



**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN**



**REPÚBLICA DE CHILE
UNIVERSIDAD DE LA SERENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMINISTRADORA DE
EMPRESAS**

**TENDENCIAS EMPRENDEDORAS Y ECOSISTEMA EMPRENDEDOR EN LA
REGIÓN DE COQUIMBO, CHILE**

AUTOR

JENNY ELIZABETH ROPERO MONTAÑEZ

PROFESORES PATROCINANTES

Ph.D. LAURA TERESA TUTA RAMIREZ

MG. KARIN ORTLOFF NUÑEZ

LA SERENA, 2018

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a la Virgen...

Por darme fortaleza e iluminar cada uno de mis pasos.

A mis padres, hermanos y sobrina...

Por su apoyo y sus palabras de aliento, sin ustedes no lo hubiera logrado.

A mis tutoras...

Por el tiempo y esfuerzo que dedicaron a compartir sus conocimientos.

A ti...

Por tu paciencia, comprensión y amor.

Tabla de contenido

RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO I: PROBLEMATIZACIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Pregunta de investigación	2
1.3. Objetivos de la investigación.....	3
1.3.1. Objetivo General.....	3
1.3.2. Objetivos Específicos	3
1.4. Justificación.....	3
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	5
2.1. Marco Referencial	5
2.1.1. Nacionales.....	5
2.1.2. Internacionales	7
2.2. Marco Contextual	8
2.3. Marco de Antecedentes	8
2.4. Marco Teórico	10
2.4.1. Emprendimiento.....	10
2.4.2. Cultura Emprendedora	11
2.4.3. Emprendedor	13
2.4.4. . Características del Emprendedor	13
2.4.5. Tipos de Emprendedores	19
2.4.6. Creación de Empresas	23
2.5. Marco Conceptual	23
CAPÍTULO III: METODOLOGIA.....	25
3.1. Diseño de la Investigación	25
3.2. Tipo de Investigación	26
3.3. Alcance	26
3.4. Determinación de la muestra	27
3.5. Técnicas de Recolección de Datos	28
3.6. Interpretación de Datos	29
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y RESULTADOS	30
4.1. Resultados de Análisis Estadístico y Documental.....	30
4.1.1. Análisis Informe GEM de la Región de Coquimbo	30
4.2. Análisis de Entrevista a Expertos y Agentes Estratégicos.	40
4.2.1. Entrevista a Expertos.....	40
4.2.2. Entrevista Agentes Estratégicos.	48
4.3. Programas de Financiamiento	52

5.	CONCLUSIONES	60
6.	RECOMENDACIONES	64
7.	BIBLIOGRAFÍA	65
8.	ANEXOS	67

Índice de Tablas

Tabla 1. Características de los emprendedores	16
Tabla 2. Expertos Estado – Asociación Privada.....	27
Tabla 3. Expertos Universidades.....	27
Tabla 4. Agentes Estratégicos.....	28
Tabla 5. Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento (PRAE).....	52
Tabla 6. Programa de Apoyo al Entorno de Emprendimiento y la Innovación (PAEI)	53
Tabla 7. Capital Humano para Innovación	53
Tabla 8.The S Factory (TSF).....	54
Tabla 9. Semilla Inicia	54
Tabla 10. Capital Semilla Emprende	55
Tabla 11. Capital Abeja Emprende.....	55
Tabla 12. Programa Juntos	56
Tabla 13. Programa Crece	56
Tabla 14. Yo Emprendo Semilla.....	57
Tabla 15. Brain Chile.....	57
Tabla 16. Jump Chile	58
Tabla 17. Desafío High Tech UdeC.....	58
Tabla 18. Desafío Logística.....	58
Tabla 19. CHILE PRENDE	59

Índice de Figuras

<i>Figura 1. ¿Conoce alguna persona que haya iniciado un negocio?.....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 2. ¿Cree que habrá oportunidad para comenzar un nuevo negocio?</i>	<i>31</i>
<i>Figura 3. ¿Considera que posee conocimientos para iniciar un nuevo negocio?.....</i>	<i>32</i>
<i>Figura 4. ¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?</i>	<i>32</i>
<i>Figura 5. Tasa de Actividad Emprendedora</i>	<i>33</i>
<i>Figura 6. Evolución Actividad Emprendedora.....</i>	<i>34</i>
<i>Figura 7. Evolución Edad Promedio</i>	<i>35</i>
<i>Figura 8. Evolución Motivación para Empezar.....</i>	<i>35</i>
<i>Figura 9. Evolución nivel de educación</i>	<i>36</i>
<i>Figura 10. Sectores Económicos Emprendedores</i>	<i>37</i>
<i>Figura 11. Evolución expectativa de expansión con uso de tecnología</i>	<i>38</i>
<i>Figura 12. Evolución novedad en tecnología.....</i>	<i>38</i>
<i>Figura 13. Evolución clientes en el extranjero.....</i>	<i>39</i>

Índice de Anexos

Anexo 1. Entrevista Estado - Asociación Privada.....	67
Anexo 2. Entrevista Universidades.....	68
Anexo 3. Entrevista Banco Estado	69
Anexo 4. Entrevista Agentes Estratégicos	70
Anexo 5. Carta de Validación de Instrumentos	71

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo analizar las tendencias emprendedoras y el ecosistema emprendedor de la Región de Coquimbo, Chile.

Para el cumplimiento de los objetivos de la investigación se realizó revisión estadística y documental del informe GEM de la Región de Coquimbo desde el año 2008 hasta el año 2016, posteriormente se hizo el análisis del mismo dando como resultado las tendencias emprendedoras de la región, donde se pudo evidenciar que existe un alto nivel de emprendimiento en la región, donde los principales actores son los varones que deciden iniciar su negocio impulsados por la independencia económica y laboral, el sector predominante es el Sector Servicios.

A través de la aplicación de instrumentos como la entrevista semi estructurada a expertos en materia de emprendimiento se pudo determinar el rol que desempeña cada uno de los actores que componen el ecosistema emprendedor de la región, donde se estableció que el principal actor que apoya al emprendimiento es el Estado, que por medio de programas y subsidios da la oportunidad al emprendedor de iniciar su negocio y establecerse, también se evidenció la importante participación de las instituciones de educación superior que mediante seminarios, capacitaciones, ferias, festivales y congresos forman a los empresarios.

ABSTRACT

The objective of the research was to analyze the entrepreneurial tendencies and the entrepreneurial ecosystem of the Region of Coquimbo, Chile.

For the achievement of the research objectives, a statistical and documentary review of the GEM report of the Coquimbo Region was carried out from 2008 to 2016, after which the analysis was made, resulting in the entrepreneurial tendencies of the region, where it was evident that there is a high level of entrepreneurship in the region, where the main actors are men who decide to start their business based on economic and labor independence and the predominant sector is the Services Sector.

Through the application of instruments such as the semi-structured interview with experts in the field of entrepreneurship, it was possible to determine the role played by each of the actors that make up the entrepreneurial ecosystem of the region, where it was established that the main actor that supports entrepreneurship is the State, which through programs and subsidies gives the entrepreneur the opportunity to start his business and establish himself, also evidenced the important participation of higher education institutions that train entrepreneurs through seminars, trainings, fairs, festivals and congresses .

INTRODUCCIÓN

En los últimos años el apoyo al emprendimiento ha sido uno de los principales objetivos que los países se han propuesto a nivel mundial, la formación de nuevas empresas está relacionado con el desarrollo socio económico nacional, regional y local, por este motivo el Estado está generando estrategias que promuevan la creación y desarrollo de las mismas.

En este ámbito, el Estado Chileno ha impulsado políticas sociales y programas regionales para incentivar y promover el emprendimiento a nivel nacional, estas estrategias han ubicado al país en el puesto 18 del ranking mundial del Global Entrepreneurships and Development Institute (GEDI) 2018 y en el primer lugar en América del Sur, América Central y el Caribe, convirtiéndolo en el ecosistema emprendedor más avanzado de esta parte del globo.

En ese sentido, resulta acertado e interesante conocer los antecedentes y tendencias emprendedoras de una de las regiones de este país, en este caso de la Región de Coquimbo, identificando y caracterizando estos emprendimientos, además de describir el ecosistema emprendedor que allí se presenta.

Esta investigación se encuentra estructurada en cuatro capítulos, donde se concentran los detalles de la investigación.

El capítulo I da a conocer la relevancia del estudio, su problemática y los objetivos y propósitos que se quieren alcanzar.

En el capítulo II se contextualiza la investigación, expone la información clave del estudio como lo son los antecedentes, teorías y conceptos que la apoyan.

El capítulo III trata de la metodología utilizada en la investigación, su caracterización y alcance, define la muestra, técnicas y procedimientos empleados.

En el capítulo IV se presenta el análisis de los resultados de la investigación, donde se identifican las características de los emprendimientos y se determinan los actores que los apoyan.

Para finalizar se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I: PROBLEMATIZACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El emprendimiento para un país es el motor para el crecimiento y desarrollo del mismo, ya que genera oportunidades, contribuye con la creación de fuentes de empleo bien remuneradas, fortalece la investigación y aumenta la inversión en infraestructura, es decir transforma la economía de una comunidad o región incrementando la calidad de vida de quienes residen en ella.

Según la investigación llevada a cabo por el observatorio de la economía latinoamericana, "En el caso norteamericano, las pequeñas empresas son responsables de la mitad de todas las innovaciones y del 95% de todas las innovaciones radicales. Se ha producido y se está produciendo un proceso de cambio en las empresas; las viejas industrias están siendo reemplazadas por nuevas áreas de negocio, las que han traído al mercado productos completamente nuevos, inimaginables años atrás. Por ejemplo, los computadores personales, la biotecnología, el software, entre otras" (Wompner G., 2008).

Por otro lado, la generación de nuevos emprendimientos y el impulso del espíritu empresarial se han convertido en uno de los objetivos de política más generalizados entre los concernientes al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. A pesar de que la pregunta acerca de si los emprendedores nacen o se hacen no tiene una respuesta simple, la mayoría de las entidades que se preocupan del diseño de políticas de desarrollo empresarial buscan los medios para identificar cuáles son los perfiles que mejor pueden contribuir a otras políticas específicas, como la creación de empleo, el desarrollo local o la innovación tecnológica, por citas algunas, y a generar las condiciones que faciliten el surgimiento de nuevas empresas.

La unión europea ha incorporado la promoción del espíritu empresarial a las políticas de desarrollo empresarial, con el lanzamiento del libro verde del espíritu empresarial ha iniciado un proceso de discusión de políticas que esta también alimentado por una importante producción de información sobre el fenómeno del emprendedor. (Informes del

observatorio europeo de la pyme) sobre creación de empresas, ponen en evidencia desventajas competitivas del viejo continente y plantean a políticas claras que favorezcan a un cambio en el paradigma empresarial.

En Estados Unidos y Canadá, la actividad en el plano de las políticas de promoción del espíritu emprendedor tiene un carácter diferente. En el primero, considerado el país con mayor índice de emprendedores, las fundaciones, las universidades y los centros de enseñanza y de investigación privados más que las agencias gubernamentales son los que se dedican a mantener y difundir la mentalidad emprendedora profundamente arraigada en la cultura norteamericana, mientras que las políticas públicas se concentran en mejorar las condiciones del entorno y el financiamiento de las nuevas empresas. Kantis, Angelelli & Moori Koenig, (2005).

En los países de América Latina se está produciendo una verdadera transformación en políticas de desarrollo empresarial, que incorpora el fomento de nuevos emprendimientos y la promoción de una nueva mentalidad que valoriza la actividad empresarial. Prueba de ello es que en los últimos años han surgido numerosos programas de creación de nuevas empresas y de fomento del espíritu empresarial con frecuencia desarrollados por entidades privadas, pero contando también con apoyo público. Kantis, Angelelli & Moori Koenig, (2005).

Según la investigación “Apalancando la ambición y la innovación emprendedora” del Foro Económico Mundial, Chile ocupa el primer puesto en el listado de países con mayor número de emprendimientos innovadores en fase inicial, así como también se encuentra en la posición 38 entre 143 economías del mundo en el Reporte Global de Tecnologías de la Información 2015.

1.2. Pregunta de investigación

De acuerdo a lo anterior surge la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las tendencias emprendedoras y el ecosistema emprendedor en la Región de Coquimbo, Chile?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Analizar las tendencias emprendedoras y el ecosistema emprendedor en la Región de Coquimbo, Chile.

1.3.2. Objetivos Específicos

- ❖ Identificar las características de los emprendimientos de la Región de Coquimbo, Chile.
- ❖ Explorar los antecedentes del ecosistema emprendedor en la Región de Coquimbo, Chile.
- ❖ Determinar actores claves de apoyo al emprendimiento en la Región de Coquimbo, Chile.

1.4. Justificación

A lo largo de la historia el ser humano ha logrado adaptarse a cada uno de los cambios de la sociedad para satisfacer sus necesidades, por este motivo se comienza a ver el emprendimiento como una fuente de creación de los componentes que permiten satisfacer totalmente las necesidades de los individuos y mejorar su calidad de vida.

Actualmente se observa que el emprendimiento se ha convertido en una estrategia para subsanar situaciones políticas, sociales, económicas y educativas entre otras, ya que la finalidad de este es romper barreras que generen libertad para el desarrollo humano.

Desde el punto de vista teórico, se busca adaptar de mejor manera cada uno de los objetivos que el emprendimiento tiene para el crecimiento y desarrollo económico en la sociedad logrando marcar un punto de referencia a nivel mundial, porque va a ser esta la herramienta de salida ante los problemas especialmente los económicos por los cuales la aldea global se está desarrollando.

Por otra parte, desde el punto de vista práctico se debe caracterizar a los emprendedores puesto que no es nada fácil asumir el riesgo con ideas las cuales nos

pueden beneficiar o no, también es importante destacar el gran impacto que ha tenido el emprendimiento en cada uno de los países porque como vemos hoy en día hay países que son más desarrollados que otros frente al ámbito tecnológico gracias a esta estrategia de creación.

Desde una perspectiva social el emprendimiento busca soluciones a problemáticas que afecten a la comunidad donde se encuentran ubicados mediante estrategias sostenibles de impacto ya sean de carácter social, económico o ambiental, creando proyectos de innovación con alto impacto y de esta forma ser partícipes de la transformación económica del país.

Por lo anterior es un tema de interés el analizar las tendencias emprendedoras y el ecosistema emprendedor que han ubicado a Chile como un líder en América Latina en materia de emprendimiento, visto en este caso desde la Región de Coquimbo.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Referencial

2.1.1. Nacionales

- Slomp I. (2005).

“Estudio de la cultura emprendedora: Perfil emprendedor de empresarios de éxito en la Región de Coquimbo” Universidad de La Serena, Chile.

Esta investigación buscó identificar las características y habilidades más importantes de la conducta emprendedora y su relevancia en los empresarios de éxito de la Región de Coquimbo.

Se llegó a la conclusión de que las características más importantes en los empresarios de la Región de Coquimbo eran la Iniciativa seguida de la automotivación.

- Cabana R., Cortes I., Plaza D., Castillo M. & Alvarez A. (2013).

“Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior”. Universidad de La Serena, Chile.

Esta investigación identificó cuatro factores que determinan la capacidad emprendedora potencial de un alumno perteneciente a centros de educación superior atributos del emprendedor, Capacidades interpersonales, capacidades frente al riesgo y actitud emprendedora.

Al jerarquizar empleando el método AHP, se concluyó los vectores de prioridad dando una mayor importancia para actitud y atributos del emprendedor, que en conjunto representan el 76%. El índice de capacidad emprendedora potencial fue de un 74% y el porcentaje de alumnos con capacidad emprendedora efectiva fue de un 16%. Esta brecha de desarrollo de capacidad emprendedora, representa un desafío estratégico para cada uno de los centros de educación superior, para contribuir a su valor y complementariamente al desarrollo local, regional y nacional. Se propone un modelo de

análisis de las capacidades emprendedoras, que permitiría logros significativos en la formación de capacidades emprendedoras efectivas.

➤ Bou M. & Herrera G. (2018).

“Perfil de Emprendimiento Femenino de La Región de Coquimbo” Universidad de La Serena, Chile.

La investigación tuvo como objetivo caracterizar el perfil del emprendimiento femenino en la Región de Coquimbo, según el estudio del caso “Mujer Dinámica”. Por tanto la muestra se compone de las participantes de este programa. Para formular dicho perfil se consideran las características de las emprendedoras y de los emprendimientos que estas poseen, además de las percepciones que ellas tienen sobre los factores internos (motivación y habilidades) y los factores externos (entorno emprendedor) que los afecta. A través de la aplicación de instrumentos de levantamiento de información cuantitativos (entrevista) y cualitativos (entrevista y revisión documental), y el posterior análisis de estos mediante el uso de software, se establece un perfil base del emprendimiento femenino en la Región de Coquimbo. Se establece entonces que las emprendedoras son mujeres jóvenes, que residen principalmente en la conurbación La Serena – Coquimbo, egresadas de educación superior y que poseen experiencia laboral. Se motivan principalmente por la dimensión emprendedora y en sus competencias destacan las vinculadas a los logros, poseen una percepción del entorno emprendedor de la Región de Coquimbo que evalúa positivamente los programas desarrollados por el gobierno, y de forma negativa la facilidad para crear una empresa. Además, se crea un perfil basado en la segmentación de las emprendedoras según si tienen o no hijos. Este último análisis permite la obtención de información en un área de investigación que se encuentra en sus inicios, siendo pionero en la aplicación e investigación del término “mumpreneur” en la zona.

- Soria K., Zuniga S. & Ruiz C. (2016).

“Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio”. Universidad Católica del Norte, Escuela de Ciencias Empresariales. Chile.

El objetivo de la investigación buscó analizar el efecto que tiene un curso universitario de estudio de experiencias en emprendimiento sobre la Intención Emprendedora (IE) de los estudiantes que tomaron ese curso.

Los resultados de la investigación arrojaron que de un modo global, la IE fue afectada negativamente por el curso. Sin embargo, se obtuvo que los estudiantes que experimentaron el mayor cambio en su voluntad de emprender fueron quienes poseían dos características: consideraban tener los conocimientos, habilidades y experiencia para poner en marcha un nuevo negocio y pertenecían a familias de menores ingresos de renta familiar.

2.1.2. Internacionales

O’Kean, Congregado y Menudo (2006) “Tejido empresarial y crecimiento regional” Universidad Pablo de Olavide (Sevilla)/ Universidad de Huelva/Universidad Pablo de Olavide.

La investigación tuvo como propósito conocer el rol de la función empresarial en el crecimiento económico regional español, mostrando una evolución del tejido empresarial regional; mediante hechos estilizados sobre el crecimiento económico y la actividad empresarial.

Los resultados de esta investigación mostraron la existencia de un efecto positivo del factor empresarial y su eficiencia sobre el crecimiento económico regional. Pues las regiones más ricas son aquellas que en el pasado dieron mayor importancia a la acumulación de capital humano empresarial y que cuanto más denso es el tejido empresarial mayor es el grado de desarrollo de una región.

2.2. Marco Contextual

La región de Coquimbo, la cuarta Región de Chile, tiene una superficie de 40.580 km², representando el 5.36% del territorio nacional, se encuentra ubicada al norte del país, según el Censo 2017 la población alcanzaba los 757.586 habitantes, de los cuales 615.116 pertenecen a la población urbana y el 142.470 restante a la población rural.

Del total de su población 368.774 son hombres y 388.812 son mujeres.

La población se divide en 197.993 menores de 18 años, 470.050 entre 18 y 65 años y 89.543 mayores de 65 años.

La Región de Coquimbo cuenta con tres provincias y quince comunas, su capital regional es la ciudad de La Serena, presenta diversos climas como el estepárico o nuboso, de estepa cálido y templado frío de altura. Es una región de transición ya que se encuentra entre las zonas desértica y templada mediterránea.

El PIB de esta región fue de 4.578.000 millones de pesos en el año 2016, según cifras entregadas por el Banco Central de Chile.

Su economía se basa principalmente en la minería, la agricultura y las actividades pesqueras, en los últimos años el turismo se ha convertido en una de las principales actividades económicas, puesto que la región ofrece una extensión de 400 kilómetros de costa, donde algunas de las alternativas son: la Avenida del Mar y el Faro Monumental en La Serena, los Balnearios de Tongoy, Guanaqueros y Pichidangui; por otra parte El Valle de Elqui ofrece turismo astronómico con los Observatorios de: Cerro Tololo, La Silla y Las Campanas entre otros.

2.3. Marco de Antecedentes

El emprendimiento en el mundo ha incrementado la productividad y con esto el empleo, contribuyendo de esta forma al aumento del valor agregado de la economía y dando bienestar a la sociedad.

El reporte global GEM 2017-2018 indica que el emprendimiento crece alrededor del mundo, más específicamente aumentó en dos tercios en los países en los que se basa su reporte, a nivel general el informe destaca que el espíritu emprendedor femenino en etapas iniciales ha aumentado en todo el globo con mayor participación en Latinoamérica y el Caribe, es así como, por cada 20 emprendedores hay 17 emprendedoras.

En Chile el 23.8% de la población adulta participa en una actividad emprendedora en etapa inicial y el 9.9% es un empresario establecido, en cuestiones de género por cada 6 mujeres emprendedoras hay 10 hombres emprendedores.

En la región de Coquimbo se estimaba que para el año 2016 existían 164.555 personas involucradas en la actividad emprendedora.

Ayuda Gubernamental.

El Estado Chileno con el fin de estimular y facilitar la creación de empresas ha creado iniciativas legales como:

Ley 20.494. Ley de Agilización de Trámites. Cuya finalidad como su nombre lo dice es la de agilizar los trámites como el de constitución, modificación y disolución de sociedades, entrega de patentes y autorización de factura electrónica.

Ley 20.659. Ley de Constitución de Empresa en un Día. Esta ley reduce los costos de crear y modificar sociedades, sistematizando el proceso y dando un costo cero al mismo.

Así mismo existen organismos creados para fomentar el desarrollo nacional y regional como CORFO, SERCOTEC, que son organismos dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, FOSIS que depende del Ministerio de Desarrollo Social y el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), que depende del Ministerio de Agricultura. Estos organismos, por medio de programas apoyan a los emprendedores desde su etapa inicial, hasta que comienza sus actividades y se establecen como empresarios.

2.4. Marco Teórico

2.4.1. Emprendimiento

El emprendimiento puede definirse como el desarrollo de un proyecto, que persigue un interés económico, social, político, entre otros y que se caracteriza principalmente por la incertidumbre de los resultados y la innovación de su creación.

Es la interacción dinámica de actitudes, habilidades y aspiraciones emprendedoras por parte de los individuos, que impulsan la asignación de recursos a través de la creación y operación de nuevas empresas. GEDI (2017).

Un emprendimiento es realizado por una persona llamado emprendedor. La palabra **emprendedor** tiene su origen en el francés entrepreneur (pionero), usado para denominar a aquellos aventureros que se dirigían hacia el Nuevo Mundo sin saber que encontrarían, es precisamente ese actuar bajo incertidumbre la principal característica de los actuales emprendedores.

Para dar un concepto más acertado a cerca de emprender encontramos:

La Real Academia Española (RAE) define:

Emprender. Del lat. in 'en' y prendĕre 'coger'.

Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.

Según Kuratko (2008), el emprendimiento es un proceso dinámico de visión, cambio y creación. Este requiere una aplicación de energía y pasión a través de la creación e implementación de nuevas ideas y soluciones creativas.

Un emprendimiento es una iniciativa que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado. Pérez y Gardey (2010).

Schumpeter (2015) define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones en medios de producción

y por lo tanto incluye a individuos dependientes o empleados de una empresa así como hombres de negocios que crean empresas.

De lo anterior podemos concluir que la definición de emprendimiento dependerá de la perspectiva de cada individuo, pero siempre será asociado con la acción de crear con ideas innovadoras un negocio aun sin conocer el resultado del mismo en el tiempo y que estas ideas innovadoras son el resultado del reconocimiento del emprendedor de una oportunidad.

2.4.2. Cultura Emprendedora

Para comprender que es la cultura emprendedora se debe tener claro el concepto de cultura:

La Real Academia Española (RAE) define cultura como:

2. f. Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.
3. f. Conjunto de modos de vida, costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

Cameron & Quinn (1998) definen a la cultura emprendedora como aquella que propicia un lugar para trabajar dinámico y creativo. Según estos autores, una organización con una cultura emprendedora sostiene el compromiso hacia la experimentación y la innovación.

En el momento de emprender, es necesario considerar que, si una sociedad desea obtener mayores cantidades de riqueza o producto, no es porque lo desee en sí mismo, sino porque por medio de éste podrá conseguir una mejor calidad de vida. Sen (2000).

Alan Gibb (1987) plantea que la cultura empresarial en el área de empresas tiene cinco componentes fundamentales:

1. La existencia de numerosas personas vinculadas a la vida empresarial que puedan servir de modelos para ser imitados o superados por las nuevas generaciones. Estos modelos deben ser conocidos por los jóvenes durante su proceso formativo.

2. La existencia de oportunidades de trabajo, en especial para los jóvenes estudiantes en empresas exitosas, a fin de que se familiaricen con ese tipo de organización y rompan las barreras y los mitos que impide a la mayoría de las personas lograr las nociones de deseabilidad, factibilidad y logro del estado de empresario exitoso.
3. La existencia de oportunidades, para los jóvenes en formación, de practicar las diversas tareas y adquirir conocimientos fundamentales del manejo administrativo de una empresa exitosa.
4. La existencia de oportunidades, en particular para los jóvenes, de ejercitar y desarrollar los atributos y características empresariales, y de sentir el refuerzo positivo de la sociedad a sus logros.
5. La existencia de oportunidades, especialmente para los jóvenes, de construir redes de personas conocidas que les den el refuerzo necesario para acometer la tarea de ser empresario. Estas redes deben permitir contactos con clientes proveedores, distribuidores, fuente y organismos de apoyo, contactos informales, etcétera.

Estos componentes son básicos en la formación de los jóvenes y, seguidamente, en la generación de una cultura empresarial, cuyos objetivos a largo plazo pueden medirse en función de:

1. El número y la calidad de las empresas que se inician.
2. La tasa de éxito de las empresas iniciadas.
3. La tasa de crecimiento de las empresas establecidas.

El logro de los tres objetivos antes mencionados implica tres etapas:

1. Establecimiento de la cultura (desarrollo del espíritu empresarial).
2. Iniciación de empresas.
3. Desarrollo de empresas.

2.4.3. Emprendedor

Los emprendedores son individuos que innovan, identifica y crean nuevas oportunidades de negocio, reuniendo y combinando recursos para extraer los máximos beneficios de sus innovaciones en un entorno incierto Amit Glosten y Müller (1993 – 817)

1. Harper (1991) identifica al emprendedor como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio; tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza.
2. Shumpeter (1934) afirma que los emprendedores son aquellas personas capaces de combinar factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir, innovar con ellos.

2.4.4. . Características del Emprendedor

Varela (2008) considera que las personas que han liderado el desarrollo, que han creado grandes y exitosas organizaciones, tienen las siguientes características principales:

1. Fuerza vital. Entendida como energía, fuerza, dedicación, emoción, coraje y decisión para llevar adelante sus ideas.
2. Deseo de superación y progreso. Entendido como el motor de mejoramiento continuo que lleva a buscar siempre un estadio superior en sus actividades. Es parte de la orientación hacia el logro.
3. Capacidad de identificar oportunidades. Entendida como la competencia para leer, con esta visión, el entorno social, económico, político, cultural, etcétera.
4. Visión de futuro. Entendida como la capacidad de percibir tendencias y de prever lo que va ocurriendo.

5. Habilidad creadora e innovadora. Entendida como la destreza para encontrar múltiples, variadas y apropiadas formas de solución a los problemas.
6. Aceptación y propensión al cambio. Entendidos como la capacidad de reaccionar en forma flexible, oportuna y acorde con los nuevos requerimientos que el entorno plantea.
7. Iniciativa. Entendida como la capacidad de anticipar, de hacer algo antes que otros, de dar los pasos para volver realidad las ideas.
8. Libertad – autonomía – autogobierno. Entendidos como la posibilidad de tomar las propias decisiones y asumir la responsabilidad de los resultados logrados, sean ellos favorables o desfavorables. Es no estar pensando en culpables o en benefactores. Es entender que los resultados dependen de mí.
9. Capacidad de toma de decisiones con información incompleta. Entendida como la habilidad para aceptar que en la vida casi nunca se entiende a la mano todos los datos, y que especialmente el cambio exige decisiones bajo riesgos medidos o moderados.
10. Convicción de confianza en sus facultades. Entendida como la actitud de creer que se puede hacer bien aquello en lo que uno está preparado y capacitado, en lo que sabe hacer, en lo que es diestro, en lo que conoce.
11. Actitud mental positiva hacia el éxito. Entendida como optimismo, como visión de triunfo, como capacidad de ganar y salir adelante.
12. Compromiso – constancia – perseverancia. Entendidos como la dedicación y el esfuerzo continuo hacia el logro de los objetivos, es ponerse y sudar la camiseta, es no tirar la toalla.
13. Coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos. Entendido como el valor y el arrojo necesarios para atreverse, para osar, para jugar en escenarios arriesgados.
14. Capacidad de realización. Entendida como el pragmatismo necesario para poner en ejecución las ideas y proyectos que se hayan generado.

15. Capacidad de administrar recursos. Entendida como la habilidad de hacer un uso eficiente de los diversos recursos disponibles.

16. Practicabilidad y productividad. Entendidas como hacer bien lo que debe realizarse.

17. Capacidad de control, Entendida como la capacidad de supervisión y de control de los recursos y las situaciones.

18. Inconformismo positivo. Entendido como el hecho de aceptar que lo que existe es bueno, pero que es sujeto de mejora; o sea, que hay camino de progreso y mejoramiento,

19. Soluciones y no problemas. Entendida como la capacidad de pasar de la problemática a la “solucionática”, del diseño al hecho, de la teoría a la práctica.

20. Responsabilidad – solidaridad – ética. Entendidas como la capacidad de comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar deben construirse respetando al ser humano y la naturaleza; que estos deben beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir una labor dentro de un marco ético y de un proceso de conciencia social muy diferente del egoísmo que a veces nos cobija.

21. Capacidad de integrar hechos y circunstancias. Entendida como la habilidad de percibir y asimilar los diversos elementos que se dan alrededor de una situación; ser capaz de armar el rompecabezas.

22. Liderazgo. Entendido como la capacidad de lograr que mis compañeros acepten mis ideas y mi accionar porque encuentran en ellos un punto de comunicación y de empatía.

Tabla 1. Características de los emprendedores

<i>Características de los emprendedores</i>	
1. Factores motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de logro • Necesidad de reconocimiento • Necesidad de desarrollo personal • Percepción del beneficio económico • Baja necesidad de poder y estatus • Necesidad de independencia • Necesidad de afiliación o ayuda a los demás • Necesidad de escape, refugio o subsistencia
2. Características personales	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa personal • Capacidad de decisión • Aceptación de riesgos moderados • Orientación hacia la oportunidad • Estabilidad emocional/autocontrol • Orientación hacia metas específicas • Locus de control interno (atribuye a el mismo sus éxitos o fracasos) • Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre • Es receptivo en sus relaciones sociales • Posee sentido de urgencia/tiempo valioso • Honestidad/integridad y confianza • Perseverancia/constancia • Responsabilidad personal • Es individualista • Es optimista
3. Características físicas	<ul style="list-style-type: none"> • Energía • Trabajo con ahínco
4. Características individuales	<ul style="list-style-type: none"> • Versatilidad/flexibilidad • Creatividad/imaginación/innovación • Búsqueda de la verdad e información • Planificación y seguimiento sistemático de resultados • Capacidad para analizar el ambiente (reflexión) • Visión comprensiva de los problemas • Planificación con límites de tiempo
5. Competencias generales	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Orientación al cliente • Capacidad para conseguir recursos • Gerente/administrador de recursos • Patrón de factores de producción • Exige eficiencia y calidad • Dirección y gestión de la empresa • Red de contacto • Comunicación

Fuente: Rafael Alcaraz Rodríguez, *El Emprendedor de Éxito*, Cuarta Edición, Mc Graw Hill, 2011, Pag.3.

→ Capacidades del Emprendedor

Para Muñoz (1997) las cualidades emprendedoras se agrupan por categorías, atributos o capacidades personales:

- *Capacidades Personales:* El emprendedor debe tener ambición, visión y proyecto a futuro, debe ser capaz de hacer planificación, ser tenaz, tener esfuerzo, orientación al mercado, ser capaz de tomar buenas decisiones, iniciativa y actitud proactiva, gestión de riesgo, tener creatividad, gestión de tiempo, aprender a dominar el estrés, actitud

mental positiva, ser capaz de sobreponerse al fracaso y poseer una cultura emprendedora.

- *Capacidades comerciales:* El emprendedor debe tener ciertas actividades comerciales, como facilidad para las relaciones sociales, ser habilidoso en la conversación, en las ventas, tener un código ético, ser corporativista y simpático.
- *Capacidades organizativas.* Para un buen desempeño son, buena selección de personal, tener liderazgo, organización y delegación, buena dirección de reuniones, poder motivar a los empleados, tener ecologismo.

Larry Farell (2001) plantea cuatro capacidades básicas que debe tener un empresario para mantener viva y en crecimiento una organización:

1. *Sentido de la misión.* Consiste en mantener actualizado y claro el que y el cómo de la empresa. El que (la estrategia) significa que clientes y que mercados, que productos y que servicios, que capacidades y que facilidades, que recursos. El cómo (la cultura empresarial) implica la formulación de conductas y comportamientos, rituales, practicas sencillas y simples pero concretas y permanentes que unan a todo el personal en esa cultura de empresa.

2. *Visión de cliente y producto.* Consiste en mantener el foco en los dos elementos básicos de la empresa al mismo tiempo. Esto implica conocer el producto, responder con rapidez a los clientes, ser cortés y competitivo, mantener por siempre los clientes, amar el producto, rehacerlo, innovar en productos y clientes.

3. *Innovación rápida.* Radica en elevar a prioridad de la organización la capacidad de innovar, inventar, crear e imaginar, en todos los frentes. Es eliminar la burocracia y desatar la genialidad de todas las personas vinculadas a la empresa.

4. *Conducta auto inspiradora.* Es amar lo que se hace, dar autonomía, compartir éxitos y fracasos, liderar con el ejemplo, trabajar muy duro, inspirar a todos, generara recompensas ante buenos resultados.

Para este autor el éxito de los grandes empresarios está basado en principios fundamentales y no en modas gerenciales.

La perspicacia, constituye para muchos autores el principal atributo de un emprendedor, y ha de entenderse como la capacidad de este para identificar y explotar oportunidades de negocio, para generar nuevas ideas. Mariotti, Towle y De Salvo (1996).

Ambición y pasión, entendida como motivación hacia el logro o necesidad de logro, es decir, como una necesidad recurrente de conseguir éxito, de hacer algo mejor en relación a un estándar Ayerbe y Larrea (1995).

Capacidad de aprender de la experiencia, cuando se crea una nueva empresa, por muy pequeña que sea, el emprendedor se enfrentara a un nuevo sistema y a una nueva situación no estructurada que como tal tiene un mayor grado de complejidad que una organización en funcionamiento. El emprendedor debe tener la capacidad necesaria para reducir la complejidad a fin de estructurar el nuevo sistema. Veciana (1996).

Reducción de la complejidad y capacidad para desarrollar nuevos sistemas, desde las perspectivas de las teorías de la organización y de los sistemas, la creación e una nueva empresa constituye la creación de un nuevo sistema, siendo este el atributo más común y fundamental del fenómeno de creación de empresas. Veciana (1996)

Liderazgo: debe ser capaz de liderar al grupo de personas que tendrá que implicar en el proyecto; Conocimientos: Poseer, y si no adquirir conocimientos sobre algunos elementos básicos tales como el tipo de negocio que va a crear, el mercado al que se va a dirigir y sobre características del producto que va a ofertar; Organización: ser capaz de organizar, de montar la estructura que va a prestar el servicio, Procesos: conocer los procesos que permitan elaborar el producto o prestar el servicio; Estilos de gestión: identificar el estilo más adecuado a su personalidad y pretensiones; Ventajas Competitivas: marcar en su producto y empresas unas ventajas competitivas que le diferencie de la competencia. Veciana (1997) Olamendi (1998).

2.4.5. Tipos de Emprendedores

→ *Empresario Social.*

Según Varela (2008) uno de los enfoques del empresario que ha tenido más desarrollo en los últimos años es el concepto del empresario social y se le ha otorgado mucho peso a este concepto.

Las razones para ello han sido múltiples: el crecimiento poblacional, las diferencias sociales, el crecimiento de grupos marginados por distintas causas, las limitaciones de los empleos tradicionales, la aparición de instituciones no gubernamentales y entes de gobierno dispuestos a apoyar a este tipo de empresarios, el fortalecimiento de las nociones de comunidad, el fracaso de algunos de los modelos asistenciales, la necesidad de darle una mayor trascendencia y permanencia a las acciones sociales, etcétera.

El trabajo central del empresario social es la capacidad de identificar las limitaciones de desarrollo que tiene una parte de la sociedad, y de encontrar las formas de resolver la situación en forma favorable y efectiva. Para ello, se deben producir innovaciones y cambios en el sistema y en su funcionamiento y persuadir a las sociedades a la toma de nuevos caminos.

Dees (2011) indicaba que un empresario social es quien adopta una misión para crear y sostener valores sociales; reconoce y persigue consistente e insistentemente las nuevas oportunidades que sean útiles para la misión, se compromete en un proceso continuo de aprendizaje, adaptación e innovación, actúa sin sentirse limitado por los recursos disponibles y exhibe una alta actitud de rendir cuentas al grupo atendido.

Boschee (2001) planteaba ciertas reglas que deben ser obedecidas por el empresario social: debe tener pasión por alcanzar la independencia financiera, como elemento central del cumplimiento de su misión social (en este sentido, los ingresos y el manejo de excedentes son temas claves); debe mantener el foco en su actividad y no pensar que puede cubrir todas necesidades de todas las personas, no debe acometer actividades no relacionadas con su actividad central; nunca debe subestimar los requerimientos de

tiempo y de dinero que la empresa necesite (en ese sentido debe ser responsable en lo financiero); debe evitar la mala interpretación del concepto sin fines de lucro pues esto puede limitar el logro de sus objetivos sociales y de permanencia; deber estar comprometido por concepto con su causa.

Tyson (2004) consideraba que un empresario social es alguien motivado por una misión social, con una gran capacidad de encontrar formas innovadoras de resolver problemas sociales que no han sido atendidos adecuadamente por el sector público.

Ashoka (2006) define al empresario social como una persona que crea una empresa para dar soluciones prácticas a un problema o necesidad social. Para ello, encuentra soluciones innovadoras y prácticas que le permitan transformar comunidades y crear valor social; es una persona que aporta ideas innovadoras y ve oportunidades donde otros no ven nada; combina riesgo y valor con criterio y sabiduría; su motivación es la mejora de la calidad de vida de la comunidad; los recursos económicos son medio y no fin; la utilidad de las empresas tiene como finalidad el poder servir a más personas de mejor manera.

Su motivación es cambiar el sistema y su funcionamiento.

→ *Empresario Cívico*

Drucker (1985) planteó la necesidad de que las instituciones de servicio público fueran tan empresariales e innovadoras como lo eran las instituciones de sector privado. Dio, así, inicio a un nuevo concepto de empresario cívico. Este combina dos elementos muy importantes: el espíritu empresarial y el servicio a la comunidad. Por ello, su trabajo es fortalecer los lazos que unen a la economía con la comunidad para su beneficio mutuo. En este sentido, ayudan a las comunidades a desarrollar y organizar sus activos económicos, para construir relaciones productivas y fuertes el sector público y el privado.

Estos empresarios cívicos, o públicos, trabajan en sectores como la educación, justicia, salud, artes, recreación, nutrición, gobierno, etc., con el propósito de desarrollar

e implementar innovaciones que permitan, por un lado, mejorar la calidad de vida de la comunidad y, por otro, mejorar el entorno para que los empresarios privados puedan actuar.

Kirby (2003). habla de la necesidad de que en todos los niveles del gobierno se requieren líderes empresariales cuya responsabilidad sea crear la cultura de cambio, con el propósito de dismantelar las viejas verdades anti funcionales y preparar a la gente, y a la organización, para manejar con amor los cambios a medida que las innovaciones son propuestas, probadas, rechazadas, modificadas y adoptadas. Ellos tienen la responsabilidad no solo de desarrollar una visión para la organización, sino también el asegurarse de que sea entendida, comunicada y compartida con el propósito de que pueda ser implementada.

Los empresarios cívicos según Henton (2007) deben tener varias características muy importantes: deben entender las nuevas realidades de la economía para adaptar las economías locales a esas realidades; debe tener todos los atributos, características, valores y comportamientos del empresario privado; deben ejercer un estilo colaborativo de liderazgo; deben estar motivados y comprometidos hacia el futuro de las comunidades que sirven; deben trabajar en equipos, para lograr avanzar, deben, encontrarse con el burócrata tradicional, ser capaces de encontrar razones de por qué los eventos si pueden ocurrir, en oposición a enfocarse en por qué no pueden ocurrir; deben ser proactivos y capaces de llevar a cabo sus iniciativas.

El empresario cívico, es obvio, puede no pertenecer a una institución de gobierno, puede estar en cualquier organización de la sociedad civil y, por ello, un miembro de la asociación de padres de familia de un colegio, una persona vinculada a clubes deportivos, alguien que hace parte de una comunidad artística o de cualquier asociación cívica, puede y debe desempeñarse como empresario cívico. Varela (2008).

→ *Intraempresario o empresario corporativo.*

Kirby (2003) indica que las empresas necesitan adoptar una agenda radical de innovación si quieren ser competitivas y sobrevivir; tienen que reinventarse día tras día y, para ello, deben integrar las fortalezas del entrepreneurship de las organizaciones nuevas (creatividad, flexibilidad, innovación, cercanía con el mercado, toma de riesgos, etc) con el poder financiero y de mercado de las grandes organizaciones. Esta unión se ha llamado corporate entrepreneurship, y se define como el proceso por el cual las corporaciones generan productos y procesos innovativos promoviendo una verdadera cultura empresarial.

Sin dudas, esta filosofía trae a la organización y a sus funcionarios nuevos retos y compromisos, que algunos están dispuestos a correr y, por ello, se llaman empresarios internos o empresarios corporativos.

Pinchot (1985) planteó los 10 mandamientos del Intraempresario:

1. Llegue al trabajo todos los días dispuesto a ser despedido.
2. Desatienda cualquier orden orientada a impedir el logro de su sueño.
3. Haga lo que tenga que hacer para que el proyecto salga adelante, en forma independiente de su concepción de trabajo.
4. Establezca una red con la gente necesaria para su proyecto y logre su apoyo.
5. construya un equipo empresarial con la mejor gente y comparta los créditos por los resultados que logren.
6. Trabaje tan callado como sea posible, pues la publicidad dispara los mecanismos de protección de una cultura corporativa tradicional.
7. Sea leal y fiel a su patrocinador.
8. Solicite perdón en lugar de permiso. Solicite consejo antes de solicitar recursos.

9. mantenga sus metas y sea objetivo sobre la forma de alcanzarlas. Nunca apueste a una carrera en la que usted no está actuando.

10. Mantenga su visión empresarial.

2.4.6. Creación de Empresas

Ducker (1986) considera que el proceso de creación de empresas y el ejercicio de la profesión empresarial son, una práctica, que exige conocimiento, habilidades, actitudes, aptitudes y atributos, pero sobre trabajo para lograr la formación y el desarrollo que el proceso exige.

En este campo, al igual que en muchas otras áreas de acción humana, las personas han establecido mitos y concepciones erradas sobre el empresario y su acción de creación de empresas. Estos mitos por lo general salen a relucir cuando alguien quiere justificar un camino profesional diferente del ser empresario, o cuando quiere demostrar por qué no se ha convertido en empresario.

El proceso de formación de empresas ocurre en todos los países. Pero cada proceso es el resultado final de una acción humana muy especial y del comienzo de otra. Pero aun dentro de esa diversidad existen patrones y características generales del proceso, que aunque multivariado y complejo, también es reconocible y descriptible; pero no es posible manipularlo en formas simples, pues en este proceso intervienen muchas variables. Shapero (1975).

2.5. Marco Conceptual

Emprendedor. Individuos quienes reciben la influencia del entorno y actúan en función de los valores que la sociedad les atribuye. Los atributos individuales tienen que ver con características demográficas (genero, edad, nivel de escolaridad, ubicación geográfica, entre otros) y la percepción sobre las oportunidades, el miedo al fracaso, las capacidades personales y los aspectos motivacionales. GEM Reporte Nacional Chile (2017).

Emprendimiento. Según Morris (1998) El emprendimiento no es una disciplina formal, se busca lo que sea, no hay tampoco una teoría universal, se argumenta en base a otras

teorías como la psicología, sociología, ingeniería, la economía y la administración; es claro que en su gran mayoría se relaciona con gente normal que quiere realizar sus sueños.

Innovación. Para Gee (1981) la innovación es el proceso por el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil y es aceptado comercialmente.

Creatividad. Es un estilo que tiene la mente para procesar la información, manifestándose mediante la producción y generación de situaciones, ideas u objetos con cierto grado de originalidad; dicho estilo de la mente pretende de alguna manera impactar o transformar la realidad presente del individuo. López & Recio (1998).

Empresa. Es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio, que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos, que pueden ser el lucro o la atención de una necesidad social. Chiavenato (1993).

Ecosistema Emprendedor. Conjunto de relaciones complejas entre entidades y personas emprendedoras con sus entornos tecnológicos, académicos, sociales, políticos y económicos, estimulantes para el desarrollo de iniciativas emprendedoras. Valdés & Vidal (2012).

CAPÍTULO III: METODOLOGIA

Dada la naturaleza de la investigación el enfoque más apropiado es el mixto, donde el enfoque cualitativo y cuantitativo tienen el mismo nivel de importancia, de acuerdo con Teddlie, Tashakkori; Creswell, Mertens; Williams, Unrau y Grinnell, citado por Hernández, Fernández y Baptista (2006), el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema.

Para Blasco y Pérez (2007) el enfoque cualitativo estudia la realidad en su contexto natural y como sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas; utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

Por otra parte el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. Hernández, Fernández y Baptista (2006)

3.1. Diseño de la Investigación

→ Cuantitativo

La propuesta de investigación es no experimental, ya que este tipo de diseño se realiza sin manipular deliberadamente las variables, es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Hernández, Fernández y Baptista (1991).

→ Cualitativo

La investigación tiene un diseño con base a la Teoría Fundamentada, ya que utiliza un procedimiento sistemático cualitativo para generar una teoría que explique en un nivel

conceptual una acción, una interacción o un área específica. Se trata de un proceso no lineal. Hernández, Fernández y Baptista (2006).

3.2. Tipo de Investigación

→ Cuantitativo

La investigación es de tipo descriptivo porque se trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada. Sabino (1986).

→ Cualitativo

Se enmarca dentro de lo que se conoce como paradigma interpretativo, este paradigma asume que la realidad objetiva, como tal, no existe sino que es una construcción social, resultado de la interacción humana. En consecuencia se trata de una realidad dinámica y singular, determinada histórica y socioculturalmente. Enfatiza el estudio de los problemas de la vida cotidiana y se fundamenta en procesos de pensamientos de los actores acerca de las acciones, interacciones y transacciones en las que se involucran en distintos contextos socioculturales. Ruiz (2013).

3.3. Alcance

La propuesta de investigación es de tipo transversal desde el punto de vista cuantitativo, dado que la recolección de datos se realiza en un solo momento Hernández, Fernández y Baptista (2006).

3.4. Determinación de la muestra

La muestra será de tipo teórica, elegida con base a documentos y textos que configuran el estado del arte de la investigación donde los criterios de inclusión están dados por los tópicos centrales que orientan el problema de estudio. Por lo tanto es una muestra no probabilística e intencionada que utilizara textos y documentos relevantes para el estudio, desde allí la muestra seleccionada.

Se realizó un muestreo por juicio donde se seleccionaron expertos en materia de emprendimiento y agentes estratégicos que fortalecerían la muestra de tipo teórica

Tabla 2. Expertos Estado – Asociación Privada

EXPERTOS ESTADO – ASOCIACION PRIVADA		
Nombre del Entrevistado	Cargo	Funciones
<i>Fernando Contreras Jara</i>	Director Regional Sercotec Coquimbo	Promover el emprendimiento, en calidad del desarrollo de las políticas sociales y gubernamentales de acuerdo al entorno.
<i>Johanna Andrea Gonzalez Carmona</i>	Jefe Regional ASECH	Articular la gestión de las redes de contacto públicas y privadas. Promover el emprendimiento, en calidad del desarrollo de las políticas sociales y gubernamentales de acuerdo al entorno.
<i>Sergio Hernan Jerez Gutierrez</i>	Agente Banco de Estado	Brindar asesoría financiera y servicios relacionados.

Fuente: Elaboración propia 2018

Tabla 3. Expertos Universidades

EXPERTOS UNIVERSIDADES	
Nombre del Entrevistado	Cargo
<i>Karla Lucia Soria Barreto</i>	Docente Universidad Católica del Norte
<i>Danko Ricardo Ravlic Torres</i>	Docente Universidad de La Serena
<i>Carlos Varas Madrid</i>	Director Programa de Emprendimiento Facultad de Ciencias Sociales y Económicas Universidad de La Serena

Fuente: Elaboración propia 2018

Tabla 4. Agentes Estratégicos.

AGENTES ESTRATEGICOS	
Nombre del Entrevistado	Establecimiento
Antonio Francisco Rivera Rivera	Around The Wok
Nataly Copier Guerrero	Punto Verde Organic

Fuente: Elaboración propia 2018

3.5. Técnicas de Recolección de Datos

Análisis estadístico. Se busca describir las características de una serie de datos como lo son la población, calcular la edad, se pretende facilitar la visión de dicha población que permita definirla con precisión.

Análisis documental. Es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que busca describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico – sintético que, a su vez, incluye la descripción bibliográfica y de la fuente, la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y confección de reseñas. García (2002).

Análisis de contenido. Es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de manera objetiva, sistemática y cuantitativa Berelson (1971), por otra parte para Krippendorff (1980) es un método de investigación para hacer inferencias válidas y confiables de datos con respecto a su contexto.

Técnica de la entrevista. Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado).

En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema. Janesick (1998).

La entrevista se divide en estructurada, semiestructurada y no estructurada o abierta. En las primeras, el entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas

y se sujeta exclusivamente a esta (el instrumento prescribe que cuestiones se preguntaran y en qué orden). Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. Las entrevistas abiertas se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla. Ryen (2013) Grinnell y Unrau (2011).

Triangulación Metodológica. Denzin (1970) define la triangulación metodológica como la combinación de varios métodos de recogida y análisis de datos para acercarse a la realidad investigada y entenderla.

3.6. Interpretación de Datos

Para la investigación se analizaron datos cuantitativos y cualitativos cuyo resultado es la interpretación de toda la información en conjunto.

Se tomó como punto de partida los datos obtenidos de la información cuantitativa y esto llevo a la interpretación cualitativa, mostrando con mayor detalle las características de los emprendedores y emprendimientos de la Región de Coquimbo

De la misma forma se exploraron las tendencias emprendedoras y el ecosistema emprendedor de la región.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y RESULTADOS

El objetivo de esta investigación fue analizar las tendencias emprendedoras y el ecosistema emprendedor de la Región de Coquimbo, para esto se realizó en primer lugar un análisis documental y estadístico del informe GEM de la Región de Coquimbo desde el año 2008 hasta el año 2016:

Posteriormente se trabajó documentando y analizando entrevistas realizadas a actores claves de los ejes fundamentales que apoyan el emprendimiento en la región, estos son: El Estado, las universidades, las empresas y asociaciones de carácter privado.

Los resultados del análisis documental y estadístico son los siguientes:

4.1. Resultados de Análisis Estadístico y Documental

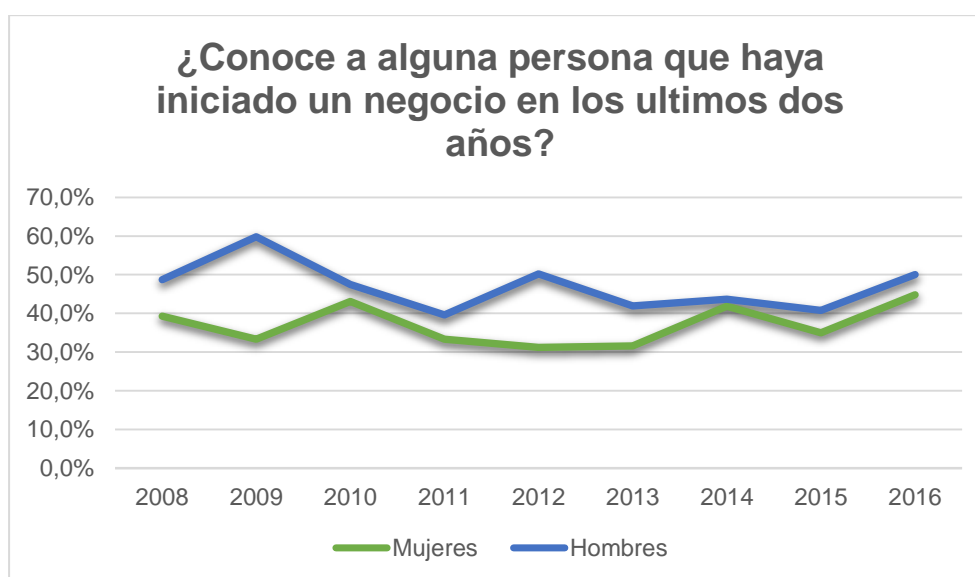
4.1.1. Análisis Informe GEM de la Región de Coquimbo

→ Actitudes y Percepciones Emprendedoras

El informe GEM identifica actitudes y percepciones individuales sobre el emprendimiento, esto con el fin de conocer el potencial emprendedor y las intenciones emprendedoras de la población de cada región.

Para ello realiza 4 preguntas presentadas a continuación.

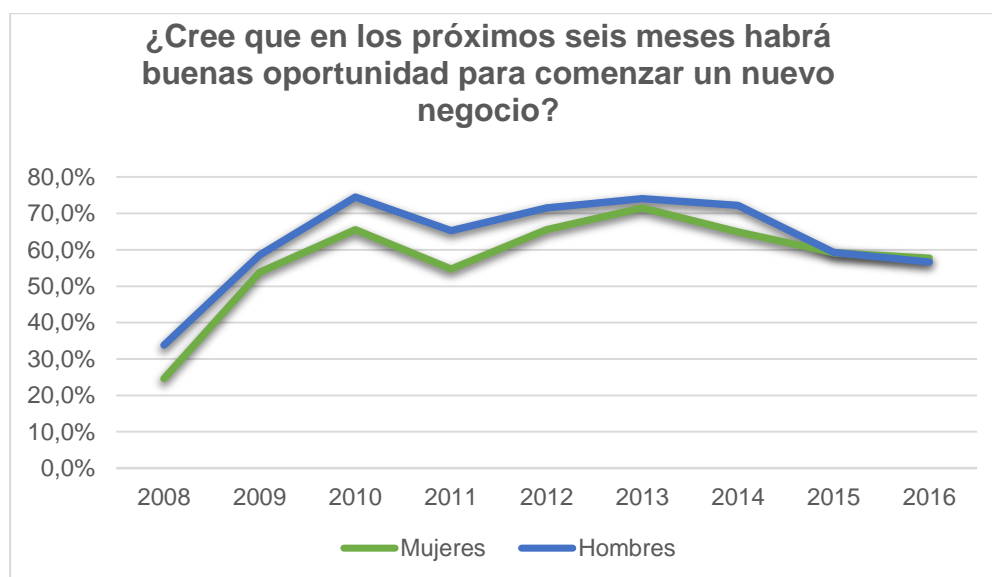
Figura 1. ¿Conoce alguna persona que haya iniciado un negocio?



Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

Se puede observar que en el pasar de estos años los hombres manifiestan tener un mayor conocimiento de personas que hayan comenzado un nuevo negocio, muy por debajo se encuentra ese nivel de conocimiento en las mujeres, pero se puede observar también que en los últimos tres años este nivel de conocimiento va en aumento, disminuyendo de esa forma la brecha de 10 puntos porcentuales que existía en el año 2008.

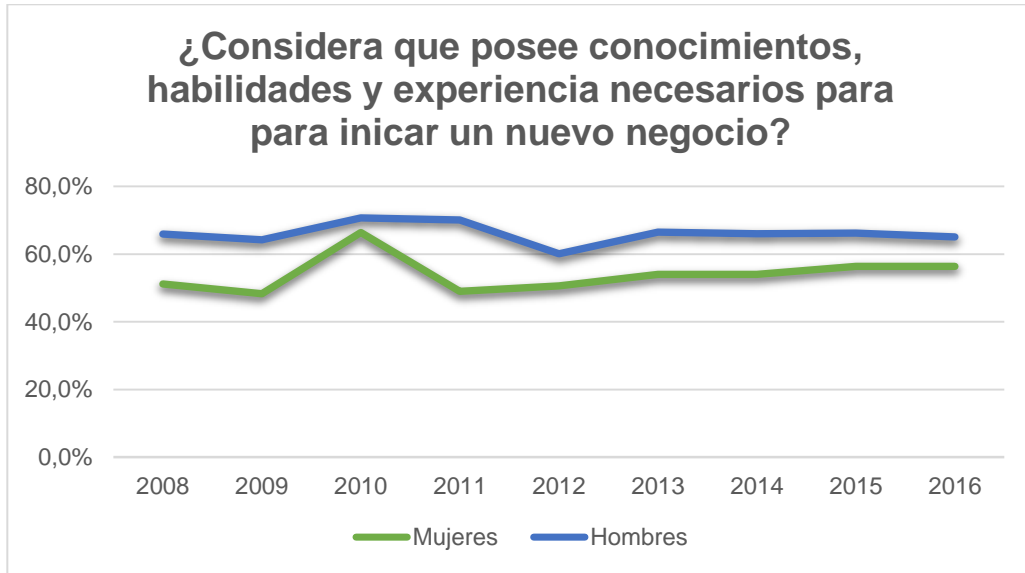
Figura 2. ¿Cree que habrá oportunidad para comenzar un nuevo negocio?



Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

Para el año 2008 y hasta el año 2010 tanto hombres como mujeres eran muy positivos respecto a las oportunidades de iniciar un nuevo negocio, en los años siguientes se presenta una disminución de ese positivismo en los dos géneros. En general ellos presentan una percepción más positiva a lo largo de estos 8 años.

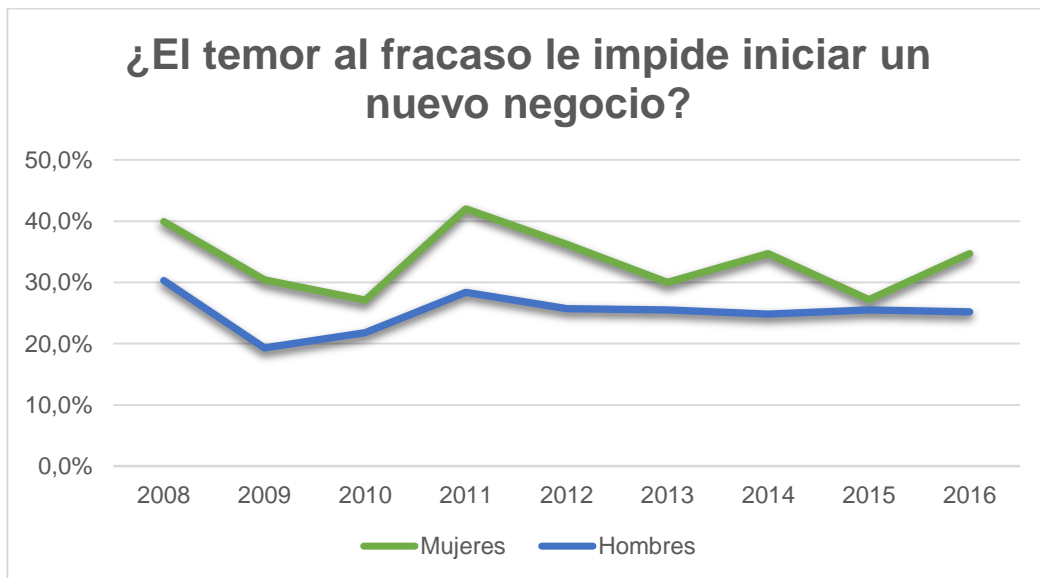
Figura 3. ¿Considera que posee conocimientos para iniciar un nuevo negocio?



Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

A lo largo de estos años se puede observar que los hombres consideran que poseen, los conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un nuevo negocio, estando 10 puntos porcentuales sobre la percepción de las mujeres, cabe resaltar que esta percepción por parte de las mujeres ha aumentado en los últimos años lo que se ve reflejado en el incremento de la actividad emprendedora por parte de ellas.

Figura 4. ¿El temor al fracaso le impide iniciar un nuevo negocio?



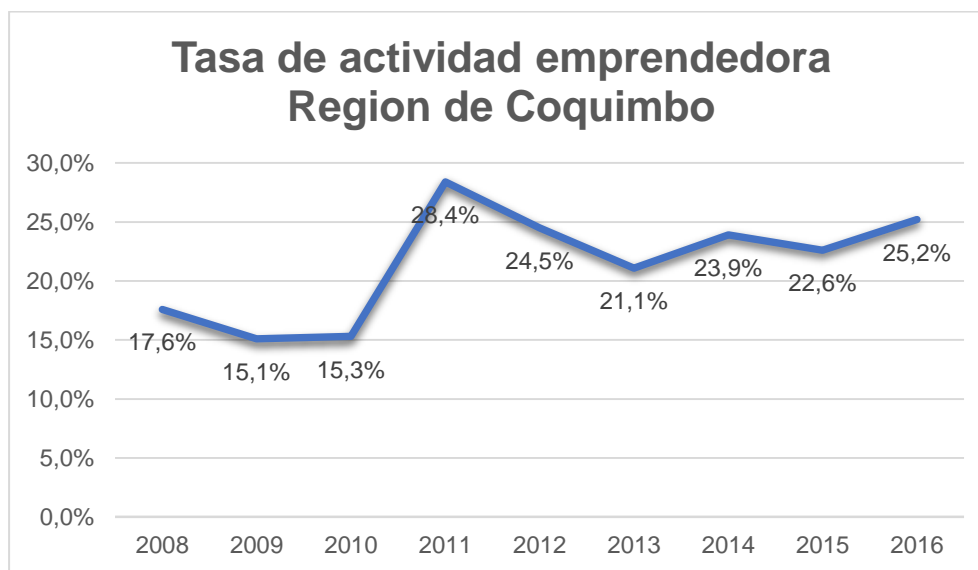
Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

El temor al fracaso está más presente en las mujeres que en los hombres, por algunos años hubo una disminución de este, pero en el año 2016 este fracaso aumento más de 10 puntos porcentuales en relación al de los varones.

→ **Tasa de Actividad Emprendedora.**

La tasa de actividad emprendedora o TEA es la encargada de medir las iniciativas emprendedoras de menos de tres años de existencia, la Figura 5 muestra su evolución en la Región de Coquimbo.

Figura 5. Tasa de Actividad Emprendedora

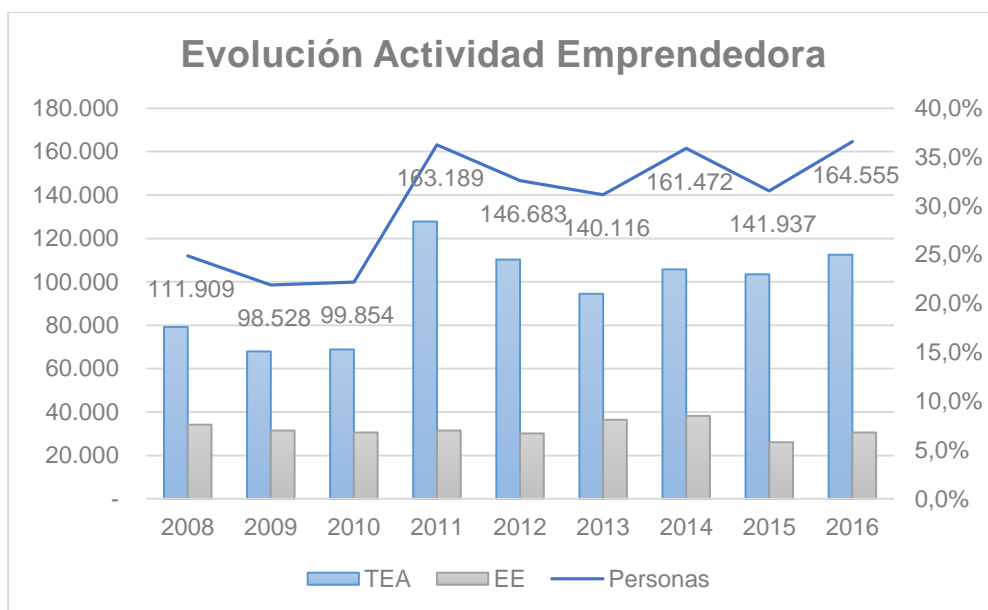


Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

La tasa de actividad emprendedora de la Región de Coquimbo en el año 2008 era de 17.6% en los dos años siguientes disminuyó un poco más de 2 puntos porcentuales, para el año 2011 aumentó de manera considerable presentando una tasa del 28.4%, lo que nos dice que las personas presentaron mayor interés en emprender en ese año; en los años siguientes y hasta el año 2016 se ha mantenido por sobre el 20% pero en relación al año 2011 que fue el año con la mayor tasa de actividad emprendedora en todo el periodo analizado ha disminuido varios puntos porcentuales.

→ **Evolución de la actividad emprendedora en la región**

Figura 6. Evolución Actividad Emprendedora

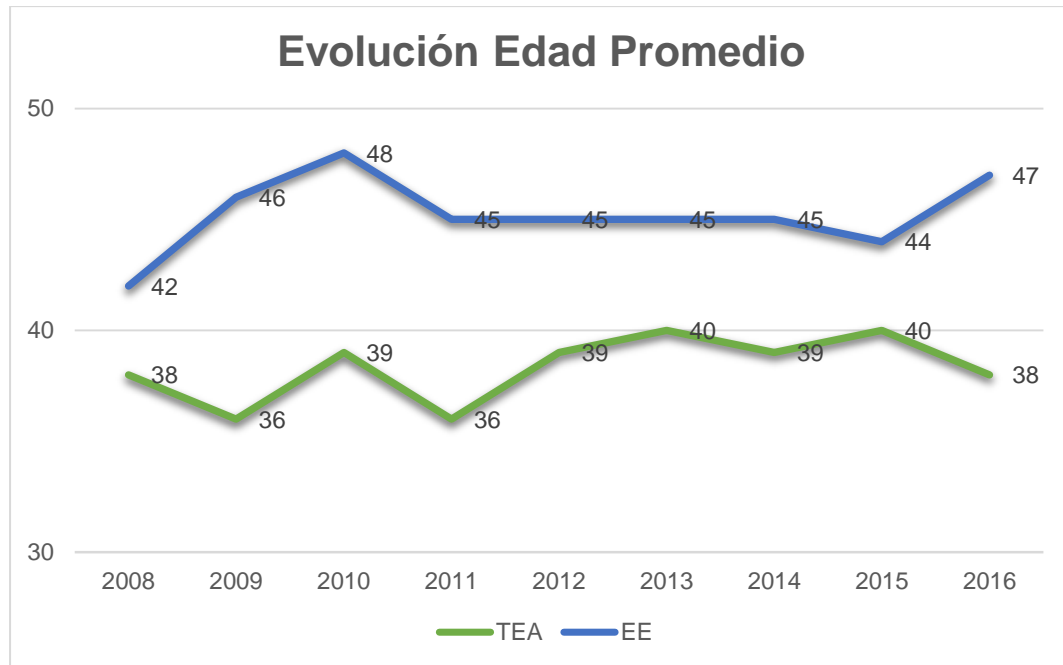


Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

El número de personas involucradas en las actividades emprendedoras a partir del año 2008 ha aumentado de manera considerable, para el año 2016 habían 164.555 personas involucrados en actividades emprendedoras con la figura de emprendedores en etapa inicial o como empresarios establecidos, no se ha visto un aumento significativo en los empresarios establecidos, lo que podría significar que los emprendedores en etapas iniciales no han superado el periodo de tres años para convertirse en empresarios establecidos.

→ **Evolución Edad Promedio**

Figura 7. Evolución Edad Promedio



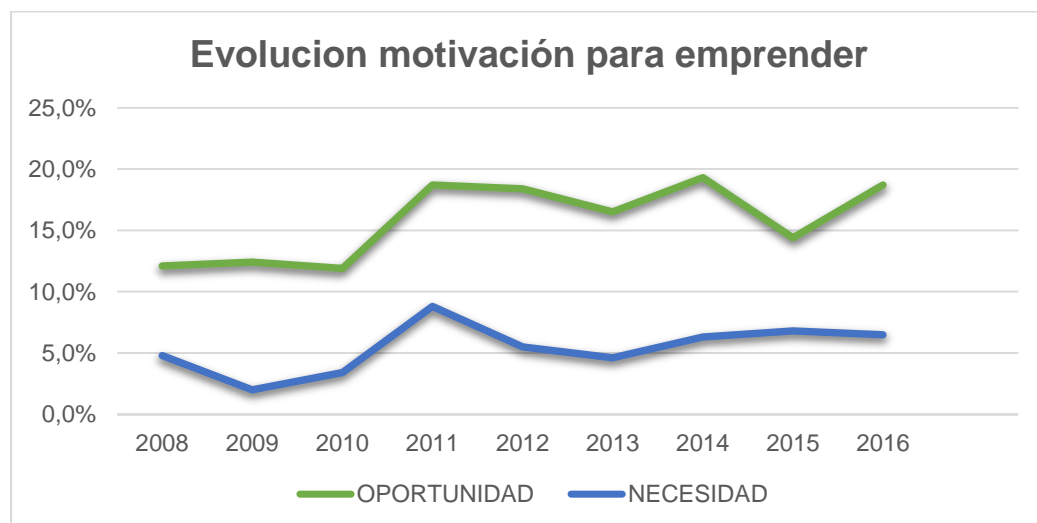
Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

La edad promedio de emprendedores en etapa inicial para los años 2008 al 2016 es de 38.3 años, y de empresarios establecidos es de 45.2.

→ **Evolución de motivación para emprender en la región.**

El informe GEM identifica dos factores que motivan a emprender, las oportunidades de negocio que se perciben y el emprendimiento por necesidad.

Figura 8. Evolución Motivación para Emprender

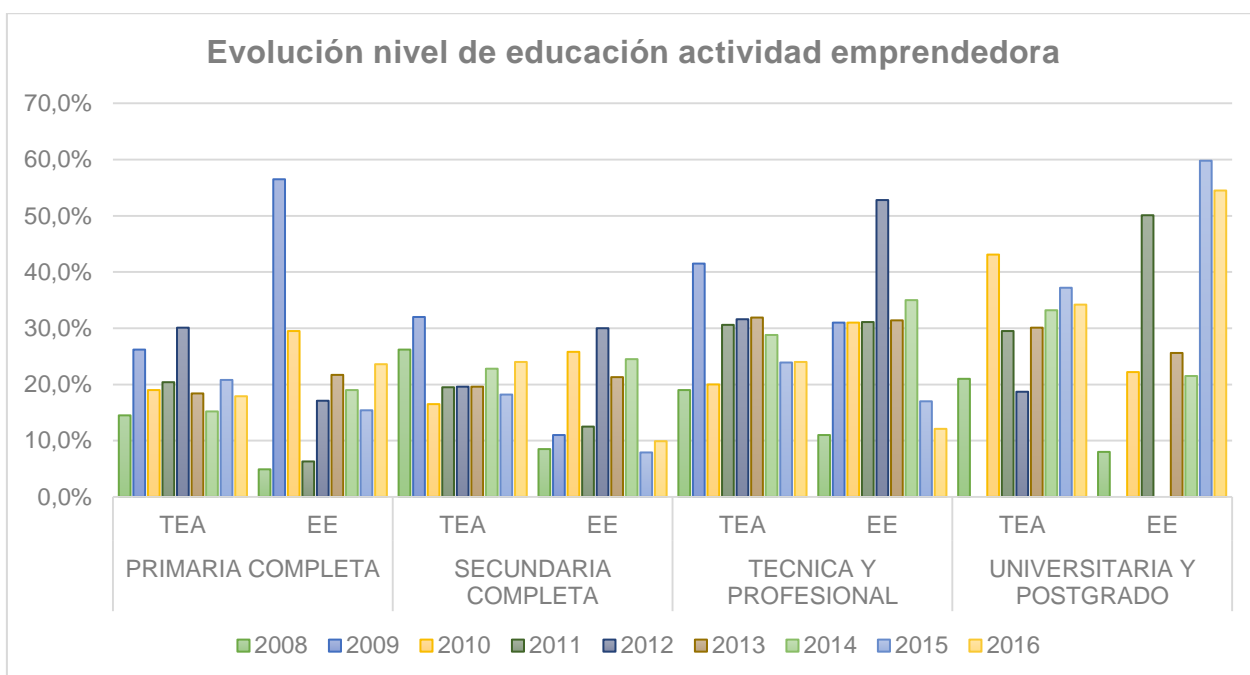


Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

En la Región de Coquimbo en general las personas deciden emprender en mayor proporción en razón a las oportunidades percibidas. En relación a los nueve años analizados existe una diferencia promedio de 10.4% entre los tipos de emprendimiento.

→ **Evolución nivel de educación actividad emprendedora**

Figura 9. Evolución nivel de educación



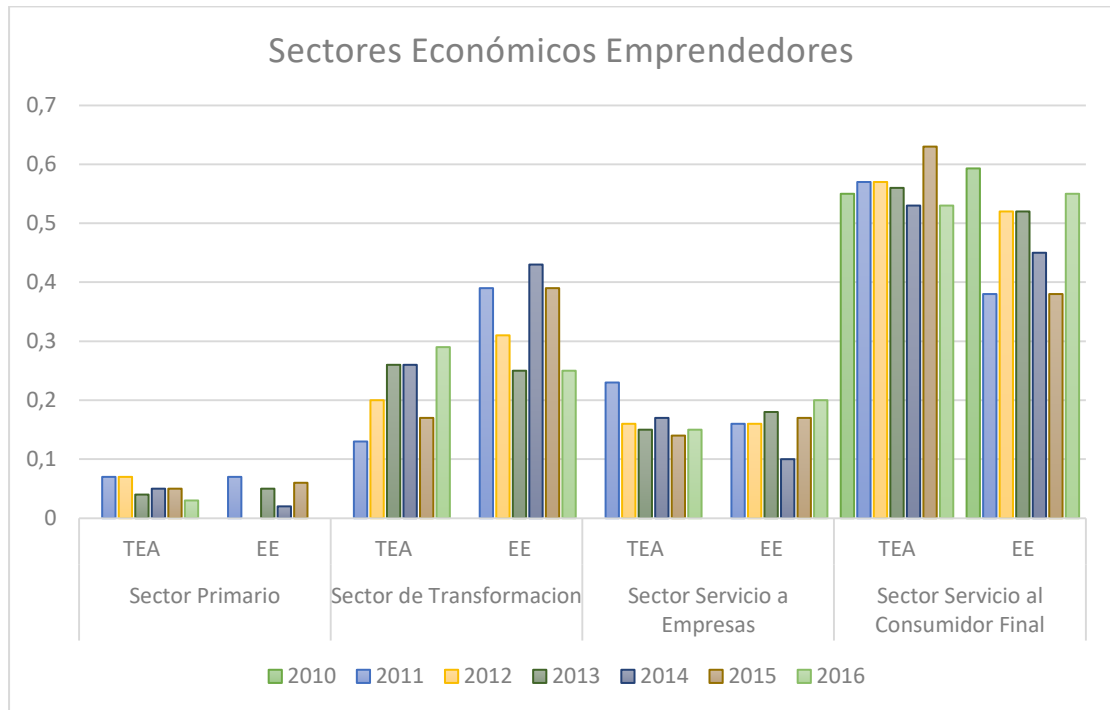
Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

Para los nueve años de análisis, el nivel educativo más frecuente tanto en emprendedores en etapa inicial como en empresarios establecidos es el de Técnica Profesional.

Para los años 2015 y 2016 ha aumentado el porcentaje de emprendedores con educación Universitaria y de Postgrado tanto en etapa inicial como para emprendedores establecidos.

→ **Sectores Económicos Emprendedores**

Figura 10. Sectores Económicos Emprendedores



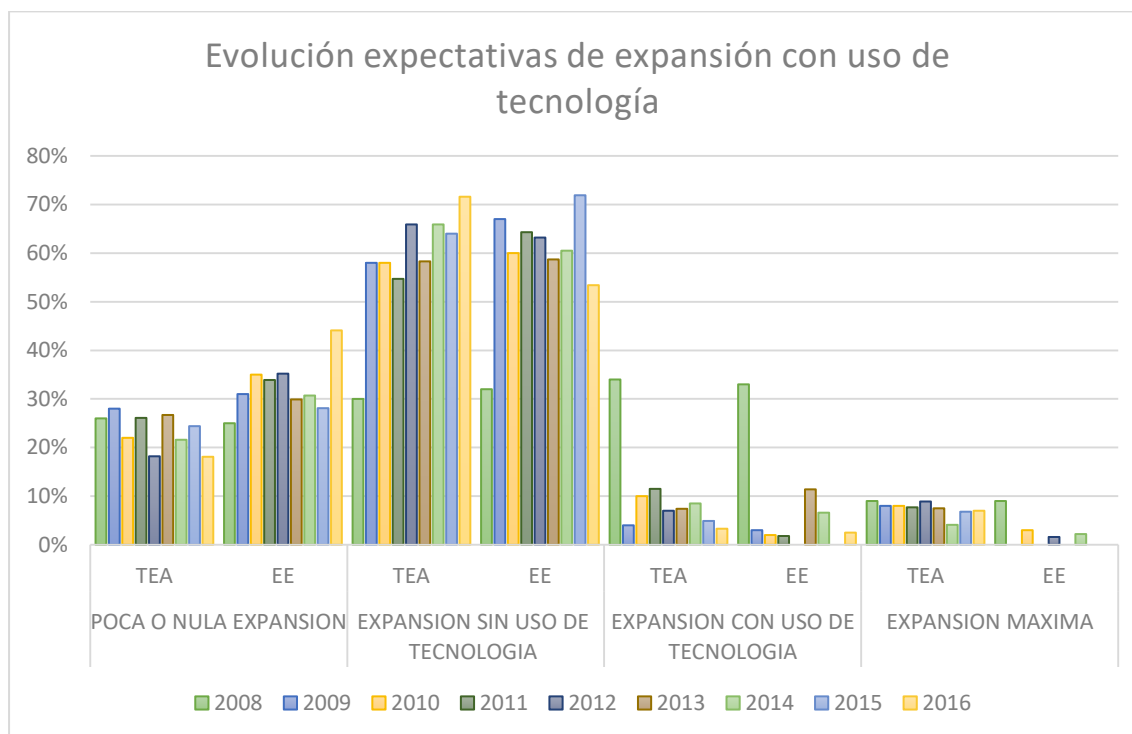
Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

Los negocios orientados al consumidor final son los más frecuentes en el emprendimiento de la región, cuando se habla de este tipo de negocios se hace referencia a las ventas al por menor de alimentos, restaurantes, ropa, accesorios, kioscos, peluquería, servicios hoteleros, servicios turísticos, entre otros.

En segundo lugar, se encuentra el sector de transformación que corresponde a la industria de la construcción y manufactura.

→ **Evolución expectativa de expansión de mercado con uso de tecnología**

Figura 11. Evolución expectativa de expansión con uso de tecnología

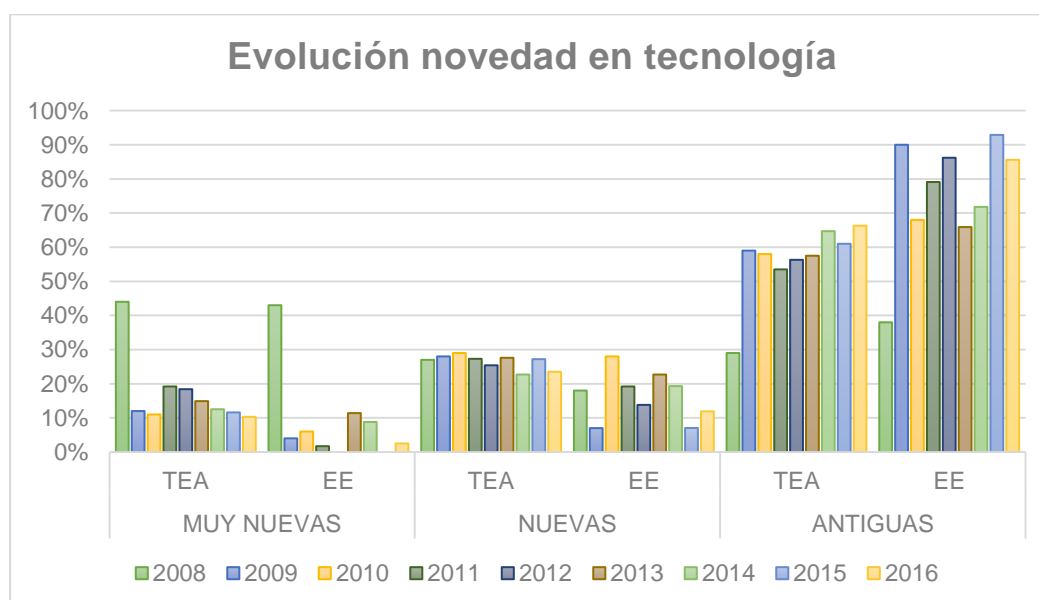


Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

Los emprendedores en etapas iniciales y los empresarios establecidos regionales están mayormente interesados en expandir su mercado pero sin el uso de nuevas tecnologías, seguido de esto se encuentran los empresarios que no consideran expandir su mercado tanto en emprendedores iniciales como empresarios establecidos.

→ **Evolución novedad en tecnología**

Figura 12. Evolución novedad en tecnología

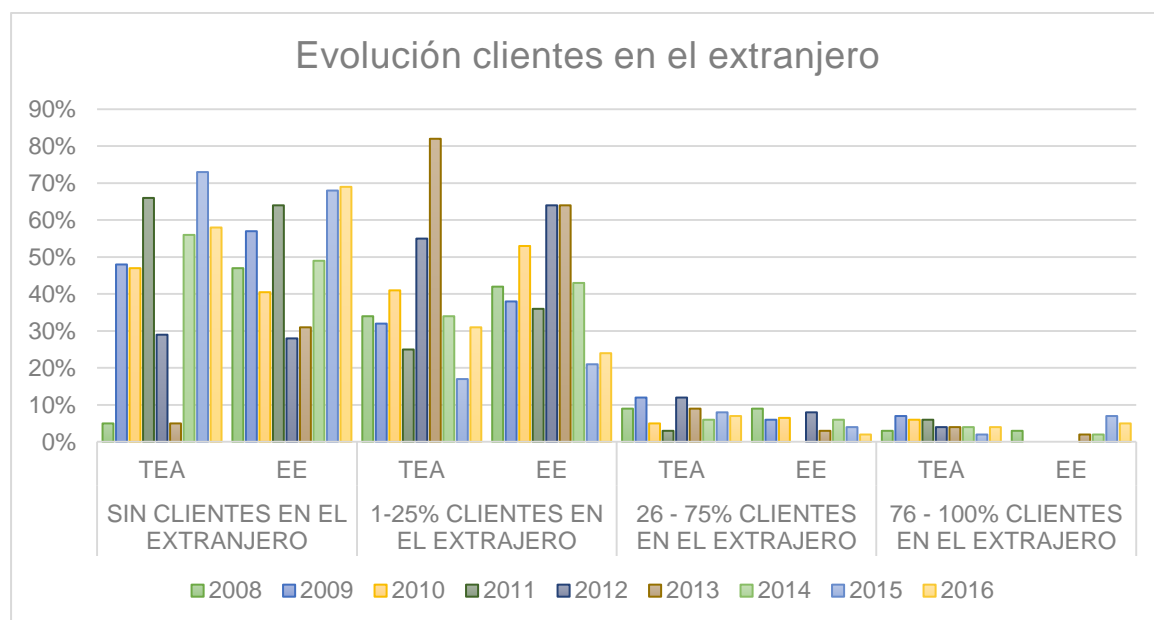


Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

Tanto emprendedores iniciales como empresarios establecidos en su gran mayoría han manifestado que las tecnologías implementadas en sus negocios son antiguas.

→ **Evolución clientes en el extranjero**

Figura 13. Evolución clientes en el extranjero



Fuente: Elaboración propia (2018). Con base en información GEM 2008-2016

En los emprendedores en etapas iniciales TEA predominan aquellos que no tienen clientes en el extranjero, seguido por aquellos en que tienen entre 1% y 25% de clientes en el extranjero, con una diferencia promedio de 4 puntos porcentuales.

Para el caso de los empresarios establecidos EE también predominan aquellos que no cuentan con clientes en el extranjero, seguido por aquellos en que tienen entre 1% y 25% de clientes en el extranjero, con una diferencia promedio de 7 puntos porcentuales.

4.2. Análisis de Entrevista a Expertos y Agentes Estratégicos.

4.2.1. Entrevista a Expertos

→ Análisis a entrevistas SERCOTEC y ASECH

Las entrevistas que se analizarán a continuación corresponden al eje Estado y el eje Asociaciones de la Región de Coquimbo

I. Dimensión Emprendimiento Regional

1° Pregunta. ¿Cuál es el nivel de emprendimiento que percibe en la región?

2° Pregunta. ¿Cuáles son las ventajas de emprender en la región?

3° Pregunta. ¿Cuáles son los sectores predominantes de emprendimiento en la región?

El emprendimiento en la Región de Coquimbo es alto, ya que cuenta con todas las herramientas necesarias para desarrollarse de manera óptima, todos los actores involucrados en este proceso buscan la manera de facilitarlo, al hablar de actores nos remitimos a los entes del Estado que a través de mecanismos concursables y programas brindan apoyo financiero materializado en subsidios no reembolsables.

“El emprendimiento en la región es altamente dinámico y estacional por sus constantes ajustes y la reinvención para adaptarse a los cambios del mercado en función de las estaciones.”

Entrevista 2, Pregunta 1.

Las ventajas de emprender en la Región de Coquimbo están ligadas a su privilegiada geografía que permite explotar muchas áreas productivas como lo son la minería, agricultura, pesca y turismo.

La región es considerada clave para el desarrollo de la pequeña minería lo crea el ambiente propicio para decidir emprender en este rubro, la actividad pesquera está favorecida por los kilómetros de costa que esta posee, la agricultura se caracteriza por cultivos hortícolas y frutícolas gracias a las condiciones climáticas, por otra parte el

turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes de la región, donde destacan los balnearios en época de verano y el turismo astronómico.

“Desde el punto de vista de la competitividad, la región no es una zona muy industrializada, pero la actividad emprendedora está concentrada en focos de desarrollo de emprendimiento, se presenta un desarrollo muy fuerte en el turismo y todas aquellas actividades derivadas del sector servicios.”

Entrevista 1, Pregunta 2.

El sector predominante en la región es el de servicios, donde se destacan la hotelería, el turismo, la comercialización de productos alimenticios y productos artesanales, seguido de este está el sector primario con la producción agrícola concentrada en Choapa, Limarí y el Valle de Elqui, con cultivos de aceitunas, papayas, paltas y durazno y uvas tanto de exportación como para la elaboración de pisco.

“El emprendimiento está enfocado en el turismo y continúa con los servicios agroalimentarios, donde se está presentando una tendencia a dar un valor agregado al producto base, dándole paso a la industrialización, se está trabajando en la asociatividad posterior al emprendimiento.”

Entrevista 1, Pregunta 3.

II. Dimensión Emprendedores

1° Pregunta. ¿Cuáles son las características de edad, género y escolaridad de los emprendedores de la región?

2° Pregunta. ¿Cuáles son los principales motivos para que una persona decida emprender en la región?

3° Pregunta. ¿Qué proyecciones se aprecian para los emprendedores de la región?

Los emprendedores en la región de Coquimbo en su gran mayoría son varones de entre 25 años y 30 años con estudios universitarios, por otra parte las mujeres desde los 18 años comienzan con micro emprendimientos no formales, para más adelante establecerse con un emprendimiento formal y de mayor tamaño al culminar sus estudios

profesionales, los motivos que impulsan a los dos géneros a emprender es la independencia personal y económica, sentirse empoderados realizando actividades por convicción mas no por necesidad, estos emprendedores identifican oportunidades y se sienten en la obligación de aprovecharlas.

“Años atrás la decisión de emprender .dependía de la necesidad económica de las personas, las tendencias han cambiado y por lo tanto también los motivos, la velocidad del cambio y la propensión a este se convierte en un factor motivacional determinante.”

Entrevista 1, Pregunta 2.

Se espera que en los próximos años el emprendimiento continúe aumentando caracterizándose por la tecnología y la innovación, en sus procesos productivos, marketing digital, difusión por medio de redes sociales y además dándole valores agregados de industrialización al sector agrícola, dando paso a la internacionalización de productos.

III. Dimensión Apoyo de las organizaciones.

1° Pregunta. ¿Qué apoyo le brinda esta entidad a los emprendedores?

2° Pregunta. ¿Qué recomendaciones daría a las personas con intención de emprender?

El Estado (a través de SERCOTEC en este caso) por medio de sus programas entrega a los emprendedores subsidios económicos no reembolsables que pueden usarse para adquirir activos fijos o intangibles, además brinda capacitación y formación por medio de seminarios y cursos según las necesidades detectadas en los centros de desarrollo; adicional a esto realizan ferias dándole así la oportunidad a los emprendedores de darse a conocer en toda la región.

Por otra parte, las entidades privadas promueven el emprendimiento articulando las redes de contacto del entorno por medio de charlas y actividades de capacitación al emprendedor desde el inicio hasta su consolidación a través de sus convenios estratégicos con universidades, firmas legales entre otras, cabe resaltar que algunas de

estas actividades solo pueden ser aprovechadas por emprendedores ligados directamente a ellos,

Recomiendan a los posibles emprendedores el autoevaluarse, identificar si poseen características propias de los emprendedores como la resiliencia, el manejo y dominio de la frustración, la capacidad de creación e innovación.

Manifiestan la importancia de apropiarse de su proyecto y prepararse para el mismo, validar su idea de negocio, identificar la sostenibilidad del mismo, rodearse de redes de apoyo y contacto no solo económico sino también emocional que los ayude a atravesar todo el proceso.

→ **Análisis Informantes Claves Universidades**

Las entrevistas que se analizaran a continuación corresponden al eje Universidades.

Informantes Claves Universidad de La Serena y Universidad Católica del Norte

I. Dimensión Emprendimiento Regional

1° Pregunta. ¿Comparado con las demás regiones del país, cómo se desarrolla el emprendimiento en la Región de Coquimbo?

2° Pregunta. ¿Qué oportunidades observa para los emprendedores de la región?

3° Pregunta. ¿Qué barreras o desventajas considera que enfrentan los emprendedores de la región?

Respecto al resto del país la Región de Coquimbo tomando como referencia el informe GEM se encuentra ubicado en los primeros lugares del país, esto como resultado de los emprendimientos de alto impacto que se están presentando en los últimos años llevados a cabo por estudiantes de las diferentes instituciones involucrados en actividad emprendedora dinámica y competitiva.

“En los últimos años se ha generado un cambio en la cultura emprendedora gracias a las políticas gubernamentales que fomentan el emprendimiento, los estudiantes se involucran en

actividades emprendedoras desde muy temprana edad y al poner en práctica lo aprendido en las aulas sus proyectos se caracterizan por ser más innovadores y por tener un alto uso de tecnología.”

Entrevista 1, Pregunta 1.

Su ubicación geográfica de esta región, es una gran ventaja porque cuenta con más sectores productivos lo que da a los emprendedores más opciones de emprendimiento no solo en turismo y sus derivados sino también en la agroindustria por su diversidad climática.

Los programas de gobierno también son una oportunidad porque favorecen el acceso al financiamiento necesario para comenzar un negocio, una consecuencia positiva de este apoyo gubernamental fue el surgimiento de otras entidades que sirven de apoyo al emprendimiento en la región como los coworks y centros de desarrollo en La Serena y Coquimbo, estos espacios colaborativos ayudan a potenciar el emprendimiento.

“La región cuenta con una buena calidad de vida, lo que es una ventaja al momento de decidir emprender.”

Entrevista 2, Pregunta 2.

No tener una industria fuerte es una de las principales desventajas de la región, la falta de innovación basada en tecnología que retrasa el desarrollo sobre todo en la parte agropecuaria, el tamaño de la región que al ser relativamente pequeño resulta en un mercado pequeño, aunque esta situación podría menguarse con la asociatividad de los agricultores.

Una consecuencia negativa de las políticas gubernamentales resulta en la confusión del papel del emprendedor, donde la postulación a los programas puede ser influido por el financiamiento recibido mas no por la convicción de tener su propio negocio y generar empleo.

“los emprendedores al no contar con incubadoras, aceleradoras o inversionistas ángeles en la región deciden llevar sus proyectos a otras regiones donde si los encuentren, esto en referencia al emprendimiento innovador.”

II. Dimensión Apoyo Institucional

1° Pregunta. ¿Cómo ha apoyado la universidad al emprendimiento de la región?

2° Pregunta. ¿En qué sectores se ha materializado el apoyo?

3° Pregunta. ¿Tienen alguna asociación o alianza con emprendedores?

Tanto la Universidad de La Serena como la Universidad Católica del Norte que por medio de congresos, capacitaciones y ferias de emprendimiento brindan apoyo a los emprendedores de la región sin importar su sector económico, el apoyo se enfoca mayormente en el sector servicios.

Individualmente la Universidad de La Serena apoya a proyectos Star Up fase 0, e-Star Up, y mantiene una estrecha colaboración con La Universidad Católica de Santiago a través de proyectos como Jump Chile y Brain, además coordina la Red de Mentores donde empresarios, académicos y gerentes de empresas se reúnen para escuchar y aconsejar a los nuevos emprendedores; actualmente la institución está planeando un festival de innovación que contará con expositores de talla nacional para incentivar el emprendimiento dinámico e innovador en la región.

“El foco más fuerte de colaboración de la Universidad de La Serena es en formación porque se enseñan técnicas, instrumentos y metodologías para tener emprendimientos exitosos.”

Entrevista 3, Pregunta 1

Por otra parte la Universidad Católica del Norte, cuenta con un programa llamado USQAI cuya finalidad es promover emprendimiento de sus estudiantes mediante un concurso y posterior financiación además lidera el estudio Guess alcanzando la participaron de 6 mil estudiantes del país, provenientes de 20 universidades a lo largo de Chile, tiene como objetivo difundir resultados de investigación en la comunidad científica nacional e internacional, entre los actores regionales con el fin de contribuir a iniciativas públicas o privadas de desarrollo de la capacidad emprendedora, creación de empresas

y desarrollo de las Pymes, y a la formación de un ecosistema emprendedor en el que la Universidad represente un papel relevante como actor del desarrollo regional.

La Universidad Católica del Norte actualmente inicio un programa de capacitación a docentes de colegios públicos y liceos con el fin de potenciar el emprendimiento desde muy temprana edad, además mantiene una alianza estratégica con la Asociación Chilena de Empresas Familiares.

Se ofrece apoyo a organismos como el SERNAC, CORFO y SERCOTEC.

III. Dimensión Estudiantes

1° Pregunta. ¿Cómo participan los alumnos en el apoyo que brinda la universidad a los emprendedores?

2° Pregunta. ¿El emprendimiento es una competencia incluida en la formación profesional de los estudiantes?

Todas las actividades organizadas por parte de las universidades involucran a los estudiantes como actores principales, es sus mallas curriculares se tienen incluidos cursos que los incluyen en las actividades emprendedores y empresariales no solo de la ciudad de La Serena y Coquimbo sino de toda la región.

La Universidad de La Serena a través de la Clínica Jurídica y con colaboración de los estudiantes de Derecho de último año ayudan a los emprendedores en términos legales.

En la carrera de Ingeniería Comercial se realizan programas que desde el primer año de la carrera fomentan el espíritu emprendedor de los estudiantes, por ejemplo, existe el programa "Desafío", implementado en base a ideas de negocios que se encuentran validadas. Además, la carrera organiza año a año la Expo Feria de Ideas, organizada por los estudiantes para la comunidad, la que se convierte en una instancia en que la Universidad sale desde sus dependencias para reunir a estudiantes, emprendedores y empresarios de la región interesados en dar a conocer al público presente cuál es su idea de negocio y cuáles han sido sus experiencias en torno al emprendimiento.

Se realizan acompañamientos y asesoramientos a emprendedores emergentes de zonas urbanas y rurales, generando de esta forma actores entorno al todo el ecosistema emprendedor y haciéndolos parte de él.

“No necesariamente la universidad ayuda a generar más emprendedores, eso depende de la mentalidad de cada estudiante y sus planes a futuro.”

Entrevista 2, Pregunta 2.

→ **Entrevista a Banco Estado.**

1. ¿Cómo el Banco Estado apoya al emprendimiento de la región?

Una de las misiones del Banco Estado es la de apoyar al microempresario, estamos direccionados a atender todos los segmentos del país y contamos con una amplia red de sucursales y productos acordes al mercado.

El Banco Estado a través de políticas internas apoya a los microempresarios con diferentes programas, donde se capacita y da financiamiento.

Existen ejecutivos especializados por áreas como pesca, agricultura, minería, entre otros que se dirigen al lugar donde se encuentra el emprendedor para hacer un diagnóstico y así determinar las fortalezas y debilidades, al hacerlo conocemos los aspectos que se pueden potenciar y los que necesitan ser reforzados, se trabaja en estos últimos para así poder dar lugar al financiamiento.

Por medio del programa empresarios en red se hace llegar información a los correos de los emprendedores con información de interés y de esta forma los capacitamos.

2. ¿Qué programas ofrecen?

- Crece Mujer Emprendedora.
- Programa Emprendimiento Local
- Yo emprendo Semilla
- Capital Abeja.

- Capital Semilla Emprende

3. ¿De los programas ofrecidos cual ha sido el más exitoso?

El programa Crece Mujer Emprendedora, la razón radica en el interés que tiene el Banco Estado en dar apoyo a las mujeres, en especial a aquellas con responsabilidades familiares que por muchos motivos no han podido acceder a financiamiento.

Como es bien sabido los porcentajes de mujeres emprendedoras está bastante por debajo que el de los hombres y que buscamos es un equilibrio de género entorno al emprendimiento.

Con este programa se capacita a las mujeres y se les da la oportunidad de tener emprendimientos propios.

4.2.2. Entrevista Agentes Estratégicos.

Se entrevistaron emprendedores de la región, a continuación una síntesis.

Entrevistado: Antonio Francisco Alberto Rivera Rivera

Nombre del Establecimiento: Around The Wok

Edad: 32

Estado Civil: Soltero

Nivel educativo: Técnico

1. ¿A qué se dedicaba antes de decidir emprender? ¿Cómo surgió la idea de emprender?

Trabajaba en un aeródromo en el área de prevención de riesgos, surgió debido a que estaba cansado del trato de mi jefe para conmigo, del exceso de carga laboral y de los horarios restrictivos. Por ese motivo comencé a pensar en abrir mi negocio, antes de estudiar prevención de riesgos había estudiado alimentación y hotelería y turismo y era algo que me gustaba mucho y decidí que era eso que me quería hacer y además quería generar empleo.

2. ¿Cuál fue su idea de negocio?

Un restaurante de comida oriental y thai.

3. ¿Sabía usted que el gobierno ofrece programas para ayudarlo a iniciar su negocio? ¿Cuál fue la fuente de financiación para comenzar su negocio?

Si estaba enterado, y mi fuente de financiamiento fue un crédito con el Banco Estado.

4. ¿Porque decidió postular/no postular a un programa del gobierno?

Inicialmente pensé en postular al programa de Capital Semilla de SERCOTEC, pero me desanimé al ver la cantidad de tiempo que demoraba el proceso y el sin fin de documentos que requerían para la postulación.

5. ¿Cuántos años lleva operando? ¿En qué sector se desarrolla su negocio?

Llevo 4 meses con mi negocio, me desarrollo en el Sector Servicios.

6. ¿Inició algún otro emprendimiento anteriormente? ¿Cómo fue esa experiencia?

Mi primer emprendimiento fue un food truck. Ese food truck fue el primer paso para decidirme a abrir mi propio restaurante, aun lo tengo en funcionamiento.

Entrevistado: Nataly Copier Guerrero

Nombre del Establecimiento: Punto Verde Organic

Edad: 27

Estado Civil: Soltera

Nivel educativo: Profesional en Ingeniería Comercial

1. ¿A qué se dedicaba antes de decidir emprender? ¿Cómo surgió la idea de emprender?

Trabajaba en la subgerencia de Banco de Estado. La idea se dio sola, siempre desde que comencé a estudiar ingeniería comercial tenía la idea de querer hacer algo propio, quería ser independiente y personalmente me gustaban las cosas naturales y un día simplemente decidí que quería ofrecer estos productos para todo el público y no solo limitarlos para mí.

2. ¿Cuál fue su idea de negocio?

Productos orgánicos y naturales.

3. ¿Sabía usted que el gobierno ofrece programas para ayudarlo a iniciar su negocio? ¿Cuál fue la fuente de financiación para comenzar su negocio?

Si estaba informada, la fuente de financiamiento son recursos propios.

4. ¿Porque decidió postular/no postular a un programa del gobierno?

Tenía mis propios ahorros de mi trabajo anterior y no vi la necesidad de hacerlo, además de a poco vendiendo los productos que ya tenía podía crecer poco a poco.

Ahora que quiero expandir mi negocio, quiero postular a un programa de SERCOTEC.

5. ¿Cuántos años lleva operando? ¿En qué sector se desarrolla su negocio?

Hace 2 años y me desarrollo en el Sector de Producción y Comercialización de productos orgánicos y naturales.

6. ¿Inicio algún otro emprendimiento anteriormente? ¿Cómo fue esa experiencia?

No diría que fue un emprendimiento, pero desde que estaba en el colegio llevaba cosas para venderlas allí, incluso cuando comencé la universidad seguí haciéndolo.




Era algo que hacía porque me gustaba tener mi propio dinero sin tener que acudir a mis padres y finalmente resultó en mi propio negocio.

4.3. Programas de Financiamiento

A continuación se detallan algunos de los programas de financiamiento y programas concursables más relevantes




→ CORFO

Tabla 5. Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento (PRAE)

Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento (PRAE)	
Apoyar a los emprendedores de regiones es clave para el desarrollo del país. ¿Tienes un emprendimiento, que puedas crecer al doble cada 3 o 4 años y presente innovación, con respecto a lo que se encuentra en el mercado regional pero con un foco también nacional?	
	Beneficiario
	Personas naturales y Personas Jurídicas
	Financiamiento
	Hasta 75% del costo total del proyecto en tres opciones: \$15.000.000.-, \$20.000.000.- o \$25.000.000.-.
	Resultados Esperado
Esperamos que tu proyecto alcance a lo menos 2 (dos) de los siguientes resultados:	
<ul style="list-style-type: none"> • Ventas iniciales. • Crecimiento de las ventas. • Aumento en número de clientes o usuarios. • Capital levantado en forma de financiamiento privado u otra. • Realizar al menos 3 actividades de vinculación con el medio durante la ejecución del proyecto. 	

Fuente: Elaboración propia (2018)

Tabla 6. Programa de Apoyo al Entorno de Emprendimiento y la Innovación (PAEI)

Programa de Apoyo al Entorno para el Emprendimiento y la Innovación (PAEI)	
Si estas interesado en el emprendimiento y la innovación, infórmate de este concurso regional que busca impulsar nuestro ecosistema a través de iniciativas aplicadas a las 4 temáticas del instrumento.	
	Beneficiario
	Financiamiento
(Sólo uno): Persona jurídica, con o sin fines de lucro, constituida en Chile.	Hasta el 70% del costo total del proyecto con un tope de \$50.000.000 millones de pesos.
	Resultados Esperado
<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover el desarrollo de habilidades, competencias y capacidades para el emprendimiento y la innovación en el o los grupos objetivos de la región. 2. Generación de plataformas, metodologías, procesos y talleres que faciliten y promuevan la educación y capacitación en temáticas de emprendimiento e innovación, de libre acceso para la comunidad regional. 3. Eventos, redes y espacios para el encuentro de emprendedores/as, empresarios/as y/o la promoción del emprendimiento y la innovación regional. 4. Posicionar comunicacionalmente el emprendimiento y la innovación como temas relevantes para el desarrollo regional. 5. Posicionar la educación emprendedora en escolares como uno de los focos del desarrollo regional, para la generación de capacidades y habilidades emprendedoras y de innovación en etapas tempranas. 	

Fuente: Elaboración propia (2018)

Tabla 7. Capital Humano para Innovación

Capital Humano para Innovación	
Especializado para resolver una problemática de innovación en las empresas de mujeres proveniente de las áreas de ciencia y tecnología y/o innovación, para desarrollar un proyecto donde se resuelva un desafío de índole productivo para la empresa.	
	Beneficiario
	Financiamiento
Empresas o personas naturales constituidas en Chile, con iniciación de actividades de primera categoría del Impuesto a la Renta, y microempresas que generen nuevos proyectos, procesos o servicios.	Hasta \$40 millones, destinado principalmente a la contratación de profesionales, adquisición de equipamiento, y asistencia a seminarios locales e internacionales.



Fuente: Elaboración propia (2018)

Tabla 8. The S Factory (TSF)

The S Factory (TSF)	
Buscamos que mujeres líderes conviertan ideas innovadoras en prototipos funcionales. Queremos apoyar proyectos con orientación tecnológica que tengan potencial para un alto impacto.	
 Beneficiario	 Financiamiento
Personas mayores de 18 años, que se identifiquen con el género femenino. Chileno(a) o extranjero (a). Que sean fundadoras o titulares en la ejecución de un proyecto global que utilice a Chile como plataforma.	Entrenamiento de forma de crear negocios escalables, junto con un financiamiento de \$10.000.000 de pesos chilenos.
 Resultados Esperado	
<ul style="list-style-type: none"> • Se desarrollen los proyectos de alto potencial global con dedicación exclusiva. • Se fortalezcan las redes de emprendimientos internacionales con liderazgo femenino desde Chile. • Se desarrollen claras habilidades de liderazgo y técnicas relacionadas con el desarrollo de negocios. • Se creen potenciales de negocios exitosos de forma de tener acceso a fuentes de financiamiento en forma posterior a la participación en el Programa. 	

Fuente: Elaboración propia (2018)

Tabla 9. Semilla Inicia

Semilla Inicia	
Buscamos entregar financiamiento a emprendedores y emprendedoras que cuenten con proyectos de negocios de alto potencial de crecimiento, mediante el cofinanciamiento de actividades para la validación comercial del emprendimiento, además de acceso a servicios de apoyo para su implementación y desarrollo.	
 Beneficiario	 Financiamiento
Personas naturales mayores de 18 años con residencia en Chile Persona Jurídica con fines de lucro, constituida en Chile, que tengan menos de 36 meses de iniciación de actividades ante el SII.	Hasta el 75% del costo total del proyecto con un tope de hasta \$15.000.000
 Resultados Esperado	
<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimientos que logren validación técnica del producto o servicio. • Emprendimientos que logren validación comercial del producto o servicio, a través del logro de interés comercial o primeras ventas. • Se desarrollen claras habilidades de liderazgo y técnicas relacionadas con el desarrollo de negocios. • Adquisición de conocimientos y habilidades emprendedoras, a través del viaje del emprendedor, que les permita avanzar a la fase de crecimiento. 	

Fuente: Elaboración propia (2018)

→ SERCOTEC

Tabla 10. Capital Semilla Emprende



Capital Semilla Emprende	
Buscando superar la dificultad de acceso a financiamiento y a asesoría especializada que enfrentan los emprendedores, este programa que apoya la puesta en marcha de nuevos emprendimientos, presentados por personas que tienen un proyecto de negocio.	
	Beneficiario
	Financiamiento
A emprendedores/as sin inicio de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos (SII), que cuenten con un Plan de Trabajo para implementar un Negocio, coherente con el foco definido por cada Dirección Regional, y requieran de financiamiento para poder concretarlo	El monto máximo del aporte en Capital Semilla Emprende es de \$3,5 millones. De estos, \$1,5 millones pueden destinarse a acciones de gestión empresarial y \$2 millones, a inversiones. Las personas que resultan seleccionadas deben aportar 20% del cofinanciamiento <u>Sercotec</u> .
<i>Fuente: Elaboración propia (2018)</i>	

Tabla 11. Capital Abeja Emprende







Capital Abeja Emprende	
Como una medida para acortar brechas de género y promover el emprendimiento femenino, el programa Capital Abeja Emprende, apoya la puesta en marcha de nuevos emprendimientos, presentados exclusivamente por mujeres que tienen un proyecto de negocio.	
	Beneficiario
	Financiamiento
A mujeres emprendedoras sin inicio de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos (SII), que cuenten con un Plan de Trabajo para implementar un Negocio, coherente con el foco definido por cada Dirección Regional, y requieran de financiamiento para poder concretarlo	Con el objetivo de asegurar impacto económico y que los nuevos negocios efectivamente crezcan y se sostengan en el tiempo, el monto máximo del aporte es \$3,5 millones. Las personas que resultan seleccionadas deben aportar un 20% del cofinanciamiento <u>Sercotec</u> .
<i>Fuente: Elaboración propia (2018)</i>	

Tabla 12. Programa Juntos

Programa Juntos	
<p>Juntos es un subsidio no reembolsable destinado al desarrollo de nuevos negocios asociativos o a la mejora de los ya existentes, impulsados por grupos de empresas o cooperativas para las cuales sería más difícil concretar estas iniciativas de manera individual</p>	
 Beneficiario	 Financiamiento
<p>Grupos de al menos tres micro y pequeñas empresas con iniciación de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos, con ventas individuales entre UF 200 y UF 25.000 en los últimos 12 meses. Cooperativas con ventas promedio por asociado inferiores a UF 25.000 en los últimos 12 meses.</p>	<p>Análisis de factibilidad del negocio asociativo (duración máxima 3 meses): hasta \$4.000.000 por grupo de empresas. Aporte empresarial: mínimo 20% del cofinanciamiento <u>Sercotec</u>. Desarrollo del plan de trabajo (duración máxima 3 años): hasta \$31.000.000 anuales por grupo de empresas para capacitación y asistencia técnica, y hasta \$25.000.000 del monto total del proyecto para inversiones grupales e individuales. Los montos máximos dependerán del número de empresas que conforman el grupo. Aporte empresarial: mínimo 30% del cofinanciamiento <u>Sercotec</u>.</p>

Fuente: Elaboración propia (2018)



Tabla 13. Programa Crece

Programa Crece	
<p>Crece, Fondo de Desarrollo de Negocios, es un programa para potenciar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas y su acceso a nuevas oportunidades de negocio.</p>	
 Beneficiario	 Financiamiento
<p>Está orientado a micro y pequeñas empresas con iniciación de actividades ante el SII en primera categoría, con ventas entre 200 y 25.000 UF al año. También está abierto para empresas de menos de un año de existencia que pueden demostrar ventas inferiores a 200 UF y cooperativas con ventas promedio por asociado menores a 25.000 UF al año.</p>	<p>Cofinanciamiento de hasta 6 millones de pesos para inversiones, capacitación y asistencia técnica definidas en un plan de trabajo, además de asesoría y acompañamiento a las <u>mypes</u> durante todo el desarrollo de su plan.</p>

Fuente: Elaboración propia (2018)

→ FOSIS



Tabla 14. Yo Emprendo Semilla

Yo emprendo Semilla	
Apoya a quienes quieran trabajar por cuenta propia con el desarrollo de una idea de negocio que les permita generar o aumentar sus ingresos.	
 Beneficiario	 Financiamiento
<p>Encontrarse en los tramos de menores ingresos o mayor vulnerabilidad del Registro Social de Hogares o participar en el Subsistema Seguridades y Oportunidades.</p> <p>Tener una idea de negocio o un negocio funcionando.</p> <p>Residir en un territorio o comuna donde se desarrolle el programa.</p>	<p>Financiamiento de plan de negocios con un mínimo de \$300.000 y un máximo de 500.000.</p>

Fuente: Elaboración propia (2018)

→ UNIVERSIDADES

Tabla 15. Brain Chile

BRAIN CHILE	
Es un programa de la Pontificia Universidad Católica de Chile, impulsado por el Centro de Innovación UC Anacleto <u>Angelini</u> , la Escuela de Ingeniería, y la Dirección de Transferencia y Desarrollo, con el apoyo de Banco Santander. El objetivo es agregar valor económico, medioambiental y social al país y el mundo, impulsando a proyectos de base científico-tecnológica provenientes de instituciones de educación superior chilenas, hacia etapas más cercanas al mercado.	
 Participantes	 Premio
<p>Equipos que incluyan alumnos de pre o postgrado (magíster y doctorado), académicos y/o investigadores, que estudien o trabajen en instituciones de educación superior nacionales e internacionales.</p>	<p>\$70.000.000 en capital a repartir. Además, brindamos acceso a espacios de trabajo, laboratorios y <u>fablabs</u>, mentores especializados y entrenamiento en emprendimiento.</p>

Fuente: Elaboración propia (2018)

Tabla 16. Jump Chile



Jump Chile	
Es un programa de la Pontificia Universidad Católica de Chile, el mayor Concurso Nacional de emprendimiento universitario que motiva a los estudiantes a emprender y pegarse el salto a partir de una idea.	
 Participantes	 Premio
Todos los alumnos de pre o postgrado de las universidades, centros de formación técnica e institutos profesionales de todo Chile y Latinoamérica que tengan una idea y ganas de emprender.	Entre \$3.000.000 y \$6.000.000, y accederán a talleres, contactos y <u>mentorías</u> .
<i>Fuente: Elaboración propia (2018)</i>	

Tabla 17. Desafío High Tech UdeC



Desafío High Tech UdeC	
Es un programa de la Universidad de Concepción, selecciona proyectos innovadores con alto potencial de crecimiento y orientados a la creación (propuesta) de nuevas empresas, en los siguientes tracks: Base Tecnológica, Bioeconomía, Biotecnología, Soluciones al Tratamiento de Residuos de Clientes Industriales.	
 Participantes	 Premio
Personas naturales, chilenas o extranjeras sin inicio de actividades o ventas durante el último año.	Hasta \$5.000.000
<i>Fuente: Elaboración propia (2018)</i>	

Tabla 18. Desafío Logística

Desafío Logística	
Es un programa de la Universidad de Concepción, busca apoyar la generación de emprendimientos dinámicos en los sectores de logística y que sean capaces de solucionar distintas problemáticas y brechas que tienen los sectores industriales exportadores priorizados por el programa Transforma Logístico Centro Sur. Los emprendimientos seleccionados deben ser capaces de validar técnica y comercialmente sus proyectos en un plazo máximo de 6 meses.	
 Participantes	 Premio
Personas naturales mayores de 18 años, nacionales o extranjeras con residencia temporaria o definitiva en Chile. Personas jurídicas, con fines de lucro, nacionales o extranjeras.	Hasta \$12.500.000 (70% de subsidio)
<i>Fuente: Elaboración propia (2018)</i>	

→ EMPRESA.

Tabla 19. CHILE PRENDE

CHILE PRENDE	
Concurso nacional organizado por la Asech, que busca visibilizar las historias de los emprendedores que generen un impacto en su entorno, demostrando que las pymes pueden generar un cambio social.	
 Requisitos	 Premio
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tener RUT de empresa o EIRL en Chile. 2. Ingresar tus datos en el formulario de postulación. Al hacerlo, pasarás a ser miembro de la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech), lo que no tiene costo. 3. Subir un video de máximo 1 minuto en el que aparezcas en persona respondiendo las siguientes preguntas: ¿Por qué tu historia de emprendimiento merece ganar el premio? ¿Lo que haces está generando cambios positivos en tu entorno? ¿Cuáles? ¿Qué harías con los \$50MM si ganaras la competencia? 	<p>El primer lugar: \$50 millones. 4 premios de \$5,6 millones. 20 premios de \$2 millones. 75 premios de \$500 mil.</p>

Fuente: Elaboración propia (2018)

5. CONCLUSIONES

La presente investigación se propuso como objetivo general analizar las tendencias emprendedoras y el ecosistema emprendedor en la Región de Coquimbo, Chile.

Para esto, se planteó como objetivo específico número uno el identificar las características de los emprendimientos de la Región de Coquimbo a través de un análisis profundo al informe Global Entrepreneurship Monitor, GEM, desde el año 2008 hasta el 2016.

En primer lugar, en la Región de Coquimbo se evidencia un alto nivel de emprendimiento. Los emprendedores de la región se caracterizan por ser en su mayoría varones entre los 25 y 38 años con estudios técnicos o profesionales; por otra parte, y en menor volumen de emprendimiento se encuentran las mujeres quienes comienzan a tener ideas emprendedoras desde muy jóvenes, pero deciden formalizarlas más adelante entre los 30 y 40 años cuando han culminado sus estudios profesionales y su vida familiar es estable.

Los emprendimientos por oportunidad son los más observados y es lógico si tenemos en cuenta que en los últimos años la Región de Coquimbo se ha destacado por ser un destino turístico muy importante en el país, por lo tanto, tiene sentido que el sector servicios sea el preponderante para emprender.

La tendencia se encuentra en los negocios orientados al consumidor final, que siguen siendo los más frecuentes en el emprendimiento de la región, cuando se habla de este tipo de negocios se hace referencia a las ventas al por menor de alimentos, restaurantes, ropa, accesorios, kioscos, peluquería, servicios hoteleros, servicios turísticos, entre otros.

En segundo lugar, se encuentra el sector de transformación que corresponde a la industria de la construcción y manufactura.

Los motivos para emprender que años atrás se enfocaban en necesidades económicas y de reconocimiento han cambiado, sin distinción de género, actualmente el

emprendedor quiere independizarse, ser su propio jefe, sentirse empoderado realizando lo que le gusta por convicción y generando empleo.

Para los primeros años de realizado el análisis eran los hombres quienes mostraban más conocimientos para emprender, sin embargo al pasar de los años, esta brecha fue disminuyendo. Las expectativas o grado de positivismo en ambos sexos era más alta al comienzo de los años del análisis, para los últimos años este positivismo disminuyó, siendo el género femenino el que muestra mayor temor al fracaso.

La Tasa de Actividad Emprendedora, aumentó significativamente desde el año 2008 cuando se situaba en un 17,8% a un 28,4% el año 2011, hasta hoy se ha mantenido por sobre un 20%, aunque se reconoce que ha experimentado bajas, estas siempre son dentro de este rango.

El uso de tecnologías no es un factor que los caracteriza, esto es atribuible a la cultura de los emprendedores, a su renuencia a invertir o al no encontrar fuentes de financiamiento para estos fines.

Finalmente, en los emprendedores en etapas iniciales predominan aquellos que no tienen clientes en el extranjero, seguido por aquellos en que tienen entre 1% y 25% de clientes en el extranjero, con una diferencia promedio de 4 puntos porcentuales

Dando cumplimiento al objetivo específico número dos el estudio exploró los antecedentes del ecosistema emprendedor en la Región de Coquimbo, Chile. En este ecosistema coexisten 3 ejes fundamentales, estos son el Estado que junto a dos instituciones básicas, la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) Y Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) apoyan el emprendimiento en distintas etapas a través de programas de financiamiento y capacitación. Otro agente de este ecosistema en la región lo constituyen las universidades de La Serena y Católica del Norte, quienes a través de su investigación y actividades propias del ramo resultan ser un eje fundamental.

Variadas son las investigaciones que ambas casas de estudio han desarrollado sobre el tema, algunas han sido presentadas en el marco referencial de esta investigación.

El sector privado constituye un tercer eje conformado por empresas y finalmente las fundaciones e instituciones no gubernamentales cuyo aporte es crucial para el éxito que está teniendo el emprendimiento en la región.

En la determinación de los actores clave de apoyo al emprendimiento, pasaremos a desarrollar el objetivo específico número tres, en este ahondaremos en cada uno de los ejes que conforman este ecosistema, y se mostrará la relevancia de cada uno de ellos.

En primer lugar se pudo determinar que el agente más importante del ecosistema emprendedor es el Estado, ya que brinda a los emprendedores las herramientas necesarias para desarrollar su idea mediante los Centros de Desarrollo de Negocio y llevarla a buen término con los programas de financiamiento como: Semilla Corfo y The S Factory de Corfo, Capital Semilla de Sercotec y Programa yo Emprendo de Fosis, entre otros.

Posteriormente, en orden de relevancia se encuentra el apoyo de las universidades. Tanto La Universidad de La Serena como La Universidad Católica del Norte realizan capacitaciones, seminarios, ferias, festivales y congresos para los emprendedores de la región, además de esto imparten en sus aulas enseñanza enfocadas al emprendimiento no solo para ser actores directos de este, sino también los convierte en colaboradores de emprendedores iniciales de todos los rincones de la región.

La Universidad Católica del Norte cuenta con un programa concurso llamado USQAI que promueve el emprendimiento de sus estudiantes, donde el ganador obtendrá un beneficio económico para desarrollar su idea de negocio.

La Universidad de La Serena realiza anualmente la Expo Feria de Ideas Empresariales, que este año está incluida en la nueva iniciativa de docentes y estudiantes en el festival Fenix Fest organizado por estudiantes y docentes de la carrera de Ingeniería Comercial, se realizara la exposición y posterior premiación a los mejores proyectos

presentados a la comunidad por parte de escolares, emprendedores y estudiantes de distintos niveles y carreras del Departamento de Ciencias Económicas y Empresariales.

Asociaciones privadas como ASECH, BANIGUALDAD, EMPREDEMUJER, hacen su parte desde el sector no estatal, o no gubernamental.

La Fundación Emprepolis es una fundación sin ánimo de lucro que trabaja para el desarrollo de la educación y el emprendimiento de jóvenes adultos en la región, ofreciendo programas de formación para futuros emprendedores.

Las empresas privadas como también realizan sus aportes Aguas del Valle creó hace cuatro años un Fondo Concursable en la región llamado “Contigo en Cada Gota” donde incentiva a la creación de proyectos orientados al buen uso del agua; Unimarc con su programa 100% Nuestro da apoyo a los emprendedores de la región, convirtiéndolos en proveedores de productos que ofrecen en su cadena de supermercados.

Dado lo anterior y con el análisis de cada uno de los factores que compone la investigación se pudo concluir que las tendencias emprendedoras están enfocadas en el Sector Servicios, específicamente en todas aquellas actividades ligadas al Turismo y el foco fundamental de apoyo a los emprendedores se encuentra en el Estado con cada uno de los organismos creados para apoyar a los emprendedores.

6. RECOMENDACIONES

Una vez cumplidos los objetivos de la investigación, realizaremos recomendaciones que serán de utilidad a futuros estudios que tengan su centro en el emprendimiento de la Región del Coquimbo y todas las aristas que esto implica.

Quedan por determinar importantes factores que se han considerados relevantes a la hora de evaluar tanto las tendencias emprendedoras como el ecosistema emprendedor en la zona.

- Se recomienda que futuras investigaciones profundicen en los contenidos de las capacitaciones que desde el Estado y organismos sociales no gubernamentales se están realizando a los emprendedores de la zona, de tal manera que estas cumplan un objetivo fundamental para el grado de avance que hoy tiene el emprendimiento en la región y es la manera de enfrentar obstáculos, de manera tal que las emprendedoras y emprendedores en mayor número logren superar la barrera de los tres primeros años de vida empresarial.
- Se recomienda además, realizar un análisis específico acerca de las causas que motivan que los emprendedores de manera transversal en la región no consideren relevante el uso de tecnologías y maquinarias modernas, de manera tal que no perciben que la inversión en capital vaya a producir mayores beneficios.
- Además, es relevante que se estudie el problema que existe en cuanto a la poca permanencia de los emprendimientos cuando el capital no ha sido aportado por ellos sino por una instancia gubernamental o una asociación privada, es posible realizar un estudio que relacione la variable permanencia en el emprendimiento y origen de la fuente de financiamiento, y de acuerdo a este resultado realizar una propuesta con lineamientos que permitan disminuir la pérdida de recursos que se produce hasta hoy.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. Mexico: McGraw-Hill.
- Ashoka. (2005). *What is a Social Entrepreneur?* Recuperado de: <http://www.ashoka.com/fellows/socialentrepreneur.cfm>.
- Boschee. J. Eight Basic Principles for Nonprofit Entrepreneurs. *Nonprofit World*.
- Cameron, K., & Quinn, R. (1998). *Diagnosing and changing organizational culture*. Reading, Mass.: Addison Wesley.
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*. México: McGraw-Hill.
- Dees, J. (2001). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Recuperado de: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf
- Denzin, N. K. (1970) *Sociological Methods. A Sourcebook*. Chicago, IL: Aldine Publishing Company.
- Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresario innovador*. Cali: Editorial Norma.
- Farrell, L. (2001). *The Entrepreneurial Age: Age Awakening the Spirit of Enterprise in People Companies and Countries*. Nueva York: Alworth Press.
- Gee, S. (1981). *Technology transfer, Innovation & International Competitiveness*. New York. Wiley & Son.
- Gibb, A. (1987). *Enterprise Culture: Its Meaning and Implications for Education and Training*. Journal of European Training. Yorkshire: M.C.B. Publications.
- Henton, D., Melville, J. & Walesh, K. *Civic Entrepreneurs: Economic Profesional as Colaborative Leader*. Recuperado de: <http://www.aae.wisc.edu/pubs/pubs/cenwes/docs/ce269.tct>.
- Hernandez, R, Fernandez, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Moori Koenig, V. (2005). *Desarrollo Emprendedor*. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kirby, D. (2003). *Entrepreneurship*. Londres; McGraw-Hill.
- Kuratko, D. (2005). *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Chaleonges*. Entrepreneurship Theory and Practice. Boston (Mass.): Cengage Learning.
- Lopez, B. & Recio, H. (1998). *Creatividad y Pensamiento Crítico*. Mexico: Trillas.
- Mandokovic, V. & Serey, T. (2017). *Global Entrepreneurship Monitos, Reporte Nacional de Chile*. Santiago.
- Morris, M. (1998). *Entrepreneurial intensity*. Westport, Conn.: Quorum.
- O’Kean. J. (2006). *Caja Rural Intermediterranea*. Tejido Empresarial y Crecimiento Regional.
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring: Why you don’t hace the corporation to become an entrepreneur*, Nueva York: Harper&Row

- Ruiz, C. (2013). *Instrumentos y técnicas de investigación educativa*. Venezuela: DANAGA.
- Schumpeter, J., Diaz Garcia, J., & Limeres, A (2015). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona: Pagina Indómita.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Buenos Aires: Editorial Planeta.
- Soria, K. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor Informe de la Región de Coquimbo, Chile*. Coquimbo.
- Soria, K. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor Informe de la Región de Coquimbo, Chile*. Coquimbo.
- Soria, K. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor Informe de la Región de Coquimbo, Chile*. Coquimbo.
- Soria, K. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor Informe de la Región de Coquimbo, Chile*. Coquimbo.
- Soria, K. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor Informe de la Región de Coquimbo, Chile*. Coquimbo.
- Soria, K. & Honores, G. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor Informe de la Región de Coquimbo, Chile*. Coquimbo.
- Soria, K. & Honores, G. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor Informe de la Región de Coquimbo, Chile*. Coquimbo.
- Soria, K. & Honores, G. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor Informe de la Región de Coquimbo, Chile*. Coquimbo.
- Soria, K. & Honores, G. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Informe de la Región de Coquimbo, Chile*. Coquimbo.
- Tyson. L. (2004). Good Works – With a Business Plan. Recuperado de: http://www.businessweek.com/magazine/content/04_18/b3881047_mz007.htm.
- Valdés, M. & Vidal, R. (2012). *Guía del Ecosistema Emprendedor*. Madrid: Albetinus Comunicación, S.L.
- Varela, R. (2011). *Innovación Empresarial*. Colombia: Pearson Educación de Colombia.
- Wompner G., G.H. (2008). Educación superior para el emprendimiento. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cl/2008/fhwg.htm>

8. ANEXOS

Anexo 1. Entrevista Estado - Asociación Privada.



Este trabajo se enmarca en una investigación de grado de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de La Serena.

El instrumento de medición que se presenta a continuación, busca analizar características del emprendimiento y de los emprendedores desde el punto de vista de una organización estatal y una entidad de carácter privado.

Esta información será utilizada para alcanzar los objetivos de la investigación, será por lo tanto de carácter académico y no compromete a las directoras de la institución.

¡¡Muchas gracias por su colaboración!!

1. ¿Cuál es el nivel de emprendimiento que percibe en la región?
2. ¿Cuáles son las ventajas de emprender en la región?
3. ¿Cuáles son los sectores predominantes de emprendimiento en la región?
4. ¿Cuáles son las características de edad, género y escolaridad de los emprendedores de la región?
5. ¿Cuáles son los principales motivos para que una persona decida emprender en la región?
6. ¿Qué proyecciones se aprecian para los emprendedores de la región?
7. ¿Qué apoyo le brinda esta entidad a los emprendedores?
8. ¿Qué recomendaciones daría a las personas con intención de emprender?

Anexo 2. Entrevista Universidades



Este trabajo se enmarca en una investigación de grado de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de La Serena.

El instrumento de medición que se presenta a continuación, busca el apoyo de las instituciones educativas al emprendimiento de la Región de Coquimbo.

Esta información será utilizada para alcanzar los objetivos de la investigación, será por lo tanto de carácter académico y no compromete a las directoras de la institución.

¡¡Muchas gracias por su colaboración!!

Preguntas:

1. ¿Comparado con las demás regiones del país, como se desarrolla el emprendimiento en la región de Coquimbo?
2. ¿Qué oportunidades observa para los emprendedores de la región?
3. ¿Qué barreras o desventajas considera que enfrentan los emprendedores de la región?
4. ¿Cómo ha apoyado la universidad al emprendimiento de la región?
5. ¿En qué sectores se ha materializado el apoyo?
6. ¿Tienen alguna asociación o alianza con emprendedores?
7. ¿Cómo participan los alumnos en el apoyo que brinda la universidad a los emprendedores?
8. ¿El emprendimiento es una competencia incluida en la formación profesional de los estudiantes?

Anexo 3. Entrevista Banco Estado



Este trabajo se enmarca en una investigación de grado de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de La Serena.

El instrumento de medición que se presenta a continuación, busca conocer el apoyo que el Banco Estado brinda a los emprendedores de la Region.

Esta información será utilizada para alcanzar los objetivos de la investigación, será por lo tanto de carácter académico y no compromete a las directoras de la institución.

¡¡Muchas gracias por su colaboración!!

Preguntas:

1. ¿Cómo el Banco Estado apoya al emprendimiento de la región?
2. ¿Qué programas ofrecen?
3. ¿De los programas ofrecidos cual ha sido el más exitoso?

Anexo 4. Entrevista Agentes Estratégicos



Este trabajo se enmarca en una investigación de grado de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de La Serena.

El instrumento de medición que se presenta a continuación, busca conocer su experiencia personal con el emprendimiento.

Esta información será utilizada para alcanzar los objetivos de la investigación, será por lo tanto de carácter académico y no compromete a las directoras de la institución.

¡¡Muchas gracias por su colaboración!!

Preguntas:

Entrevistado:

Nombre del Establecimiento:

Estado Civil:

Nivel educativo:

Preguntas:

1. ¿A qué se dedicaba antes de decidir emprender? ¿Cómo surgió la idea de emprender?
2. ¿Cuál fue su idea de negocio?
3. ¿Sabía usted que el gobierno ofrece programas para ayudarlo a iniciar su negocio?
¿Cuál fue la fuente de financiación para comenzar su negocio?
4. ¿Porque decidió postular/no postular a un programa del gobierno?
5. ¿Cuántos años lleva operando? ¿En qué sector se desarrolla su negocio?
6. ¿Inicio algún otro emprendimiento anteriormente? ¿Cómo fue esa experiencia?

*Anexo 5. Carta de Validación de Instrumentos***CARTA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

Yo, Cristian Blanco Alfaro, RUT N°13.744.599-9 con el nivel académico de Máster en Educación Superior., por medio de la presente hago constar que leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente a la tesis: " TENDENCIAS EMPRENDEDORAS Y ECOSISTEMA EMPRENDEDOR EN LA REGIÓN DE COQUIMBO CHILE", presentada por la Srta. Jenny Elizabeth Roper Montaña, Rut: 26.398.787-k . Para optar al Título Administración de Empresas.

Apruebo en calidad de validador los instrumentos de medición utilizados.



Mg Cristian Blanco Alfaro