combinan características urbanas y rurales, presentan oportunidades únicas para los emprendedores. Por un lado, permiten el acceso a mercados urbanos sin perder el contacto con la producción primaria. Esto facilita negocios como la comercialización de productos agrícolas en ferias urbanas o la instalación de industrias en la periferia de las ciudades. No obstante, también pueden enfrentar desafíos relacionados con la expansión desordenada y la presión del crecimiento urbano sobre las actividades tradicionales.



1.5 DISTANCIA

La distancia es un concepto clave para entender la relación del territorio y las dinámicas económicas, sociales y de movilidad. La distancia se relaciona con los costos de acceder a bienes y servicios, y a la capacidad del Estado de distribuir bienes públicos como salud y educación. Dependiendo de cómo se mida, puede influir en la accesibilidad a servicios, la conectividad entre localidades y el desarrollo de actividades productivas. En los contextos rurales y urbanos, existen diversas formas de caracterizar la distancia de los territorios.

Existen diferentes formas de medir la distancia, pero en geografía, economía y planificación territorial se destacan algunos métodos principales:

A. DISTANCIA EUCLIDIANA

Es la forma más común de medir la distancia y se calcula como la línea recta más corta entre dos puntos en un espacio bidimensional. Se basa en el teorema de Pitágoras y se expresa mediante la fórmula -que seguramente recordaran por sus clases de geometría-:

$$D = \sqrt{(X_2 - X_1)^2 + (Y_2 - Y_1)^2}$$



Si una persona se desplaza desde un punto A (x_1, y_1) a un punto B (x_2, y_2) sin obstáculos, la distancia euclidiana representa el camino más directo. Sería la recta geométrica que une los puntos A y B.

B. DISTANCIA POR CAMINOS

La distancia entre dos puntos también se puede medir como la distancia (en km, por ejemplo) medida a través de los caminos que unen dos puntos en un mapa. Este indicador puede ser más comparable que la distancia euclidiana, especialmente cuando existen montañas y hay grandes diferencias de nivel.

C. DISTANCIA MEDIDA POR TIEMPO DE DESPLAZAMIENTO

La distancia medida como tiempo de desplazamiento, puede ser un indicador de distancia aún más comparable, particularmente cuando existen diferencias grandes de infraestructura, por ejemplo, autopistas versus caminos de tierra, y cuando existen notorias diferencias en la topografía del terreno. Al ser una medida más comparable, actualmente se usa para describir el gradiente urbano rural en las clasificaciones más recientes, como por ejemplo ODEPA (2025).

***Relación con el emprendimiento:** La distancia afectan los costos de acceder a insumos, clientes y mercados, impactando los costos y la viabilidad de los emprendimientos. En zonas rurales, la distancia euclidiana puede ser engañosa, ya que la falta de infraestructura vial obliga a recorrer trayectos más largos para llegar a un mismo destino. Las empresas que dependen de logística y distribución deben optimizar sus rutas para reducir costos y tiempos de entrega.

2. EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento es un motor clave para el desarrollo económico y social de un territorio. A través de la innovación, la creatividad y la capacidad de asumir riesgos, los emprendedores generan empleo, diversifican la economía y responden a necesidades locales con soluciones adaptadas a su entorno. Sin embargo, las oportunidades y desafíos que enfrentan los emprendedores están estrechamente vinculados con las características del territorio en el que operan



El emprendimiento es el proceso de identificar oportunidades, asumir riesgos y gestionar recursos para crear y desarrollar un negocio o proyecto. Se basa en la innovación y en la capacidad de una persona o grupo para generar valor en un entorno económico y social.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill.

Existen diversas formas de medir el emprendimiento, una de ellas es a través del **autoempleo**. Otra forma es a partir de la tasa de actividad emprendedora, más conocida por la sigla **TEA** que viene del inglés (Total Early-stage Entrepreneurial Activity) calculada por el **Global Entrepreneurship Monitor (GEM⁷)**. La TEA mide la tasa de actividad emprendedora en etapas tempranas (hasta tres años y medio de actividad). Así las diferentes regiones del país presentan diferentes TEA, por ejemplo, Antofagasta en 2023 tuvo una TEA de 30%⁸ lo que significa que de cada 100 adultos 30 están involucrados en actividades emprendedoras en etapas tempranas, mientras que el país en su conjunto alcanzó un 31%⁹. Sin embargo, la manera más habitual de medir la actividad emprendedora en los estudios territoriales, es a través de las tasas de *nacimiento de empresas*, que es la variable que se utilizará en el desarrollo de las actividades de la presente unidad.

***Relación con el territorio:** El territorio en el que se desarrolla un emprendimiento influye en los recursos disponibles, el acceso a mercados y las oportunidades de crecimiento.

» En ciudades grandes como Santiago o Valparaíso, los emprendedores tienen acceso a una mayor cantidad de clientes, redes de financiamiento y servicios especializados, pero también enfrentan mayor competencia y costos operacionales elevados. Un ejemplo de esto es el crecimiento de los startups tecnológicos en barrios como El Golf, en Las Condes, donde la cercanía a inversionistas y redes empresariales facilita la expansión de negocios digitales.

⁷ El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es uno de los estudios más amplios y reconocidos a nivel mundial sobre emprendimiento. Se trata de un proyecto de investigación internacional que, desde 1999, analiza la actividad emprendedora, las actitudes y las aspiraciones de las personas entre 18 y 64 años en más de 100 países. En Chile este proyecto se desarrolla desde el año 2002.

⁸ Romani et al. (2024). Global Entrepreneurship Monitor GEM Informe de la Región de Antofagasta 2023. (www.cempucn.cl/gem)

⁹ Ver Guerrero y Yáñez-Veldés (2024). Global Entrepreneurship Monitor GEM Reporte Nacional de Chile 2023

» En comunas/ciudades intermedias como Temuco o Puerto Montt, el emprendimiento se enfoca en sectores como turismo, agroindustria y comercio local. En estas ciudades, los emprendedores pueden aprovechar una base de consumidores menos saturada, pero deben enfrentar desafíos como la dependencia del transporte terrestre para acceder a mercados más grandes.

» En zonas rurales como Chiloé o San Pedro de Atacama, los emprendedores suelen desarrollar negocios ligados a la identidad local, el turismo sustentable y la producción artesanal. Si bien estos emprendimientos tienen menos competencia directa, pueden verse afectados por problemas de conectividad, acceso a insumos y logística de distribución.

2.1 EMPRESA

Las empresas son el eje central del *sistema económico*¹⁰ en la mayoría de las economías modernas, ya que se encargan de producir bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad. Estas organizaciones pueden operar en distintos sectores económicos y, dependiendo de su estructura, pueden tener diferentes tamaños, formas de propiedad y objetivos.

Una Empresa es una unidad económica productiva conformada por recursos humanos, materiales (factores de la producción) y técnicos que interactúan con los procesos productivos, relaciones humanas y relaciones técnicas y sociales de producción, con el objeto de transformar insumos en bienes y servicios destinados al intercambio con otras unidades económicas.

Méndez Morales, José Silvestre y otros, *Dinámica social de las organizaciones*, México, McGraw-Hill Interamericana, 3a. ed., 1993, p. 169.

¹⁰ Un sistema económico es un conjunto de instituciones que regulan la forma en que una sociedad organiza su actividad económica para producir y distribuir bienes y servicios.



Como unidades básicas de producción, las empresas se encargan de realizar las actividades económicas que permiten satisfacer las necesidades humanas. El encargado de la dirección empresarial es el empresario, quien asume los riesgos y recibe las ganancias o beneficios para su empresa y sus stakeholders.

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Las empresas se clasifican atendiendo a diferentes criterios:

- » Según su tamaño, las empresas pueden ser micro, pequeñas, medianas o grandes.
- » Dependiendo de la naturaleza de su actividad productiva, hay tantos tipos de empresas como sectores de la actividad económica.
- » De acuerdo con la forma de propiedad con que están constituidas pueden ser públicas, privadas o mixtas.
- » Por el origen del capital, éste se determina de acuerdo con la nacionalidad de los inversionistas, clasificándose así en empresas nacionales, extranjeras (transnacionales), mixtas y multinacionales.

ALGUNAS CONDICIONES DEL EMPRENDIMIENTO

Cierto tipo de personas considera que es mucho más realizador tener su propia empresa que estar contratado por algún empleador, además de que algunos prefieren la libertad individual que obtienen trabajando para sí mismos. A este tipo de personas se les conoce como emprendedores (*entrepreneurs*).

Durante mucho tiempo, se pensó que un verdadero emprendedor era alguien que creaba una gran empresa, con productos innovadores y mucho crecimiento. Esta visión fue planteada por el economista Joseph Schumpeter (1936), quien veía al emprendedor como alguien que transforma la economía con sus ideas, arriesgándose a introducir nuevos productos, tecnologías o formas de organización.

Pero hoy sabemos que no todos los emprendimientos son iguales, y que emprender no siempre significa crecer rápidamente o usar tecnología avanzada. Investigadores como Friederike Welter¹¹ y sus colegas han propuesto una mirada más amplia: también es emprendimiento cuando alguien crea un pequeño negocio para mantener a su familia, cuando

¹¹ Welter, F., Baker, T., Audretsch, D. B., & Gartner, W. B. (2016). Everyday Entrepreneurship—A Call for Entrepreneurship Research to Embrace Entrepreneurial Diversity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(3), 311-321. <https://doi.org/10.1111/etap.12258>

resuelve un problema local, o cuando aporta a su comunidad desde su territorio y cultura. El emprendimiento, entonces, puede tener muchos propósitos: generar ingresos, preservar tradiciones, buscar autonomía o mejorar la calidad de vida.

Por eso, ser emprendedor no depende del tamaño del negocio, sino de la capacidad de identificar oportunidades, tomar decisiones y actuar con iniciativa. Todos podemos emprender de distintas formas, según nuestros intereses, necesidades y el lugar donde vivimos.

Un emprendedor no es solo el dueño de una empresa: es una persona que tiene ideas, toma riesgos y actúa para generar valor, ya sea para sí mismo, para su comunidad o para su territorio.

***Relación con el territorio:** El territorio influye directamente en la actividad emprendedora, ya que determina el acceso a recursos, transporte, mercados y mano de obra.

» En el norte de Chile (Antofagasta, Calama), la minería es la principal actividad empresarial, debido a la abundancia de recursos naturales. Estas empresas requieren infraestructura especializada y acceso a redes de transporte para exportar sus productos.

» En Santiago y Valparaíso, las empresas tecnológicas y de servicios financieros tienen mayor presencia debido a la concentración de población, el acceso a capital y la existencia de universidades que generan conocimiento e innovación.

» En el sur de Chile (Los Lagos, La Araucanía), las empresas agrícolas y de turismo son fundamentales para la economía local. En estos territorios, los negocios deben adaptarse a factores como el clima, la conectividad y la sostenibilidad de los recursos naturales.

Estos ejemplos muestran que el territorio no solo entrega condiciones, sino que también inspira distintas formas de emprender, según sus características sociales, culturales y económicas.

2.2 COSTOS

El concepto de costos es fundamental en la toma de decisiones económicas. Tanto los individuos como las empresas deben evaluar los costos antes de realizar una acción, ya que estos determinan la viabilidad económica de sus actividades.

En un mundo de recursos limitados, las empresas buscan maximizar sus beneficios a través de una gestión eficiente de los costos: esto implica tomar decisiones sobre la contratación de personal, la inversión en maquinaria y la expansión de mercados, siempre con un análisis de costos detallado.

Los costos son los gastos en los que incurre una empresa para producir bienes o prestar servicios. Se dividen en costos fijos (no cambian con la producción) y costos variables (dependen de la cantidad producida)

Mankiw, N. G. (2018). Principles of Economics. Cengage Learning.

Hay que decir que los costos no sólo influyen en el nivel de producción, las empresas responsables toman en cuenta los costos a la hora de tomar cualquier decisión, como por ejemplo si es rentable o no contratar más personal o pagar por horas extras o bien si seguir invirtiendo en su propio país o abrirse a nuevos mercados. Estas decisiones no sólo están motivadas por el deseo e ímpetu del empresario, también necesitan de un buen análisis de costos.

PRODUCCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
0	500	0	500
1	500	100	600
2	500	167	667
3	500	227	727
4	500	270	770
5	500	350	850
6	500	450	950
7	500	560	1060
8	500	683	1183
9	500	833	1333
10	500	1066	1566

A. COSTO FIJO

Los costos fijos corresponden a los gastos que la empresa debe incurrir produzca o no produzca. Estos gastos están compuestos por ejemplo del gasto fijo de sueldos a los profesionales, al arrendamiento del lugar de trabajo o maquinarias, los gastos por los intereses de los créditos acordados, entre otros. Este tipo de costos, tal como lo dice el concepto, son fijos y no varían según varía el nivel de producción.

En la primera columna de la tabla, podemos ver un ejemplo de costo fijo, que en este caso corresponde a 500 pesos. Como se puede apreciar el valor de este costo no cambia en lo absoluto con la cantidad producida.

B. COSTO VARIABLE

Los costos variables son aquellos gastos que varían según la cantidad de producción, por ejemplo, la cantidad de tela que empleará un diseñador a la hora de confeccionar sus vestidos, mientras más pedidos tenga, más tela necesitará; o la cantidad de trabajadores de un hotel en temporada alta; la energía para poner en funcionamiento la maquinaria de una fábrica, etc.

Por lo general, el costo variable comienza siendo cero, cuando la cantidad producida es cero. Dicha situación va cambiando de acuerdo con el nivel de producción. En la tabla se ve cómo es el comportamiento y cómo los costos variables van cambiando con la producción. Cuando la producción es cero (columna uno) el costo variable (columna tres) también es cero, en cambio si la cantidad de producción es 1 el costo variable sube a 100 pesos; para 2 unidades de producción, el costo variable sube a 167 pesos, y así sucesivamente.

C. COSTOS TOTALES

Los costos totales, corresponde a la suma del costo fijo y los costos variables. Representa el gasto monetario total en que debe incurrir la empresa para cada nivel de producción. Por ejemplo, fijemos nuestra atención a la tabla, en ella podremos ver el total de costos a los cuales las empresas deben incurrir en su etapa productiva. Para el caso de 0 unidad producida se debe gastar el total del gasto fijo, en este caso específico 500 pesos.

Para el caso de 1 unidad producida el gasto total es de 600 pesos, que se compone de 500 pesos de gasto fijo más 100 pesos de gasto variable. De esta forma, sumando costo fijo más costo variable podremos obtener los restantes costos totales.

D. COSTO DE OPORTUNIDAD

Ante una decisión de asignación de recursos, el costo de oportunidad es el costo de la mejor alternativa no elegida. En el caso del emprendimiento, el costo de oportunidad es el salario al que renuncia el emprendedor al optar por manejar su propio emprendimiento y no trabajar para otro (Parker, 2005). Este costo de oportunidad es significativamente mayor en ciudades y territorios densamente poblados (Krugman, Fujita y Venables, 2001).

***Relación con el territorio:**

» En ciudades grandes (Santiago, Valparaíso, Concepción), los costos de arriendo y mano de obra son más altos, debido a la alta demanda de espacios y servicios. Sin embargo, las empresas pueden compensar estos costos gracias a mayores niveles de productividad, menores costos de búsqueda e inducción de trabajadores, menores costos de abastecimiento, menores costos de accesos a conocimiento, tecnología e innovación, la mayor cantidad de clientes y acceso a mercados dinámicos. Por ejemplo, un emprendedor que abre un restaurante en el centro de Santiago enfrenta altos costos de arriendo, pero también tiene mayor flujo de clientes.

» En ciudades intermedias (Temuco, Puerto Montt, La Serena), las empresas pueden beneficiarse de costos más bajos en comparación con las grandes ciudades, pero deben considerar factores como el acceso a proveedores y clientes. Por ejemplo, una fábrica de muebles en Temuco puede pagar menos por el arriendo de su planta que en Santiago, pero quizás deba gastar más en transporte para distribuir sus productos.

» En zonas rurales (Chiloé, San Pedro de Atacama, Aysén), los costos de producción pueden ser más bajos (por menor costo de suelo) y la competencia en los mercados locales puede ser menor, pero el acceso a insumos y a la demanda puede ser más complicado.



2.3 DIVISIÓN DEL TRABAJO

A lo largo de la historia, la división del trabajo ha sido clave para mejorar la producción y el crecimiento económico. A medida que las empresas y las industrias se expanden, se vuelve más eficiente asignar tareas específicas a diferentes trabajadores, en lugar de que una sola persona realice múltiples funciones. Este principio ha permitido el desarrollo de sociedades más productivas y ha impulsado la innovación en diversos sectores.

“Tomemos como ejemplo una manufactura de poca importancia, pero a cuya división del trabajo se ha hecho muchas veces referencia: la de fabricar alfileres. Un obrero que no haya sido adiestrado en esa clase de tarea (convertida por virtud de la división del trabajo en un oficio nuevo) y que no esté acostumbrado a manejar la maquinaria que en él se utiliza (cuya invención ha derivado, probablemente, de la división del trabajo), por más que trabaje, apenas podría hacer un alfiler al día, y desde luego no podría confeccionar más de veinte. Pero dada la manera como se practica hoy día la fabricación de alfileres, no sólo la fabricación misma constituye un oficio aparte, sino que está dividida en varios ramos, la mayor parte de los cuales también constituyen otros tantos oficios distintos. Un obrero estira el alambre, otro lo endereza, un tercero lo va cortando en trozos iguales, un cuarto hace la punta, un quinto obrero está ocupado en limar el extremo donde se va a colocar la cabeza: a su vez la confección de la cabeza requiere dos o tres operaciones distintas: fijarla es un trabajo especial, esmaltar los alfileres, otro, y todavía es un oficio distinto colocarlos en el papel. En fin, el importante trabajo de hacer un alfiler queda dividido de esta manera en unas dieciocho operaciones distintas, las cuales son desempeñadas en algunas fábricas por otros tantos obreros diferentes, aunque en otras un solo hombre desempeña a veces dos o tres operaciones. He visto. una pequeña fábrica de esta especie que no empleaba más que diez obreros, donde, por consiguiente, algunos de ellos tenían a su cargo dos o tres operaciones. Pero a pesar de que eran pobres y, -por lo tanto, no estaban bien provistos de la maquinaria debida, podían, cuando se esforzaban, hacer entre todos, diariamente, unas doce libras de alfileres. En cada libra había más de cuatro mil alfileres de tamaño mediano...”

Adam Smith (1776). La riqueza de las naciones.

*Relación con el territorio:

» En grandes ciudades y polos industriales (Santiago, Antofagasta, Concepción), existen mercados laborales más amplios, con acceso a trabajadores altamente calificados. Además, las empresas pueden especializar tareas, lo que aumenta la productividad. Es común que las industrias tecnológicas y manufactureras cuenten con operarios, técnicos e ingenieros especializados en cada etapa del proceso.

» En ciudades intermedias (Temuco, Valdivia, Iquique), la división del trabajo sigue presente, pero puede ser menos segmentada que en las grandes ciudades. Asimismo, en sectores como la agricultura y el turismo, los trabajadores suelen asumir múltiples roles debido a la menor disponibilidad de mano de obra calificada.

» En zonas rurales (Chiloé, Aysén, San Pedro de Atacama), la especialización es menos común, ya que las empresas tienen pocos trabajadores y estos deben asumir diversas funciones. Es habitual encontrar agricultores que se encargan tanto de la producción como de la venta de sus productos, o pequeños emprendedores que administran todas las áreas de su negocio.

2.4 ECONOMÍA DE ESCALA

A medida que una empresa crece y aumenta su volumen de producción, puede reducir sus costos por unidad, lo que le permite ser más eficiente y competitiva. Este fenómeno se conoce como economías de escala (economías en el sentido de ahorros), y es una de las razones por las cuales las grandes empresas pueden ofrecer productos a precios más bajos que los pequeños negocios.

Las economías de escala ocurren cuando una empresa reduce sus costos unitarios a medida que aumenta su producción, ya que los costos fijos (como el arriendo o la maquinaria) se distribuyen en un mayor número de unidades producidas. Este proceso mejora la eficiencia y permite a las empresas competir en mercados más grandes.



La producción que este tipo de empresas genera es enorme y, en esa medida, hace que los costos medios disminuyan conforme se incrementa la misma. Por ejemplo, si una panadería produce 100 panes (marraqueta o hallulla) al día y su costo por pan es \$500, pero al aumentar la producción a 1.000 panes su costo por unidad baja a \$250, significa que la empresa ha logrado una economía de escala.

TIPOS DE ECONOMÍAS DE ESCALA

ECONOMÍAS DE ESCALA INTERNAS A LAS EMPRESAS	ECONOMÍAS DE ESCALA EXTERNAS A LAS EMPRESAS
Ocurren dentro de una empresa cuando mejora su eficiencia al aumentar su producción. Se logran mediante: ↘ Compra de insumos en grandes cantidades a menor precio. ↘ Uso de maquinaria más eficiente. ↘ Especialización de trabajadores y automatización de procesos. Ejemplo: Una fábrica de vinos puede comprar las botellas en grandes volúmenes a menor costo por unidad, reduciendo el precio final por botella.	Se producen fuera de la empresa y dependen del entorno. Se logran cuando varias empresas de un mismo sector se agrupan en una región y comparten beneficios como: ↘ Infraestructura común (puertos, carreteras, telecomunicaciones). ↘ Acceso a proveedores y mercados especializados. ↘ Disponibilidad de trabajadores calificados. ↘ Derrames de conocimiento. Ejemplo: Una fábrica de vinos puede comprar las botellas en grandes volúmenes a menor costo por unidad, reduciendo el precio final por botella.



***Relación con el territorio:**

» En grandes ciudades e industrias consolidadas (Santiago, Antofagasta, Concepción), las empresas pueden beneficiarse de una infraestructura avanzada y acceso a un mercado amplio, lo que facilita la producción a gran escala. Sectores como la minería en Antofagasta y la manufactura en Concepción pueden lograr economías de escala al operar con grandes volúmenes de producción y costos unitarios más bajos. Por ejemplo, la industria del salmón en Puerto Montt ha logrado economías de escala al agrupar pisciculturas, fábricas de alimento y plantas de procesamiento en la misma región, reduciendo costos logísticos y aumentando la producción.

» En ciudades intermedias (Temuco, Iquique, Valdivia), las empresas pueden alcanzar cierto nivel de economías de escala, pero con menor acceso a mercados y menor diversificación de proveedores. A pesar de ello, sectores como el agroindustrial pueden beneficiarse de infraestructura regional y redes comerciales para expandir su producción. Por ejemplo, en el Valle del Elqui, los productores de pisco han logrado economías de escala al compartir tecnología y sistemas de distribución, optimizando costos.

» En zonas rurales o de baja densidad empresarial (Chiloé, Aysén, San Pedro de Atacama), los pequeños emprendimientos enfrentan dificultades para acceder a insumos y vender a gran escala, lo que aumenta sus costos unitarios. La falta de infraestructura y la dispersión geográfica hacen que los costos de transporte sean más altos, lo que limita la posibilidad de reducir precios. Por ejemplo, un pequeño productor de quesos artesanales en Chiloé enfrenta costos más altos en insumos y distribución que una gran empresa láctea en el sur de Chile, lo que le impide competir en precio con productos industriales.

2.5 ECONOMÍAS DE AGLOMERACIÓN

Las ciudades y los *polos industriales*¹² han sido históricamente espacios donde las empresas tienden a agruparse para compartir recursos, reducir costos y aumentar su eficiencia. Este fenómeno, conocido como economías de aglomeración, es clave para entender por qué algunas regiones se convierten en centros de innovación y desarrollo económico.

Las economías de aglomeración se refieren a los beneficios que obtienen las empresas al ubicarse cerca unas de otras, ya que esto facilita el acceso a infraestructura compartida, clientes, proveedores y conocimiento especializado.

Marshall, A. (1890). Principles of Economics.

TIPOS DE ECONOMÍAS DE AGLOMERACIÓN

ECONOMÍAS DE URBANIZACIÓN	ECONOMÍAS DE LOCALIZACIÓN
Se producen cuando una amplia variedad de empresas, de distintos sectores, se benefician de estar ubicadas en ciudades grandes. Esto se debe a la alta densidad de población, el acceso a clientes, insumos más baratos, y la presencia de infraestructura avanzada. Se generan flujos de conocimiento cruzado entre empresas de distintos sectores.	Se generan cuando empresas del mismo sector se agrupan en una misma región y pueden compartir proveedores, talento especializado y tecnología.
Ejemplo: Un negocio de <i>delivery</i> en Santiago se beneficia de la gran cantidad de clientes potenciales y la infraestructura de transporte que permite distribuir productos con rapidez.	Ejemplo: La industria salmonera en Puerto Montt y Chiloé ha desarrollado un ecosistema donde empresas de alimentos, transporte marítimo, logística y manufactura trabajan en conjunto, reduciendo costos y aumentando la eficiencia de todas las empresas del sector.

¹²Un polo industrial es un espacio geográfico que alberga actividades industriales, como fábricas e industrias. También se les conoce como parques industriales, zonas o cinturones industriales.



Inca de Oro

86

Diego de Almagro

133

Paso

San Francisco

264



*Relación con el territorio:

» Ciudades grandes y polos industriales (Santiago, Antofagasta, Concepción), existen muchas empresas cercanas, lo que permite compartir infraestructura, clientes y proveedores. Esto favorece la creación de agrupaciones empresariales (clusters o clústeres) en sectores como tecnología, minería y manufactura. Además, fomentan la innovación y el desarrollo de nuevos negocios.

Ejemplo: En Santiago, la concentración de universidades y centros de investigación ha impulsado la creación de startups tecnológicas que pueden acceder a talento calificado.

» En ciudades intermedias (Temuco, Valdivia, Iquique), tienen cierto nivel de economías de aglomeración, pero con menor cantidad de empresas. Algunos sectores logran desarrollar clústeres más pequeños, como el agroindustrial o el forestal.

Ejemplo: En Temuco, el sector maderero ha crecido gracias a la presencia de empresas forestales, aserraderos y fábricas de papel que trabajan en conjunto.

» En zonas rurales o de baja densidad empresarial (Chiloé, Aysén, San Pedro de Atacama), la falta de concentración empresarial hace que los costos de producción y distribución sean más altos. En estos territorios las oportunidades de colaboración son más limitadas, lo que obliga a los emprendedores a depender de mercados más lejanos.

Ejemplo: En Aysén, un productor de lana artesanal debe enviar sus productos a grandes ciudades para comercializarlos, lo que aumenta los costos y reduce su competitividad.

2.6 DENSIDAD EMPRESARIAL

El número de empresas presentes en un territorio es un indicador clave del desarrollo económico y la competitividad de una región. La densidad empresarial mide cuántas empresas existen en relación con la población o la superficie de un territorio, lo que permite evaluar cuán dinámico es su ecosistema emprendedor y qué tan atractiva es la zona para nuevas inversiones.

La densidad empresarial se define como la cantidad de empresas por cada 1.000 habitantes o por kilómetro cuadrado en un territorio. Este indicador refleja el nivel de actividad económica y la capacidad de una región para generar empleo y crecimiento.

Acs, Z. J., & Armington, C. (2004). Employment Growth and Entrepreneurial Activity in Cities. *Regional Studies*

***Relación con el territorio:**

» En ciudades con densidad alta, como Santiago, Valparaíso y Concepción, existe una alta densidad empresarial, lo que también genera una mayor competencia entre empresas, e impulsa la innovación y la mejora de servicios. Asimismo, las empresas tienen acceso a infraestructura avanzada, financiamiento y redes de proveedores. Sin embargo, los costos operativos (arriendo, sueldos, impuestos) suelen ser más altos. Asimismo, la competencia más elevada, particularmente con competidores de gran escala, dificulta el emprendimiento en algunos sectores, como por ejemplo el retail.

» En ciudades con densidad empresarial media, como Temuco, Puerto Montt y La Serena, existen oportunidades para el crecimiento empresarial sin la extrema competencia de las grandes ciudades. Si bien la infraestructura es suficiente para operar, algunas empresas pueden igualmente enfrentar dificultades para escalar su producción o acceder a nuevos mercados.

» En territorios con baja densidad empresarial, como Chiloé, Aysén y San Pedro de Atacama, hay menos competencia, lo que puede beneficiar a los negocios locales. Sin embargo, la falta de infraestructura y el acceso limitado a mercados más grandes pueden dificultar el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas. Por lo que la menor cantidad de empresas reduce la diversidad de bienes y servicios disponibles en la región. Sin embargo, la menor densidad de empresas genera menor competencia y oportunidades de emprendimiento en algunos nichos.

CAPÍTULO 4

Investigando el emprendimiento *en tu comuna*

Investigación y análisis de datos





En esta etapa, las y los estudiantes aplicarán herramientas de investigación y análisis de datos para comprender cómo las características del territorio influyen en el emprendimiento en Chile. A través de la recolección de información, el uso de bases de datos y el análisis crítico, **se busca que identifiquen patrones territoriales, oportunidades y desafíos para el desarrollo de negocios en distintos entornos geográficos.**

EN LA GUÍA DE ACTIVIDADES

1. EXPLORADORES DE EMPRENDIMIENTOS LOCALES CON DATOS REALES

Objetivo: Analizar el emprendimiento en tu comuna usando información del sitio web www.VistaChile.com y vincularlo con conceptos económicos y territoriales.

Duración sugerida: dos secciones (90 minutos en total).

2. ENTREVISTA Y ANÁLISIS: "LO QUE DICEN LOS NÚMEROS Y LAS PERSONAS"

Objetivo: Contrastar los datos estadísticos sobre emprendimiento en tu comuna con la experiencia directa de una persona emprendedora local.

Duración sugerida: 2 sesiones (90 minutos en total)

El docente guiará a las y los estudiantes en un proceso de exploración territorial, utilizando fuentes de información confiables y estudios de casos.

"Las preguntas clave a continuación servirán como guía para orientar el análisis y la discusión de forma transversal en las actividades propuestas en la "Guía de Actividades"

1. EXPLORACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE TERRITORIO Y EMPRENDIMIENTO

¿Cómo influye la geografía de Chile en las actividades productivas de cada región?

- » Se analizará cómo los factores físicos y climáticos condicionan el desarrollo de distintos sectores económicos.
- » Se explorará el impacto de la disponibilidad de recursos naturales en la especialización productiva de cada territorio.

¿Qué oportunidades ofrece cada espacio del territorio para el emprendimiento?

- » Se identificarán sectores estratégicos según la región (tecnología en ciudades, agroindustria en zonas rurales, turismo en áreas costeras o montañosas).
- » Se explorarán políticas públicas de apoyo a emprendedores en distintos territorios.

¿Cómo influye la ruralidad en la identidad cultural y económica de Chile?

- » Se abordará la relación entre producción local, tradiciones y emprendimiento.
- » Se analizará el rol de las ferias rurales y la artesanía en el desarrollo económico de comunidades alejadas.

¿Qué oportunidades ofrece el mundo rural para el emprendimiento y el desarrollo local?

- » Se explorarán casos de emprendimientos agrícolas, turísticos y artesanales.
- » Se debatirá sobre la posibilidad de crear modelos de negocio sostenibles en entornos rurales.

2. ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL ENTORNO URBANO Y RURAL

¿Qué ventajas y desventajas tiene vivir en un espacio urbano?

- » Se comparará el acceso a infraestructura, redes empresariales y financiamiento en entornos urbanos versus rurales.
- » Se discutirán problemas urbanos como congestión, altos costos de vida y competencia empresarial.

¿Cómo influyen las ciudades en el emprendimiento y el desarrollo económico?

- » Se analizarán las economías de aglomeración, identificando cómo la concentración de empresas y servicios beneficia a ciertos sectores.
- » Se estudiará la densidad empresarial en distintas comunas chilenas y su impacto en el crecimiento económico.

¿Cuáles son los principales desafíos para los emprendedores en zonas rurales y urbanas?

- » Se debatirá sobre el acceso a mercados, financiamiento y tecnología en cada contexto.
- » Se reflexionará sobre políticas públicas y fomento productivo en regiones alejadas.

3. ANÁLISIS DE LA DISTANCIA Y LA ORGANIZACIÓN TERRITORIAL

¿Qué tipo de distancia es más útil para analizar el acceso a servicios en tu comunidad?

- » Se explicarán conceptos de distancia euclidiana (línea recta) y distancia medida a través de la infraestructura vial, o la distancia medida como tiempo de desplazamiento.
- » Se realizarán mapas y mediciones para comparar cómo varía el acceso a servicios según la metodología empleada.
- » ¿Cómo afecta la organización del territorio (calles, caminos, barreras naturales) en la forma en que medimos la distancia?
- » Se analizarán casos en los que la infraestructura urbana o rural modifica la accesibilidad a servicios clave.
- » Se identificarán barreras geográficas y su impacto en la distribución de bienes y servicios.

¿Cómo la distancia y la conectividad impactan la competitividad de los negocios?

- » Se explorará la relación entre conectividad digital y emprendimiento en zonas rurales.
- » Se analizará la influencia del transporte y la logística en la competitividad de los emprendimientos regionales.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Las y los estudiantes utilizarán herramientas y bases de datos disponibles para analizar información territorial y económica:

- VistaChile: Para observar la distribución de emprendimientos en el país y otros datos.
- Instituto Nacional de Estadística: Para acceder a estadísticas sobre desarrollo empresarial y empleo en distintas regiones.
- Encuesta Casen: Para acceder a datos de condiciones socioeconómicas de los hogares y la población del país.



CAPÍTULO 5

Presentando *tus conclusiones*

*Aplicación y comunicación
de resultados*





Esta etapa tiene como objetivo que las y los estudiantes organicen, sinteticen y comuniquen los resultados de su investigación sobre la relación entre el territorio y el emprendimiento en Chile. Para ello, se sugiere la elaboración de productos finales que permitan la presentación clara y estructurada de sus hallazgos, además de instancias de retroalimentación que fortalezcan su aprendizaje.

EN LA GUÍA DE ACTIVIDADES

PROYECTO FINAL

Objetivo: Sintetizar los hallazgos sobre el emprendimiento en tu comuna y comunicar las conclusiones a través de una presentación grupal creativa.

Duración sugerida: 1 sesión en aula (45 minutos).

Trabajo grupal fuera de aula (entre 45 y 90 minutos adicionales).

1. Elaboración de productos finales

Las y los estudiantes presentarán los resultados de su análisis mediante diferentes formatos, de acuerdo con sus habilidades y recursos disponibles.

» **Informe escrito:** Un documento estructurado con introducción, desarrollo y conclusiones, incluyendo gráficos y mapas para ilustrar los hallazgos.

» **Infografía:** Representación visual de los principales datos y conclusiones, destacando diferencias territoriales en el emprendimiento.

» **Video o presentación multimedia:** Exposición audiovisual de los resultados, en la que las y los estudiantes expliquen sus hallazgos con apoyo de imágenes, mapas y datos.

» **Mapa interactivo:** Uso de herramientas digitales para representar la distribución de emprendimientos en distintas regiones.

1.1 ESTRATEGIAS PARA LA PUESTA EN COMÚN

Para compartir los resultados en clase, se recomienda organizar una instancia de exposición donde las y los estudiantes presenten sus productos y reciban retroalimentación.

- **Presentación grupal:** Cada equipo expone sus conclusiones, explicando cómo el territorio influye en el emprendimiento en la región analizada.
- **Galería de proyectos:** Las y los estudiantes presentan sus infografías o mapas en la sala de clases y explican sus hallazgos a sus compañeros.
- **Feria del emprendimiento territorial:** Simulación de una feria donde cada grupo representa una región de Chile y expone sus oportunidades y desafíos para emprender.

1.2 ESTRATEGIAS PARA LA RETROALIMENTACIÓN

Para fortalecer el aprendizaje, es fundamental que las y los estudiantes reciban retroalimentación sobre su trabajo. Se recomienda utilizar enfoques de autoevaluación, coevaluación y evaluación docente.

- **Autoevaluación:** Cada estudiante reflexiona sobre su propio desempeño en la actividad y completa una breve rúbrica de autoevaluación.
- **Coevaluación entre grupos:** Cada equipo comenta los productos de otros compañeros, destacando fortalezas y áreas de mejora.
- **Rúbrica de evaluación docente:** Se califica la claridad del análisis, el uso de datos, la calidad de la presentación y la profundidad de la reflexión.

2. Evaluación

Para evaluar los aprendizajes, se utilizarán distintos instrumentos que permitan valorar tanto el trabajo individual como el trabajo grupal, fomentando la autoevaluación y la retroalimentación entre pares.

2.1 RÚBRICA DE EVALUACIÓN PARA INFORME Y PRESENTACIÓN

Este instrumento permitirá evaluar la calidad de los informes y presentaciones finales, considerando los indicadores descritos.

CRITERIO	NIVEL 1 BAJO	NIVEL 2 MEDIO	NIVEL 3 ALTO
Uso de datos	No utiliza fuentes de información confiables ni representa datos de manera adecuada.	Usa algunos datos relevantes, pero sin un análisis profundo.	Usa datos confiables, los interpreta correctamente y los presenta en gráficos/ mapas claros.
Capacidad de análisis	No logra relacionar el territorio con el emprendimiento.	Establece algunas relaciones entre factores económicos y geográficos.	Analiza con profundidad la influencia del territorio en el emprendimiento, con ejemplos bien fundamentados.
Argumentación	Presenta ideas confusas o sin sustento en datos.	Expone sus hallazgos con cierta claridad, pero con justificación limitada.	Sus argumentos son claros, bien estructurados y respaldados con evidencia.
Creatividad y aplicabilidad	No propone soluciones o sus ideas son poco viables.	Presenta propuestas con potencial, pero sin considerar el contexto territorial.	Diseña estrategias innovadoras y viables para mejorar el emprendimiento en diferentes territorios.

Para evaluar los aprendizajes, se utilizarán distintos instrumentos que permitan valorar tanto el trabajo individual como el trabajo grupal, fomentando la autoevaluación y la retroalimentación entre pares.

2.2 OBSERVACIÓN EN DEBATE Y DISCUSIÓN GRUPAL

Durante las actividades de puesta en común, se utilizará una pauta de observación para evaluar la participación de las y los estudiantes en los debates, considerando:

- » Claridad y coherencia en la exposición de ideas.
- » Uso de datos y evidencias en sus argumentos.
- » Respeto y escucha activa en la discusión.

2.3 AUTOEVALUACIÓN Y COEVALUACIÓN ENTRE ESTUDIANTES

Se pedirá a las y los estudiantes que reflexionen sobre su propio desempeño y el de sus compañeros mediante una pauta de evaluación con preguntas como:

- » ¿Cómo contribuiste al trabajo en equipo?
- » ¿Cómo mejoró tu comprensión sobre el impacto del territorio en el emprendimiento?
- » ¿Qué aprendiste del análisis de otras regiones de Chile?

3. Recursos didácticos

En la etapa final de esta guía, tendrás la oportunidad de compartir tus hallazgos sobre el emprendimiento en tu territorio. Para ayudarte en esta tarea, puedes usar herramientas digitales que facilitan la creación de infografías, presentaciones, videos o mapas.

Estas plataformas son gratuitas, fáciles de usar y te permitirán mostrar tus ideas de manera creativa y clara. A continuación, te sugerimos algunas opciones según el tipo de producto que elijas desarrollar.

SUGERENCIAS DE HERRAMIENTAS DIGITALES PARA LA PUESTA EN COMÚN

PRODUCTO FINAL	HERRAMIENTAS SUGERIDAS	VENTAJAS PARA LAS Y LOS ESTUDIANTES
Infografía digital	- Canva - Genially - Google Drawings	Plantillas prediseñadas, interfaz intuitiva, ideal para representar conceptos e indicadores.
Presentación multimedia	- Google Slides - Microsoft PowerPoint - Prezi	Permite organizar ideas, datos e imágenes. Fomentan la síntesis visual y el trabajo colaborativo.
Video explicativo o testimonio	- CapCut - Clipchamp (Microsoft) - iMovie (iOS) - Canva (editor de video)	Edición sencilla, ideal para grabar entrevistas o presentar hallazgos de forma creativa.
Mapa interactivo	- Google My Maps - ArcGIS StoryMaps - MapHub	Permite ubicar datos territoriales, agregar descripciones, imágenes y enlaces en un mismo mapa.
Visualización de datos	- Datawrapper - Flourish - Google Sheets (gráficos)	Representar datos de VistaChile o entrevistas mediante gráficos y mapas comparativos.

CAPÍTULO 6

Agradecimientos *y referencias*





Agradecimientos

Agradecemos a la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID) por el financiamiento de este material de Proyección al Medio Externo (PME) que ayuda que los resultados de este trabajo lleguen a los territorios de Chile.

Agradecemos a todas y todos los docentes del Colegio de Profesoras y Profesores de Chile que nos apoyaron en la elaboración y difusión de este documento, en su uso en sala de clases y en su conocimiento de las distintas realidades del país.

Agradecemos a todas las personas lectoras, expertas, tomadoras de decisión, entusiastas e interesadas que apoyan la investigación y hacen posible el cambio en los territorios basándose en evidencia científica.

Agradecemos a las universidades albergantes del Núcleo Milenio CEDIT por todo el apoyo y soporte:

Pontificia Universidad Católica de Chile

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

Universidad Católica del Norte

Universidad Mayor

Referencias

- Anríquez, G., Calabrese, J., Foster, W., Keim, K., & Osses, P. (2024). Refinando la escala del paisaje rural-urbano: Una aplicación política relevante para Chile. *Applied Geography*, 104(103318). <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2024.103318>
- Banco Mundial. (2009). *Reshaping Economic Geography*. World Bank Publications.
- Bell, D. (2007). The hospitable city: Social relations in commercial spaces. *Progress in Human Geography*, 31(1), 7–22.
- Buys, P., Deichmann, U., & Wheeler, D. (2005). Road network upgrading and overland trade expansion in sub-Saharan Africa. *World Bank Policy Research Working Paper* No. 4097.
- Dühr, S., Colomb, C., & Nadin, V. (2007). *European spatial planning and territorial cooperation*. Routledge.
- Fujita, M., Krugman, P. R., & Venables, A. J. (2001). *The Spatial Economy: Cities, Regions, and International Trade*. MIT Press.
- Grove, J. M. (2009). Cities: Managing densely settled social-ecological systems. In C. Folke et al. (Eds.), *Principles of Ecosystem Stewardship* (pp. 281–294). Springer.
- IPBES. (2016). The assessment report of the Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services on pollinators, pollination and food production. S.G. Potts, V.L. Imperatriz-Fonseca, and H.T. Ngo (Eds). Secretariat of the Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services, Bonn, Germany. 552 pages. <https://www.fao.org/family-farming/detail/en/c/1709078/>
- McPhearson, T., Pickett, S. T. A., Grimm, N. B., Niemelä, J., Alberti, M., Elmqvist, T., & Qureshi, S. (2022). Urban ecology and sustainability: The state of the science and future directions. *Ecological Monographs*, 92(1), e01473.
- Moreira-Muñoz, A., & Borsdorf, A. (2023). Landscape sustainability in Latin America. *Environmental Science & Policy*, 142, 1–12.
- OECD. (2016). *A New Rural Development Paradigm for the 21st Century: A Toolkit for Developing Countries*. OECD Publishing.
- Parker, S. C. (2005). The economics of entrepreneurship: What we know and what we don't. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 1(1), 1–54.
- Primdahl, J., Vejre, H., & Brandt, J. (2013). Rural landscape governance and the role of place-based approaches. *Geografisk Tidsskrift-Danish Journal of Geography*, 113(2), 121–134.
- RCE. (2021). Ficha de antecedentes de la especie. https://clasificacionespecies.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2021/03/Caupolicana_fulvicollis_17RCE_FINAL.pdf
- Schumpeter, J. A. (1936). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- Sun, J., Li, H., & Wen, H. (2023). Urban–rural integration and regional development: A multidimensional approach. *Journal of Rural Studies*, 99, 345–358.
- Vial, P. (2025). Libro digital abejas nativas de Chile. Fundación Abejas de Chile. <https://abejasdechile.com/libro-digital/>
- VistaChile (2025). Visor Emprendimiento. Núcleo Milenio para el Desarrollo Integral de los Territorios (CEDIT). <http://www.vistachile.cl>
- Welter, F., Baker, T., Audretsch, D. B., & Gartner, W. B. (2017). Everyday entrepreneurship—A call for entrepreneurship research to embrace entrepreneurial diversity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(3), 311–321.
- Yang, H., Liu, Y., & Long, H. (2023). Rural revitalization and spatial transformation in China: Toward an integrated planning system. *Land Use Policy*, 131, 106541.
- Zonneveld, W., & Stead, D. (2007). European spatial planning and the methods of discursive integration: From sectoral to territorial policy coordination. *Environment and Planning A*, 39(2), 418–433.

¿Qué es Territorio y Emprendimiento?

Es un recurso educativo diseñado para acompañar a docentes y estudiantes en la comprensión de cómo el territorio influye en las oportunidades de emprendimiento en distintas regiones de Chile.

¿Qué busca Territorio y Emprendimiento?

Busca promover el pensamiento crítico y la investigación aplicada a partir del análisis de datos reales del entorno local, fomentando el aprendizaje activo, el uso de herramientas digitales como VistaChile y la elaboración de propuestas concretas que vinculen el emprendimiento con las realidades territoriales de los y las estudiantes.



Núcleo Milenio para
el Desarrollo Integral
de los Territorios



COLEGIO DE
**PROFESORAS Y
PROFESORES**
DE CHILE

