



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
DEPARTAMENTO DE GESTIÓN EMPRESARIAL

“Manual de Fuentes de Financiamiento  
Para Emprendedores de la Provincia de  
Ñuble”

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO  
COMERCIAL**

Autor: Ivonne Beltrán Acuña

Profesor Guía: Omar Acuña Moraga

2013



**UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA INGENIERÍA COMERCIAL

Chillán, Enero 13 de 2014.

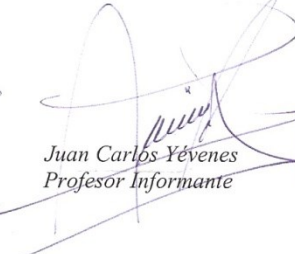
### Informe: Memoria de Título

En relación a la evaluación de la Memoria para optar al Título de Ingeniero Comercial, denominada "MANUAL DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDEDORES DE LA PROVINCIA DE ÑUBLE" de la alumna Ivonne Beltrán Acuña.

Teniendo en cuenta las exigencias de la Carrera de Ingeniería Comercial y en especial las referidas a la actividad de titulación, la comisión de examinación califica el presente informe con 6,3 puntos (escala de 1 a 7).

Atentamente,

  
Omar Acuña M.  
Profesor Guía

  
Juan Carlos Yévenes  
Profesor Informante

  
Omar Acuña M.  
Director de Escuela

CC. - Director de Escuela Ingeniería Comercial  
- Alumnos(as)  
- Archivo



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## Agradecimientos

*Hoy, 18 de Diciembre del 2013 me encuentro culminando un proceso que comenzó hace cinco años atrás, en donde todo parecía ser perfecto, entrar a la Universidad significaba el paso más grande a dar en mi vida y en la de mis padres, quienes con mucho esfuerzo fueron forjando mi camino, haciéndome entrega día a día de las herramientas necesarias para enfrentar la vida, por eso y todo lo que me entregan cada día muchas gracias.*

*A mi pequeño príncipe, quién me ha acompañado desde el primer día de Universidad estando dentro de mi vientre; fuiste, eres y serás tú quién día a día me da las fuerzas para no desistir de este camino, eres tú a quién muchas veces tuve que restarle segundos valiosos de nuestro tiempo juntos por el simple hecho de realizar un trabajo e ir a clases, sin embargo, hoy todo el esfuerzo realizado se ve recompensado al saber que esta etapa ya está culminando, contigo creciendo a mi lado y evidenciando cada esfuerzo realizado.*

*A mi amado pololo, amigo, compañero y padre de mi hijo que nunca me dejó sola, quién día a día ha estado a mi lado brindándome la tranquilidad necesaria en momentos que más lo necesitaba, estando a mi lado para escucharme, aconsejarme, amarme, y mimarme en las situaciones buenas y malas que se nos presentaron en el camino, siempre juntos.*

*Por otro lado, quisiera agradecer a mi familia por el apoyo brindado en toda esta etapa, en especial a mi Madre quién con su apoyo incondicional me ayudó en el cuidado de mi hijo para poder estudiar, quién ha sido testigo de todos los esfuerzos que día a día me ha requerido este camino, quién muchas veces sacrificó horas valiosas de sueño sólo por hacerme compañía.*



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

*A modo especial, es necesario agradecer de forma sincera al Profesor Omar Acuña M. por todo el apoyo y confianza brindada en este trabajo, quién ha realizado su mayor esfuerzo por entregar los conocimientos y herramientas necesarias para afrontar de mejor forma todo este proceso. Junto a él es necesario agradecer al profesor Pedro Severino por su buena disposición a responder cada una de las dudas presentadas, y por dedicar parte valiosa de su tiempo a apoyar este trabajo.*

*Y a modo general es necesario agradecer de igual modo a mi familia, amigos, compañeros y profesores que han estado a mi lado en todo este proceso, confiando en que lo culminaría de la mejor forma.*

*Finalmente me es preciso agradecer a Dios por ayudarme a terminar este proceso, gracias por darme fortaleza y coraje para que este sueño se hiciera realidad y para demostrarle al mundo que un hijo no es impedimento para cumplir mis sueños y ser profesional, gracias por confiar en mí y ser mi luz en momentos difíciles.*

**“Cuando por los años no puedas correr, trota.  
Cuando no puedas trotar, camina.  
Cuando no puedas caminar, usa el bastón.  
¡Pero nunca te detengas!”**

*Madre Teresa de Calcuta*



**UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## Contenido

Agradecimientos .....	4
Antecedentes de la investigación .....	11
Problema .....	11
Justificación del Problema.....	11
Objetivos .....	12
Objetivo General: .....	12
Objetivos Específicos:.....	12
Capítulo 1: Marco Teórico.....	14
1.1 Conceptualización de Emprendedores .....	14
1.1.1 Comportamientos de un Emprendedor .....	18
1.1.2 Categorización de emprendedores .....	20
1.1.3 El Emprendedor Chileno .....	22
1.2 ¿Qué se entiende por Pymes? .....	23
1.3 Conceptualización Fuentes de Financiamiento.....	28
1.3.1 Corfo.....	30
1.3.2 Sercotec.....	30
1.3.3 Innova Biobío.....	31
1.3.4 Fosis.....	31
1.3.5 Indap.....	32
1.3.6 Bancos .....	32
1.3.7 Fondo Esperanza .....	33
CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES PYMES Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO .....	35
2.1 Pymes a nivel Nacional.....	36
2.1.1 <i>Por Número de Empresas</i> .....	36
2.1.2 <i>Por volumen de ventas</i> .....	40
2.1.3 <i>Por aportación al Empleo</i> .....	42
2.1.4 <i>Por regiones más importantes.</i> .....	45
2.2 Pymes en la Región del Biobío .....	48
2.2.1. <i>Por ciudades</i> .....	52



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

2.3 Pymes en la Provincia de Ñuble .....	55
2.3.1. <i>Chillán, Capital Provincial</i> .....	58
2.4 Organismos Financiadores que fomentan el desarrollo de las Pymes .....	59
2.4.1 Instituciones Privadas: Bancos e Instituciones Financieras .....	60
2.4.2 Innova Biobío.....	62
2.4.3. Fosis.....	64
2.4.4 Sercotec.....	65
2.4.5Corfo.....	67
CAPÍTULO 3:INVESTIGACIÓN DE CAMPO .....	71
3.1 Tipo de Investigación.....	71
3.2 Base de Datos .....	71
3.3 Determinación del Universo.....	73
3.4 Determinación de la Muestra .....	73
3.5 Aplicación del Instrumento .....	74
3.6 Tabulación .....	75
3.7 Resultados .....	75
3.7.1 Identificación y caracterización del empresario de la ciudad de Chillán .....	76
3.7.2 Creación de un Negocio .....	92
3.7.3 Apoyo y Fuentes de Financiamiento .....	96
CAPÍTULO 4:MANUAL.....	110
4.1 Programas de Innova Biobío .....	112
4.1.1 Convocatoria de Apoyo a Tesis .....	112
4.1.2 Convocatoria de Innovación Emprendedora .....	114
4.1.3 Convocatoria de Innovación en Turismo.....	116
4.1.4Habilitantes para la Pyme .....	118
4.1.5 Capital para Emprendimiento Innovador.....	120
4.2 Programas de Fosis.....	122
4.2.1 Programa Fortalecimiento de Asociaciones MyYPES.....	122
4.2.2 Programa Ámbito Emprendimiento .....	124
4.3 Programas de Sercotec.....	127





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

4.3.1 Capital Abeja Línea 1 .....	127
4.3.2 Capital Abeja Línea 2 .....	129
4.3.3 Capital Semilla Emprendimiento Línea 1 .....	131
4.3.4 Capital Semilla Emprendimiento .....	132
4.3.5 Capital Abeja Empresa. ....	133
4.3.6 Capital Semilla Empresa .....	134
4.3.7 Iniciativas de Desarrollo de Mercado .....	135
4.4 Corfo .....	137
4.4.1 Innovación y Emprendimiento Social .....	137
4.4.2 Crédito Corfo MyYPE .....	139
4.5 Ventajas de las Fuentes de Financiamiento .....	140
4.6 Desventajas de las Fuentes de Financiamiento .....	141
4.7 Categorización de las Diversas Fuentes de Financiamiento según enfoque .....	143
4.7.1 Enfoque del proyecto: Iniciar un Negocio .....	144
4.7.2 Enfoque del Proyecto: Negocio Existente .....	145
4.7.3 Enfoque del Proyecto: Innovación .....	146
4.7.4 Enfoque del Proyecto: Iniciativas Grupales o Sociales .....	147
CONCLUSIONES .....	149
Bibliografía .....	153
ANEXOS .....	157
Anexo 1: Tabla estadística de empresas por Región y actividad económica del país .....	157
Anexo 2: Tabla estadística de empresas de la provincia de Ñuble .....	160
ANEXO 3: Instituciones Financieras que operan Crédito Corfo Micro y Pequeña Empresa. ....	161
Anexo 4: Encuesta Semi-Estructurada para empresarios y emprendedores de la Provincia de Ñuble .....	162
Anexo 5: Empresas socias de la Cámara de Comercio .....	168



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

# ***ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN***

---



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## Antecedentes de la investigación

### Problema

Actualmente, se ha visto un fuerte auge por parte del Gobierno en materia de Innovación y Emprendimiento a nivel Nacional, en dónde incluso fue instaurado el período 2012 como el año del Emprendimiento y el presente 2013 como el año de la Innovación, con lo cual se dieron las instancias para la creación de una serie de Políticas Públicas destinadas a fortalecer estos ejes, sin embargo, son muchos los emprendedores y empresarios de la provincia de Ñuble que desconocen los programas de Financiamiento Público que se encuentran disponibles para hacer uso de ellos, es por esto, que el presente trabajo, busca ser un aporte para la población con deseos de emprender, entregando información actualizada acerca de las diversas opciones de acceso a recursos dispuestos por los diversos Organismos Financiadores dependientes del Estado.

### Justificación del Problema

En el último tiempo, se ha podido apreciar dentro del acontecer nacional, un creciente auge generado por el Gobierno, el cual ha destinado recursos para fomentar e impulsar el emprendimiento, y a la vez, entregar un apoyo a las Mypes del país; lo que ha permitido generar un mayor desarrollo Económico Local, produciendo un alza en el PIB Nacional y al mismo tiempo, generar impactos positivos en la Economía del País.

Es debido a esto, que se busca generar una herramienta de gestión que impulse el emprendimiento dentro de la Provincia de Ñuble, la cual permita a la Cámara de Comercio de la ciudad de Chillán, contar con un Manual que contenga las distintas Fuentes de Financiamiento existentes para la provincia de Ñuble, el cual permitirá a empresarios y emprendedores contar con un instrumento de consulta que contenga la información necesaria al alcance de sus manos y en un solo documento poder encontrar



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

las opciones de Financiamiento disponible que entrega el Gobierno según sea el requerimiento, ya sea para la Creación de un negocio o el mejoramiento del mismo; pudiendo emprendedores y empresarios utilizar estos incentivos que se promueven, para generar mejores condiciones en sus negocios y por ende obtener una mejor calidad de Vida al generar nuevos ingresos económicos para el hogar.

## Objetivos

### Objetivo General:

Apoyar la Gestión de las Pymes a través de un Instrumento de consulta que permita a empresarios y emprendedores de la Provincia de Ñuble, conocer e identificar la mejor opción de financiamiento acorde a su emprendimiento.

### Objetivos Específicos:

- Describir cada Fuente de Financiamiento Público disponible en la Provincia de Ñuble.
- Analizar las distintas Fuentes de Financiamiento Público utilizadas en las PYMES de la Provincia de Ñuble.
- Contrastar las distintas Fuentes de Financiamiento Público disponible.
- Elaborar un Instrumento de consulta para PYMES y Emprendedores de la Provincia de Ñuble.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

# ***CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO***

---



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## Capítulo 1: Marco Teórico

### 1.1 Conceptualización de Emprendedores

Hoy en día, se escucha a diario la palabra emprendedor y sus derivados emprendimiento, innovación, etc., ya sea en las noticias, diarios, revistas, en la radio, en todos los medios de comunicación se ha hecho un gran realce a este tema, es por esto, que se puede decir, que se está rodeado de un sinnúmero de emprendedores, en donde para cada uno de los negocios existentes ya sea en un barrio, en la ciudad o cualquier parte del país, fue necesaria la existencia de un emprendedor quien se dio la tarea de iniciar una determinada actividad económica, y a la vez para guiar en un principio las actividades propias de un negocio o empresa. Es ésta figura del emprendedor, quién hoy en la actualidad permite tener al alcance de las manos, los bienes y servicios necesarios para satisfacer las múltiples necesidades que se presentan a diario.

Tal y como se menciona anteriormente, existen muchos que hablan de emprender o ser emprendedores ya sea para generar sus propios ingresos o simplemente para no tener un lazo de dependencia hacia un superior, quién entrega órdenes y a quién se le debe rendir el trabajo realizado; cumpliendo un horario, un reglamento, objetivos, metas, etc. Pero ¿tendrán conocimiento realmente de lo que significa ser un emprendedor? ¿Conocerán las cualidades que debe tener una persona para realizar un emprendimiento? ¿Sabrán si un emprendedor nace o se hace? ¿Estarán dispuestos a afrontar las dificultades de emprender su propio negocio?, para responder a éstas y muchas otras interrogantes. A continuación se plantearán diversas conceptualizaciones, que han tratado de describir lo que significa ser un emprendedor.

En primer lugar, es necesario tener conocimiento acerca de la procedencia de la palabra emprendedor, cuyo origen deriva de la palabra “*entrepreneur*”, asentando sus raíces a principios del siglo XVI en la lengua francesa, en donde se utilizaba para designar o renombrar a cuyos hombres estaban destinados a expediciones militares. Más tarde, a



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

inicios del siglo XVIII se extendió el significado de este concepto a otros aventureros como los constructores de puentes, contratistas de rutas y caminos, y los arquitectos. En palabras simples el uso del concepto “*entrepreneur*” estaba destinado a denotar una acción de envergadura implicando cosas, aventura, y riesgo.

A continuación se nombran algunos autores que han definido o han intentado definir la figura del emprendedor.

Un historietista norteamericano de gran conocimiento, definió al emprendedor independiente en una de sus tiras como una “*persona que hace todo lo que se le ocurre para evitar conseguir un empleo*”(Hart, 2009). En donde la razón tiene, pues se centra en la existencia de muchas personas que detestan recibir órdenes de superiores, cumplir un horario, usar un uniforme, etc., por lo que constantemente comienzan a inventar productos o servicios para comercializar, los cuales puedan ser útil para la comunidad y por lo que se podría crear una necesidad y dependencia de dicho bien o servicio en la población; esta situación es lo que convierte a una persona en un emprendedor.

Por otro lado, el concepto de emprendedor se encuentra fuertemente ligado con el concepto de innovación, a quién se puede considerar como un flameante estratega, el cual puede ser un creador de nuevos métodos para penetrar o simplemente desarrollar nuevos mercados; posee personalidad creativa, siempre desafía lo desconocido, transforma posibilidades en oportunidades (Gerber, 1996)

Lezana(1998), contemplan que los emprendedores “*Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos, para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto*”.

Por otro lado, “*el emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas. Debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. El emprendedor tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve.*



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

*Los emprendedores no son managers (al estilo de Marshall) ni inversores, son un tipo especial de personas” (Schumpeter, 1934).*

En cuanto a la visión del empresario o emprendedor, *Knight* (1947) lo constituye como una persona que se enfrenta a la incertidumbre, constituyendo un agente muy dinámico, el cual impulsa el desarrollo y promueve la innovación. Sin embargo, dentro de los escritos hechos por el mismo autor, el emprendedor es caracterizado como una forma confusa en donde se le asignan ciertas características como: Capacidad para asumir riesgos e incertidumbre; Tenacidad, energía indomable, gran optimismo y mucha fe y confianza en sí mismo; Creatividad e imaginación; Agente de Cambio e innovación; El éxito del emprendedor depende de tres elementos: capacidad, esfuerzo y suerte; Dinero como su mayor motivación y Conocimiento del sector en el que va a crear una empresa.

Finalmente, *Marshall* (1880) establece que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa, pues el hecho de vivir en un mundo globalizado en donde las cosas cambian constantemente y de un día para otro, la incertidumbre está presente cada día en los emprendedores, por lo que deben ajustarse a estos cambios de la mejor manera para que su negocio no se vea afectado por factores externos.

Como se puede apreciar en las diversas versiones, cada autor identifica la imagen del emprendedor de una forma diferente, no existiendo aún un consenso acerca de la definición exacta del concepto Emprendedor. Sin embargo, se puede apreciar claramente que todos los autores apuntan a una persona que utiliza habilidades creativas e innovadoras, como instrumento esencial para su actividad emprendedora, con el cual exploran y transforman posibilidades en oportunidades, las cuales aprovechan dentro de un negocio para obtener el éxito deseado. Otra de las características esenciales a las que apuntan es que un emprendedor asume un riesgo al embarcarse en una nueva misión de crear un negocio, en donde deben actuar bajo la incertidumbre de no conocer el nuevo camino que se ha





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

elegido para desarrollar el negocio acorde a las exigencias del Mercado o del sector en el cual ha decidido operar, de la mano con esto, es necesario que tengan confianza en sí mismos para salir adelante y afrontar las dificultades que se puedan presentar por asumir riesgo y actuar bajo incertidumbre.

En base a la información obtenida anteriormente de acuerdo a las diversas versiones de emprendedor analizadas, se puede definir que una persona con dotes de emprendedor puede nacer o transformarse (en emprendedor) a través del tiempo, pues puede ser que por una circunstancia específica de la vida, lo que dará pie a que una persona se consolide como emprendedor; pues por un lado existen personas que desde el momento de su nacimiento tienen incorporado en su ADN los comportamientos y características propias de un emprendedor y por lo cual será común que ellos intenten una y otra vez aventurarse en algún proyecto emprendedor; por otro lado, existen aquellas personas que emprenden por necesidad, personas quienes por el destino llegaron a realizar un emprendimiento, por lo que son ellos quienes han tenido que esforzarse por transformarse, adquiriendo las actitudes, aptitudes y comportamientos propios de un emprendedor.

Por otro lado, se puede conceptualizar al emprendedor como un sujeto que está dispuesto a adquirir riesgo, a afrontar la incertidumbre, una persona que no le teme a los cambios que pueda sufrir el entorno, es una persona que está dispuesta a poner en juego todo lo que posee por sacar adelante su deseo de establecer un emprendimiento en su propio negocio.

En resumen, el emprendedor es una persona que está dispuesta a enfrentar la incertidumbre de un mundo globalizado, asumiendo riesgo para concretar sus propósitos y cumplir sus metas, además puede ser una persona que nace con características propias que lo convierten en emprendedor como también puede ser una persona que ha adquirido capacidades y actitudes a lo largo de su vida, lo cual lo ha convertido en un emprendedor exitoso sin la necesidad de traer consigo al momento de su nacimiento estas condicionantes.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Junto a esto, se puede decir que el emprendedor debe ser una persona innovadora, que sea capaz de buscar sus propias alternativas para crear nuevos productos, servicios o procesos, que satisfagan la necesidad de la población y/o del mercado.

### 1.1.1 Comportamientos de un Emprendedor

El que un individuo sea o se transforme en Emprendedor no sólo requiere de ciertas características específicas para poder desarrollar un cierto proyecto, sino que es necesario que tenga ciertos comportamientos, los cuales facilitarán el éxito de dicho emprendimiento. Así McClelland(Ogliastri, 2012), lo plantea en uno de sus estudios más conocidos estableciendo una lista con diez comportamientos esenciales para que un emprendedor tenga el éxito que espera en su proyecto productivo, siendo estos:

**Tabla 1: Comportamientos esenciales para obtener éxito en un Emprendimiento**

1 <b>Búsqueda de oportunidades e iniciativa</b>	2 <b>Fijación de metas</b>
3 <b>Persistencia</b>	4 Búsqueda de información
5 <b>Cumplimiento de los compromisos</b>	6 Planificación y seguimiento sistemático
7 <b>Exigencia de calidad y eficiencia</b>	8 Persuasión y redes de apoyo
9 <b>Toma de riesgos calculados</b>	10 Independencia y autoconfianza.

Fuente: McClelland (2012), tabla elaboración propia.

Al analizar esta lista, se puede identificar claramente que son comportamientos necesarios que debe tener un emprendedor, pues como lo mencionamos antes, si no existen oportunidades e iniciativa para emprendedor no podría existir el emprendedor, por otro lado, este individuo debe tomar riesgos para establecer su proyecto, lo que lo puede llevar a fracasar una y otra vez, es aquí donde la persistencia y autoconfianza entran en acción en donde gracias a estas actitudes, un emprendedor puede levantarse una y otra vez hasta lograr obtener el éxito deseado.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Por otro lado, *Bóveda (2004)* también plantea ciertos comportamientos que debe tener un emprendedor en relación al éxito de su emprendimiento, siendo estas:

**Tabla 2: Comportamientos esenciales para obtener éxito en un emprendimiento según Juan Ángel Bóveda**

1	<b>Buscar descubrir o encontrar nuevas informaciones</b>	6	<b>Desarrollar cronogramas y metas</b>
2	<b>Traducir estas informaciones en nuevos mercados, técnicas o bienes</b>	7	Definir responsabilidades de administración
3	<b>Buscar y descubrir oportunidades</b>	8	Desarrollar el sistema motivacional de la empresa
4	<b>Evaluarlas</b>	9	Generar liderazgo para el grupo de trabajo
5	<b>Conseguir recursos financieros necesarios para la empresa</b>	10	Definir incertezas o riesgos

Fuente: Bóveda (2004)

Si se analizan las posturas de McClelland y de Bóveda, se puede identificar que ambos autores coinciden en más de un comportamiento, siendo éstos la constante búsqueda de oportunidades, que es necesaria para la creación de un emprendimiento, la búsqueda de información para así ir desarrollando innovación tanto en los productos o servicios como en la gestión del negocio, desarrollo de metas y la contemplación de los riesgos que se afrontan al momento de poner en marcha un proyecto de emprendimiento.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## 1.1.2 Categorización de emprendedores

Existen diferentes formas de categorizar un emprendedor, estas pueden ser según la actividad en la cual está basado su emprendimiento y otra es según la motivación que tuvo para realizar su emprendimiento. A continuación se describen ambas categorías.

**1.1.2.1. Según Motivación:** existen diversas causas que pueden llevar a un individuo emprender su propio negocio, sin embargo existen dos causas principales de emprendimiento que son:

- *Por oportunidad*, en donde el individuo visualiza una necesidad no cubierta por alguna empresa o entidad, y la percibe como oportunidad de negocio dentro de un mercado y apuntando a un sector industrial específico, en donde además cree poder cubrir dicha necesidad y obtener beneficios de ello.
- *Por necesidad*, en donde en la mayoría de los casos el individuo que emprende un negocio, su motivación es a causa de algún tipo de crisis económica o social, lo que lo lleva al desempleo y por ende no encuentran otra alternativa para su subsistencia personal más que la de crear un negocio para generar ingresos. Este tipo de emprendimiento se asocia a individuos que poseen un bajo nivel educativo, y cuyo proyecto requiere de una baja inversión inicial por lo que sus rendimientos también son bajos, siendo su cliente final el público en general. Según De Soto, plantea que “*Estos empresarios de supervivencia no son negativos para un país, pero suelen ser temporales, sus negocios no crean gran valor añadido, ni se orientan a un alto crecimiento, y el contexto del nivel de desarrollo es otra limitante*”(Schnarch, 2012) lo que concuerda rotundamente con lo planteado anteriormente, pues los emprendedores al no tener un nivel base de educación acorde al negocio que pretenden crear, es fácil que la sobrevivencia del proyecto sea temporal, en donde muchos de estos tipo de emprendimientos no alcanzan los 2 años de vida.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**1.1.2.2 Según Actividad:** esta clasificación está dada según la actividad económica contemplada para realizar el emprendimiento, en donde podemos encontrar:

- *Base científico-tecnológica*, sus emprendedores poseen una sólida formación académica, basada en disciplinas científicas o del ámbito de la ingeniería, fundando proyectos en biotecnología, nanotecnología, meteorología, agricultura de precisión software entre otros.
- *Del mundo digital*, abarca a todos aquellos emprendedores que desarrollan proyectos orientados a Internet, Software, aplicaciones para celulares y tablets, desarrollo de videojuegos, entre otros.
- *Creativos*, este tipo de emprendedor basa sus proyectos en el diseño, la moda, el cine, teatro, etc. En donde el foco es el producto y su diferenciación con otros bienes.
- *De consultoría*, este tipo de emprendedor, posee una vasta formación académica y con la suficiente experiencia en el mercado en diversas disciplinas como derecho, contabilidad, ingeniería industrial, ingeniería medioambiental, software, calidad, entre muchas otras.
- *Gastronómicos*, los emprendedores que se aventuran en este tipo de proyectos, requieren de una inversión inicial mucho más elevada que la de cualquier otro sector industrial, esto se debe a que para estos proyectos es necesario desembolsar recursos para cubrir los costos fijos los cuales son muy altos.
- *De Agro-negocios*, los emprendedores de estos proyectos, basan su atención en una actividad que posee una creciente rentabilidad y aplicación del conocimiento y la innovación aplicada a la agronomía, la actividad silvo-agropecuaria y acuícola, entre otros.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 1.1.3 El Emprendedor Chileno

En base al estudio realizado por *Amorós* (2013), existe una serie de elementos fundamentales para caracterizar al emprendedor chileno lo que se basa principalmente en la edad, escolaridad, motivación, sector económico, creación de empleo, y nivel de ingresos, los cuales son descritos a continuación:

- **Edad:** en la etapa inicial del emprendedor, la edad promedio es de 37,4 años, en cambio que para los emprendedores que ya se encuentran establecidos la edad promedio es de 46,2 años.
- **Escolaridad:** para las etapas iniciales de los emprendedores se ha estimado que el 62% posee niveles educacionales mayores a la educación obligatoria, es decir, más allá de la educación Media.
- **Motivación:** la motivación para emprender fue una oportunidad según el 80% de emprendedores iniciales y el 20% restante lo hizo por necesidad.
- **Sector Económico:** tanto en los emprendedores iniciales como en los establecidos más del 55% de éstos se encuentran inmersos en el sector de servicio al consumidor.
- **Creación de Empleo:** en cuanto a la contratación de trabajadores en los próximos 5 años, un 54,3% de los emprendedores iniciales y un 46,2% de los emprendedores establecidos esperan contratar de 1 a 5 trabajadores en el plazo mencionado anteriormente.
- **Nivel de Ingresos:** más del 50% de los emprendedores iniciales pertenecen a los estratos socioeconómicos C2 y C3 del país.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## 1.2 ¿Qué se entiende por Pymes?

Por otro lado, en el mundo actual con la evolución que han tenido diversas economías de diferentes países, junto a la globalización y la limitada oferta de empleo existente, es que gran parte de las nuevas generaciones se ha visto forzada a buscar su propio emprendimiento para subsistir, llevando a crear las pymes que son indispensables dentro de la economía de un país, pues permiten el desarrollo de éste, desplegando una gran fuerza en la generación de empleo y su aportación al PIB nacional es realmente significativa.

Es por esto, que al analizar la actividad económica por la que se encuentra conformado un país, de inmediato se vislumbra la existencia de empresas de diversa envergadura una de otra, las cuales no se encuentran aglomeradas solo en un sector industrial, sino más bien se encuentran dispersas en cada una de las diferentes actividades económicas que se desarrollan dentro de un país, región, provincia o comuna; por lo que no existe un patrón que defina que para tal o cual sector industrial debiera operar un tamaño específico de empresa.

En lo que a la definición de esta sigla respecta, se entiende que el concepto Pymes comprende a todas las Micro, Pequeñas y Medianas empresas que operan dentro de un mercado, las cuales ya pasaron la etapa de despegue del emprendimiento para consolidarse como una empresa (ya sea micro, pequeña, mediana o grande), la cual se explica como una entidad económica que produce bienes y Servicios para satisfacer las necesidades humanas y que busca el lucro para sobrevivir dentro de un mercado, haciendo uso de los factores productivos (mano de obra, tierra y capital).



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Entendiendo esta definición de empresa, se pueden clasificar en Micro, Pequeña, Mediana o Grande, en donde dicha clasificación va a depender del organismo que clasifique y de la variable a utilizar para tal categorización, en donde lo más común es el nivel de ventas y el número de trabajadores.

La Ley 20.416 (REPUBLICA DE CHILE, Ministerio de Economía Fomento y Reconstrucción) de la Constitución política de Chile estipula una clasificación de las empresas por su volumen de venta tal como se describe a continuación:

**Tabla 3: Clasificación de las Empresas por volumen de Venta según Ley 20.416**

<b>Tipo de Empresa</b>	<b>Ingresos Anuales por ventas y .servicios</b>
<b>Micro Empresas</b>	Menores 2.400 U.F.
<b>Pequeñas Empresas</b>	2.400 a 25.000 U.F.
<b>Medianas Empresas</b>	25.000 y 100.000 U.F.

Fuente: Ley 20.416.

Los ingresos anuales por ventas y Servicios del Giro son determinados en base al monto total percibidos durante el último año calendario, a lo cual se será descontado el IVA (Impuesto al Valor Agregado) y aquellos Impuestos Específicos que se le pudieran aplicar según la actividad económica o giro en el cual opera la empresa. Por otro lado, en el caso de que la empresa no posea un año de antigüedad, se tomará en consideración los meses<sup>1</sup> en que el contribuyente hubiera desarrollado sus actividades comerciales.

<sup>1</sup> Se considerarán como meses completos aquellos en donde se hayan realizado ventas una cantidad menor a 30 días.





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Por otro lado, según la Ley 20.416 para efectos laborales, el otro método de clasificación de las PYMES es a través del número de trabajadores que posee clasificándose en:

**Tabla 4: Clasificación empresas por número de trabajadores**

<b>Tipo de Empresa</b>	<b>Número de trabajadores contratados</b>
<b>Micro Empresa</b>	1-9
<b>Pequeña Empresa</b>	10-49
<b>Mediana Empresa</b>	50- 199

Fuente: Ley 20.416

Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de Chile se encuentran reguladas por distintos sectores del Gobierno como el Servicio de Impuestos Internos (SII) quien depende directamente del Ministerio de Hacienda, así el SII se encarga de regular la *“aplicación y fiscalización de todos los impuestos actualmente establecidos o que se establecieron, fiscales o de otro carácter en que tenga interés el Fisco”*<sup>2</sup>.

Así como se clasifican las Pymes a nivel nacional, del mismo modo se hace a nivel internacional, en donde organismos como la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y la Small Business Administration (EUA) hacen su propia categorización de Pymes en base al N° de empleados con que cuenta una empresa, tal como se muestra en la siguiente tabla:

<sup>2</sup>Según lo establecido en el Decreto con Fuerza de Ley N° 7, de Hacienda, de 30 de Septiembre de 1980.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**Tabla 5: Clasificación de las Pymes según el N° de trabajadores con los que cuenta la empresa**

<b>Tramo</b>	<b>N° de trabajadores</b>
<i>Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos de Francia (INSEE)</i>	
<b>Artisanal</b>	1 a 10 trabajadores
<b>Muy Pequeña</b>	10-50 trabajadores
<b>Pequeña</b>	50 a 250 trabajadores
<b>Mediana</b>	250 a 1000 trabajadores
<i>Small Business Administrations (EUA)</i>	
<b>Pequeña</b>	1 a 250 trabajadores
<b>Mediana</b>	250 a 500 trabajadores
<i>Comisión Económica para América Latina (CEPAL)</i>	
<b>Pequeña</b>	5 a 49 trabajadores
<b>Mediana</b>	50 a 250 trabajadores

FUENTE: Rodríguez (2000)

Tal y como se menciona anteriormente, existen diversas formas para clasificar las empresas en pequeñas, micro y medianas, tanto a nivel nacional como internacional, sin embargo, independientemente del tipo de clasificación sea esta por número de empleados o ventas anuales, las Pymes al igual que los emprendedores presentan características representativas, las cuales son definidas por Juan Ángel Bóveda (V., El emprendedor y las Pequeñas Empresas, 2004), siendo las principales:

- a) *Propietario y administración interdependiente*: esto implica que tanto el dueño como la empresa se confunden, puesto que generalmente utilizan el mismo nombre, rol único tributario, misma cuenta bancaria o la misma dirección; por lo que no existe una clara separación de las actividades empresariales con las actividades personales del propietario.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- b) *No domina el sector donde opera:* pues su actividad económica está basada simplemente en una pequeña rama del sector industrial en el que opera, no obteniendo así la dominación de dicho mercado.
  
- c) *Estructura organizacional simple:* lo que se debe a que estas pequeñas, micro y medianas empresas generalmente se dedican a la elaboración de bienes y servicios, operando con un bajo número de empleados siendo estos menor a 200, lo que permite tener una forma de organización empresarial simple, en donde predomina un bajo nivel jerárquico, una gran concentración de autoridad y una comunicación directa entre jefe y subordinados.
  
- d) *Menor intensidad de trabajo con relación a las grandes empresas:* lo que se debe fundamentalmente a la carencia de tecnologías que utilizan estas Pymes en comparación con la tecnología utilizada por las grandes compañías en donde se utiliza la producción a través de maquinarias reduciendo la mano de obra a un nivel mínimo, en donde lo contrario sucede con las micro, pequeñas y medianas empresas en donde se necesita de una intensa mano de obra para realizar los trabajos, debido al alto costo que implica obtener cierta tecnología acorde al negocio que se realiza.

Como se puede apreciar existen diversas características que identifican a las Pymes, lo cual sin lugar a dudas marca claramente la diferencia entre una Pyme y una gran empresa. Es por esto que autoridades de Chile han trabajado intensamente para hacer más fácil la tarea de crear una Pyme, en donde han estipulado y enviado proyectos de Ley al Congreso Nacional para fomentar la creación de Pymes y así indirectamente, éstas puedan ayudar al impulso de la economía del país, aportando al PIB nacional y abriendo nuevos empleos para la población.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Entre las facilidades y proyectos de Ley que se han impulsado se encuentra la aprobación de la Ley 20.494, la cual fue aprobada en Enero del 2011 en donde su objetivo radica en facilitar y agilizar la constitución y funcionamiento de nuevas empresas, a través de una serie de medidas que deben adoptar los organismos reguladores como por ejemplo:

- La reducción del costo y tiempo de constitución de empresa como persona jurídica, al disminuir los costos de publicación en el diario oficial y facilitar el trámite mismo de publicación.
- Reducción del tiempo de espera para el timbraje de documentos tributarios en el SII, al optar por facturación electrónica.
- Reducción del tiempo de espera a nivel municipal frente a la solicitud de una patente municipal.<sup>3</sup>

### 1.3 Conceptualización Fuentes de Financiamiento

Muchas veces, los emprendedores cuentan con todas las actitudes y aptitudes necesarias para poner en marcha un proyecto de emprendimiento, sin embargo, aparece la gran traba por la cual muchos proyectos de emprendimientos sólo quedan plasmados en el papel o la mente de sus creadores, y es el tema del financiamiento y acceso a recursos financieros, lo que provoca que muchos emprendedores deserten de su idea, debido a la falta de recursos que les limita solventar sus inversiones, capital de trabajo, gastos y cualquier otro factor asociado al crecimiento y puesta en marcha de su proyecto.

Es por esta razón que la búsqueda de financiamiento resulta uno de los pasos más importantes y difícil de conseguir para poder realizar un proyecto de negocio, pues muchas veces se recurre a redes de familiares o amigos a quienes se les solicita un tipo de “préstamo” para concretar su proyecto, otras veces se recurre a Organismos Financiadores

---

<sup>3</sup> Según presentación realizada por el Gobierno de Chile a través del Ministerio de Economía, en donde se explica la aprobación de dicha Ley.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

los cuales a través de ciertas líneas de apoyo entregan un aporte realmente significativo tanto para las pymes como para emprendedores.

Es por esto, que el Estatuto Pyme<sup>4</sup>, en la Ley 20.416 plantea que el rol del Ministerio de Economía es “*Impulsar el Desarrollo de las empresas de menor tamaño y facilitarles la utilización de los instrumentos de fomento dispuestos por los órganos del Estado*”(Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2010).

Para lograr estos objetivos planteados es que se crea una División EMT (Empresas de Menor Tamaño) dentro de la Subsecretaría de Economía y se crea un Consejo Consultivo Público-Privado de las EMT. Éste último, es presidido por el Ministerio de Economía del País y en él participan instituciones Públicas, representantes de Confederaciones Gremiales, una Asociación Exportadora, una entidad académica, una Entidad Municipal, una ONG y del Consejo de Innovación.

Dentro del marco nacional últimamente se ha incentivado con gran énfasis el espíritu emprendedor, puesto que existen muchas entidades tanto Gubernamentales como no gubernamentales, fundaciones, entidades universitarias especialmente en Escuelas de Negocios y otros, que promueven este tipo de actividad para así dar solución a una serie de conflictos económicos y sociales. En donde para poder entregar recursos tanto a emprendedores como empresarios de Pymes, es necesario tener en cuenta que el Estado dispone de estos Organismos financiadores para ser el nexo de conexión entre el Gobierno y Pymes.

Estos nexos corresponden a las principales instituciones de carácter público como CORFO, FOSIS, INDAP, SERCOTEC, entre otras que se describen a continuación.

---

<sup>4</sup> Cuerpo Legal que considera las diferencias de tamaño entre empresas chilenas y diseña una normativa apropiada a las EMT.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 1.3.1 CORFO

Es la Corporación de Fomento de la Producción, un organismo que se encarga de ejecutar las políticas gubernamentales en el ámbito del emprendimiento y la innovación, todo esto a través de herramientas e instrumentos compatibles con los lineamientos centrales de una economía social de mercado. (Corfo) Para lograr esto, entrega una serie de herramientas para que así las empresas puedan competir dentro de los mercados encontrándose entre estas herramientas el Crédito CORFO MyYPE y Apoyo a la Innovación y Emprendimiento Social.

### 1.3.2 Sercotec

Es el Servicio de Cooperación Técnica, una Corporación de Derecho Privado que depende del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (Sercotec, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo). El objetivo de esta Institución es *“Promover y apoyar las iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micros y pequeñas empresas y fortalecer el desarrollo de la capacidad de gestión de sus empresarios.”* (Misión), para realizar esto es que cuenta con varias herramientas que apoyan a emprendedores y pymes, en donde se encuentran diversos fondos concursables como: Capital Abeja Línea 1, Capital Abeja Línea 2, Capital Semilla Emprendimiento Línea 1, Capital Semilla Emprendimiento, Capital Abeja Empresa, Capital Semilla Empresa, Iniciativas de Desarrollo de Mercado entre otras.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 1.3.3 Innova Biobío

Es el Comité Fondo de Innovación Tecnológica de la Región del Biobío, es una entidad que nace producto de un convenio entre el Gobierno Regional de Biobío, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y CORFO (Innovabiobio), cuyo objetivo se orienta a *“promover la innovación, la transferencia de conocimiento y capacidad tecnológicas de emprendedores y empresarios de la Región del Biobío.”* para el logro de este objetivo, esta entidad cuenta con instrumentos de cofinanciamiento basadas en tres áreas que contemplan las diferentes etapas del ciclo innovador (emprendimiento, transferencia de conocimiento e innovación empresarial.), dentro de estas herramientas encontramos Convocatoria de Innovación en Turismo, Habilitantes para la Pyme, Capital para emprendimiento innovador, entre otros.

### 1.3.4 Fosis

Fondo de Solidaridad e Inversión Social, es un Servicio perteneciente al Gobierno de Chile que se relaciona con la Presidencia mediante el Ministerio de Desarrollo Social.(Fosis), cuyo objetivo es *“trabajar con sentido de urgencia por erradicar la pobreza y disminuir la vulnerabilidad en Chile”*. Para lograr esto, el Fosis apoya a personas en situación de pobreza quienes buscan mejorar su condición de pobreza (emprendimiento por necesidad), por lo que implementa programas que contemplan tres ámbitos: el emprendimiento, el trabajo y la habilitación social, en donde entre los instrumentos que proporciona destacan: *Ámbito Emprendimiento, IDEAS Negocios Inclusivos y Fortalecimiento de Asociaciones Mypes.*



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 1.3.5 Indap

Instituto de Desarrollo Agropecuario, perteneciente al Ministerio de Agricultura de Chile, el cual es el principal servicio del Estado que entrega apoyo a la agricultura familiar campesina su objetivo es *“fomentar y apoyar el desarrollo productivo y sustentable de un determinado sector de la agricultura chilena: la pequeña agricultura, conformada por campesinas/os, pequeñas/os productoras/es y sus familias”*(Indap)

Es necesario que todo empresario tenga conocimiento de estos instrumentos y con ello aprenda a elegirlos según sus ventajas y desventajas, para cada emprendimiento. En cuanto a las entidades privadas que entregan apoyo a las Pymes, se puede mencionar que las principales instituciones que otorgan servicios financieros son los bancos, las cooperativas de ahorro y crédito, y las fundaciones en donde dentro de este grupo destacan:

### 1.3.6 Bancos

Aquí se encuentran una serie de entidades bancarias, las cuales se encargan de ofrecer diversas alternativas de financiamiento tanto para el micro, pequeño y mediano empresario, en donde la principal herramienta es la entrega de Créditos, en donde mediante una previa evaluación del proyecto propuesto, en donde se analiza si el proyecto cuenta con algún tipo de tendencia a permanecer en el tiempo y si el proyecto presenta una buena estimación de sus ingresos futuros. Dentro de estas entidades bancarias se encuentran el Banco Santander, Banco de Chile, Banco Estado, Banco Bci, entre otros.





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 1.3.7 Fondo Esperanza

Institución de desarrollo Social, sin fines de lucro, cuyo objetivo es *“apoyar el emprendimiento de mujeres y hombres emprendedores de sectores vulnerables a través de servicios micro-financieros, capacitación y promoción de redes de apoyo con el objetivo de aportar al mejoramiento de sus condiciones de vida, la de sus familias y comunidades”* (Fondo Esperanza)es decir, impulsa la superación de la pobreza a través de la entrega de microcréditos y educación emprendedora.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

# ***CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES PYMES Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO***

---



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## **CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES PYMES Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

Las empresas en general, presentan un comportamiento susceptible frente a los cambios que se presenten tanto en el entorno micro como macro, lo que se presenta como una constante amenaza para la creación y viabilidad de una empresa, por lo que el emprendedor deberá estar atento ante cualquier cambio en el entorno, en donde éste deberá contar con las aptitudes necesarias para poder afrontar las diversas barreras que le toque enfrentar en el camino de la realización de su propio negocio. Es debido a esto, que el propietario del negocio deberá saber sobrellevar estos problemas, ya que si no lo hace, el rumbo de su empresa podrá tomar dos caminos; en el primero la empresa podrá tener éxito y crecer hasta lograr consolidarse a través del tiempo, y en el peor de los escenarios la empresa podría fracasar y desaparecer del mercado si no se sabe guiar la organización, siendo esta una de las situaciones más recurrentes dentro del universo de las empresas de menor tamaño. Es debido a lo anterior, es que resulta fundamental que los empresarios y emprendedores comiencen a tener conciencia de lo importante que es capacitarse e instruirse en materia de negocios, pues gran parte de los emprendedores no poseen información acerca del manejo de una empresa.

En el presente capítulo, se entregarán y analizarán antecedentes de las Pequeñas, Micro y Medianas Empresas existentes tanto a nivel Nacional, Regional y de la comuna de Chillán, según información entregada por el Servicio de Impuestos Internos durante el periodo 2005-2011, además se hará una descripción de los distintos Organismos Financiadores que existen dentro del país.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

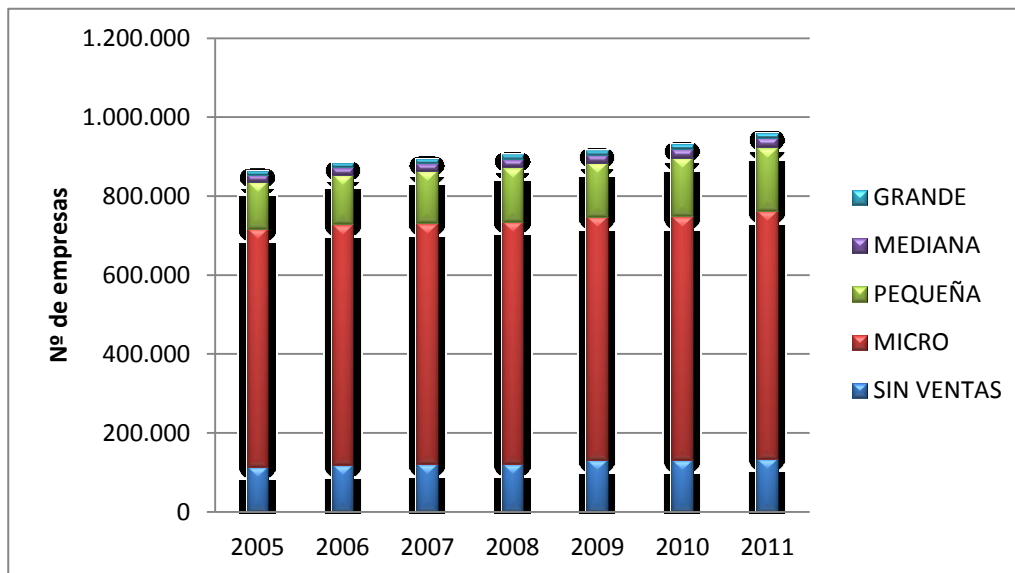
## 2.1 Pymes a nivel Nacional

En el último tiempo, se ha visto incrementado de manera favorable la creación de pequeñas y medianas empresas en el territorio nacional, lo que se explica por los esfuerzos realizados por el Gobierno, quien ha reconocido la importancia de estos actores para el desarrollo económico del país.

### 2.1.1 Por Número de Empresas

Para analizar las Pymes a nivel nacional por número de empresa, se ha realizado el presente gráfico con datos obtenidos del Servicio de Impuestos Internos (SII), en donde se ha determinado el total de empresas chilenas creadas hasta el año 2011.

**Gráfico 1: Evolución Empresas Chilenas durante el periodo 2005-2011**



Fuente: SII. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

En el gráfico 1, se puede apreciar que durante el periodo 2005-2011, existió una tendencia positiva en cuanto a la creación de empresas chilenas, pasando de un total de 864.249 empresas en el periodo 2005 hasta llegar al año 2011, en donde se registró un total de 960.652 empresas, siendo la cifra más alta del período 2005-2011, por lo que claramente se puede deducir que los esfuerzos que ha realizado el gobierno en crear Políticas Públicas que impulsen el emprendimiento y la creación de nuevas empresas ha dado sus frutos.

Por otro lado, es necesario mencionar que el total de empresas se encuentra conformado por entidades sin ventas, entidades micro, pequeñas, medianas y grandes, según la clasificación expuesta en la Ley 20.416.

Sin embargo, el mayor alza en la creación de empresas se presentó durante el año 2011, en donde del total de empresas existentes en este periodo, un 65% correspondía a microempresas, seguida por un 17% correspondiente a pequeñas empresas, delegando a un tercer lugar las empresas sin venta con un 14%. Esta información proporcionó antecedentes de suma importancia para el gobierno, pues gracias a esto es que para el año 2012 las autoridades del país denominaron al periodo como el año del Emprendimiento, dando facilidades a todo aquel que quisiera formar su propio negocio y para el año 2013 lo han definido como el año de la innovación creando políticas acordes a fomentar la innovación dentro de las empresas del país.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**Tabla 6: Variación en la Creación de Empresas periodo 2005-2011**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	N°	N°	N°	N°	N°	N°	N°
	Empresas	Empresas	Empresas	Empresas	Empresas	Empresas	Empresas
<b>MICRO</b>	602.054	609.551	610.423	614.815	614.387	616.844	627.310
<i>Variación</i>		7.497	872	4.392	-428	2.457	10.466
<i>Variación %</i>		1,25%	0,14%	0,72%	-0,07%	0,40%	1,70%
<b>PEQUEÑA</b>	119.833	125.496	132.049	137.156	137.683	148.910	160.944
<i>Variación</i>		5.663	6.553	5.107	527	11.227	12.034
<i>Variación %</i>		4,73%	5,22%	3,87%	0,38%	8,15%	8,08%
<b>MEDIANA</b>	17.434	18.318	19.597	20.667	20.206	22.161	23.939
<i>Variación</i>		884	1.279	1.070	-461	1.955	1.778
<i>Variación %</i>		5,07%	6,98%	5,46%	-2,23%	9,68%	8,02%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>864.249</b>	<b>882.929</b>	<b>894.328</b>	<b>905.215</b>	<b>915.899</b>	<b>931.925</b>	<b>960.652</b>

Fuente: SII. Tabla elaboración Propia

Micro empresas: la mayor variación presentada en la creación de empresas pertenecientes a este tramo, se visualizó en el periodo 2011, en donde se presenta un claro incremento de 10.466 empresas correspondientes a un 1,7% con respecto al año anterior. En cuanto a la principal baja en la creación de empresas de este tipo se presentó en el año 2009, periodo en el cual las microempresas disminuyeron en 428, correspondiendo a una baja del -0,07% con respecto al periodo anterior.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Pequeñas empresas: este tramo, presento su mayor alza durante el periodo 2010, en donde presento un aumento de un 8,15%, correspondiendo a la creación de 11.227 nuevas empresas para dicho periodo.

Mediana Empresa: este tramo, al igual que las pequeñas empresas, presentó su mayor alza durante el año 2010 y 2011, periodos en los cuales se visualizó un aumento del 9,68% y 8,02% correspondiendo a 1.955 y 1.778 nuevas entidades respectivamente, presentando una clara recuperación con respecto al año 2009, período en el cual se presenta una baja del 461 empresas correspondiendo al -2,23% con respecto al periodo anterior.

A modo general, se puede decir que las principales bajas en el número de empresas tanto a nivel micro como medianas, se presentaron durante el año 2009, periodo en el cual se pudieron ver afectadas dichas entidades por la crisis financiera que se desató durante el periodo 2008 y que tuvo sus repercusiones para el país en el año 2009. Sin embargo, las pequeñas empresas no vieron afectado el número de empresas correspondiente a este tramo por tal acontecimiento, puesto que para tal periodo presento una pequeña alza de 0,38%, correspondiendo a la creación de 527 nuevas empresas.

Esto explica claramente el ferviente interés que ha tenido el gobierno por crear políticas públicas que beneficien a estas empresas, quienes por sí solas forman parte de más del 50% del universo de empresas existentes en el país.

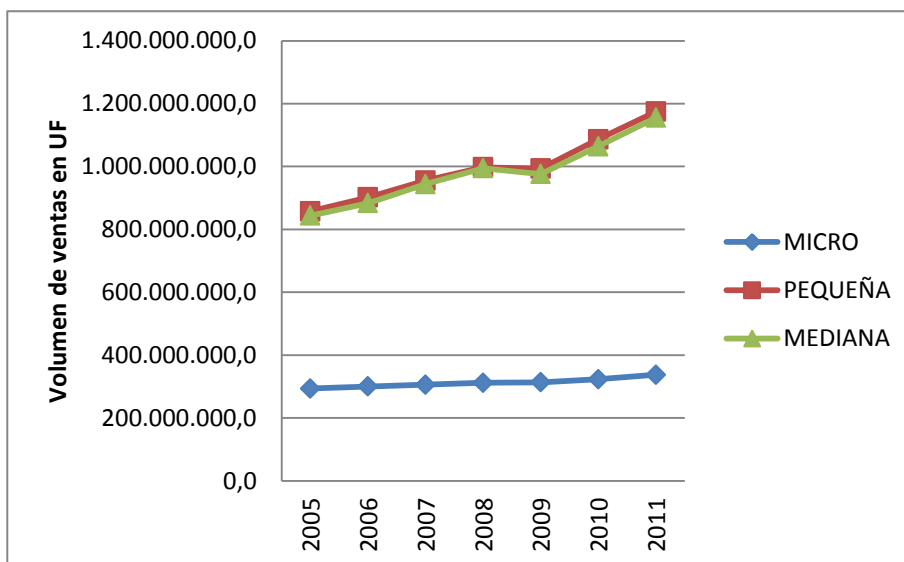


UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

2.1.2 Por volumen de ventas

Para realizar un análisis más completo acerca de la evolución que han tenido las Pymes en el país, es necesario indagar junto con el número de empresas el volumen de ventas que éstas han presentado en los distintos tramos durante el periodo 2005-2011.

**Gráfico 2: Tendencia del volumen de ventas periodo 2005-2011**



Fuente: SII. Elaboración Propia

Como se puede apreciar en la figura 3, la tendencia del volumen de ventas tanto de las Micro como de las Pequeñas y Medianas Empresas, se ha mostrado positiva durante el periodo 2005-2011, destacándose claramente un alza más notoria en las Pequeñas y Medianas empresas, quienes pasaron de tener 857.748.677,8 UF y 844.158.371,2 UF respectivamente en el año 2005, hasta lograr los 1.174.715.115,5 UF y 1.155.616.677,9 UF durante el año 2011, lo que equivale a un aumento del 36,95% y del 36,9% respectivamente.

Por otro lado, las Microempresas también presentaron una tendencia positiva en cuanto al crecimiento del volumen de Ventas desde el año 2005 hasta el año 2011, aunque esta tendencia no ha sido tan marcada como la tendencia de las Medianas y Pequeñas





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

empresas. Este tramo, durante el año 2005 presento un volumen de 293.859.770.1 UF para así en el año 2011 obtener un crecimiento acumulado de 14,81% cuyo monto total de ventas en UF fue de 337.388.618,4, dejando ver que este tramo no alcanzo a llegar al 50% del crecimiento que habían obtenido las Pequeñas y Medianas Empresas.

En cuanto a las variaciones porcentuales de los volúmenes de ventas anuales por cada tramo durante el periodo 2005-2011 se muestran en la tabla 2.

**Tabla 7: Variación % del volumen de ventas por tamaño de empresas periodo 2005-2011**

		Volumen de ventas en UF					
		2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>MICRO</b>	<b>Variación %</b>	2,23%	1,82%	1,94%	0,53%	3,05%	4,45%
<b>PEQUEÑA</b>	<b>Variación %</b>	5,16%	5,90%	4,43%	-0,40%	9,37%	8,11%
<b>MEDIANA</b>	<b>Variación %</b>	4,67%	6,84%	5,35%	-1,85%	9,04%	8,57%

Fuente: SII. Elaboración Propia

Microempresa: la mayor alza en el volumen de ventas se presento durante el año 2011, periodo en el cual se exhibió un crecimiento del 4,45% con respecto al año anterior correspondiendo a un aumento en las ventas de 14.376.634,3 UF.

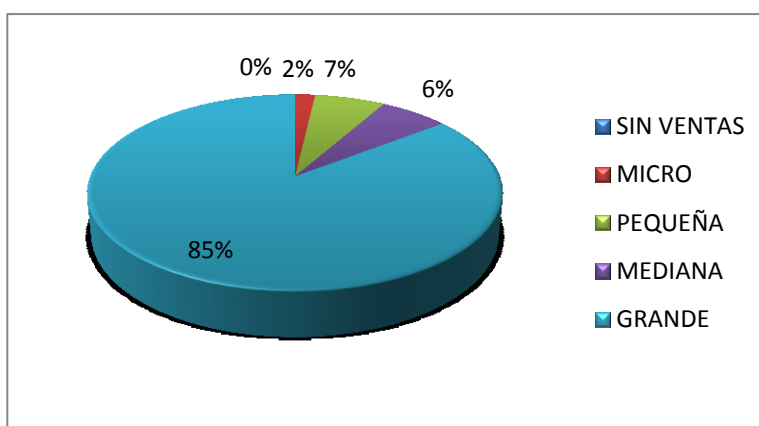
Pequeña empresa: en este tramo, el mayor volumen de ventas se registró durante el año 2010, periodo en el cual se mostró una recuperación del 9,37% correspondiendo a 93.092.496,3 UF con respecto al año anterior, donde se había presentado una baja en el volumen de ventas de -0,4% cuyo equivalente eran -3.985.472,2 UF; claramente este tramo vio afectado su volumen de ventas debido a la crisis financiera mundial que se presenta en el año 2008.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Mediana Empresa: la mayor alza presentada en este tramo se efectuó durante el periodo 2010, presentando un crecimiento en el volumen de ventas de un 9,04% con respecto al año anterior correspondiendo a 88.256.628,9 UF. Por otro lado, la mayor baja se dio en el año 2009 con un -1,85% equivaliendo a -18.366.470,6 UF viéndose afectado al igual que el grupo de las pequeñas empresas por la crisis financiera mundial del año 2008.

**Gráfico 3: Composición empresas por volumen de ventas al año 2011**



Fuente: SII. Elaboración Propia

Finalmente en la figura 3, se muestra la composición del volumen de ventas al año 2011, en donde el 85% corresponde al tramo de las Grandes Empresas, un 7% a las Pequeñas Empresas y sólo un 6% a las Medianas Empresas

### 2.1.3 Por aportación al Empleo

En la economía nacional, uno de los ejes de vital importancia para el surgimiento del país radica en la Pymes, especialmente en el ámbito de la disponibilidad de empleo que genera, pues las micro, pequeñas y medianas empresas corresponden a pequeñas unidades económicas que entregan empleo a cerca del 80% de la población chilena.

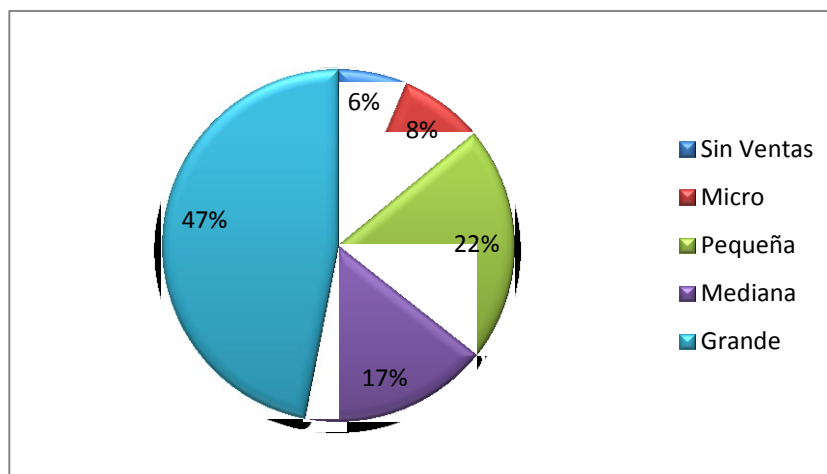


UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Es por esto, que un punto característico que diferencia a las Pymes de las grandes empresas, es el uso intensivo en mano de obra en el proceso productivo, debido a la limitante de acceso a tecnología, producto de la necesidad de elevados capitales, pues la adquisición de maquinaria especializada resulta un costo elevado, lo cual estas empresas no pueden solventar si no es a través de un crédito o simplemente un aporte financiero realizado por alguna institución gubernamental bajo previo análisis de los flujos futuros del negocio y un plan de negocio que describa a la empresa en cuestión.

Para analizar la participación de las Pymes en la generación de empleo es que en el gráfico 4 se muestra el aporte porcentual de las diferentes empresas.

**Gráfico 4: Participación promedio de las empresas en la generación de empleo durante el periodo 2005-2011**



Fuente: SII. Elaboración Propia

En el gráfico 5, se puede apreciar la participación promedio en cuanto lo que a generación de empleo respecta, pues claramente a nivel nacional las grandes empresas son quienes proporcionan trabajo a cerca del 47%% del total de personas laboralmente activas, quedando el otro 47% restante en manos de las Pymes y un 6% en aquellas empresas que no presentaron ventas durante los periodos analizados. Sin embargo, es destacable hacer



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

mención que del 47% de las Pymes un 22% y un 17% pertenecen a pequeñas y medianas empresas respectivamente, lo que sin duda no es menor, tomando en cuenta los bajos volúmenes de ventas que este tipo de empresas genera anualmente.

Ahora bien, en cuanto a la variación anual en la generación de empleo por tamaño de empresa se puede apreciar en la tabla 3, en donde claramente el mayor aumento en la generación de empleo lo mostró el tramo de las grandes empresas, en donde aumento casi al doble desde el año 2005 al 2011, lo que podría estar respaldado principalmente por la inversión directa extranjera realizada por empresas foráneas dentro del país. Por otro lado, es preciso hacer mención al bajo nivel de empleabilidad entregado por el sector de las microempresas, las cuales a nivel general sólo generan empleo a integrantes del núcleo familiar del dueño del negocio, siendo éstos no más de 3 personas como máximo; además, al año 2011 se ha presentado una baja con respecto al periodo anterior, lo que puede tener una serie de causas siendo una de las más importantes los efectos causados por el terremoto del 27 de febrero del 2010, en donde las microempresas fueron el segmento más afectado, ya que gran parte de estas empresas resultaron damnificadas por los daños que enfrentaron ante este acto de la naturaleza, quedando a la deriva y junto a ellos los trabajadores que empleaban, los cuales no pudieron seguir dándoles empleo ya que debían solventar los costos de reparación de sus negocios.

**Tabla 8: Comportamiento en el Número de Trabajadores empleados durante el periodo 2005-2011**

	Número de Trabajadores Dependientes Informados						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Sin ventas</b>	382.717	409.864	430.940	453.146	462.184	490.319	508.524
<b>Micro</b>	510.527	531.483	552.476	559.091	556.101	564.589	536.914
<b>Pequeña</b>	1.405.510	1.474.805	1.555.121	1.555.166	1.526.231	1.597.031	1.654.917
<b>Mediana</b>	1.058.383	1.155.428	1.241.759	1.292.203	1.211.968	1.289.179	1.399.086
<b>Grande</b>	2.601.167	2.889.192	3.272.273	3.531.328	3.325.324	3.625.149	4.082.529
<b>Total general</b>	<b>5.958.304</b>	<b>6.460.772</b>	<b>7.052.569</b>	<b>7.390.934</b>	<b>7.081.808</b>	<b>7.566.267</b>	<b>8.181.970</b>

Fuente: SII. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 2.1.4 Por regiones más importantes.

En los siguientes puntos se analizarán las empresas a nivel regional, enfocándose en aquellas regiones donde el número de empresas posee una alta participación en el total nacional, por lo que representa un alto grado de significancia para la economía del país.

El comportamiento de las empresa que conforman la base económica del país, ha mostrado una tendencia positiva en la creación de nuevas entidades empresariales que se ha generado durante el periodo 2005-2011, en donde al año 2005, existían alrededor de 864.249 empresas (distribuidas entre micro, pequeñas, medianas, grandes y sin ventas) hasta alcanzar las 960.652 empresas en el año 2011, obteniendo un crecimiento del 11% en comparación con el periodo 2005. Esta tendencia positiva se puede explicar por las diversas facilidades que ha generado el gobierno para impulsar la economía del país a través de la creación de empresas, y en parte por la serie de acuerdos internacionales que permiten que pequeños empresarios puedan atreverse a exportar sus bienes hacia otros mercados.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**Tabla 9: Tendencia Creación de empresas por región**

	<b>Nº DE EMPRESAS</b>	<b>VOLUMEN DE VENTAS</b>	<b>Nº DE TRABAJADORES</b>
<b>I Región de Tarapacá</b>	15.917	191.764.988,0	83.310
<b>II Región de Antofagasta</b>	25.626	365.892.553,9	147.461
<b>III Región de Atacama</b>	13.939	130.692.037,9	87.416
<b>IV Región de Coquimbo</b>	34.285	141.770.131,1	174.059
<b>V Región de Valparaíso</b>	93.382	884.685.606,7	503.948
<b>VI Región del Libertador General Bernardo O'Higgins</b>	47.791	313.912.487,2	313.937
<b>VII Región del Maule</b>	62.566	212.333.145,4	298.695
<b>VIII Región del Biobío</b>	94.025	606.773.550,3	532.079
<b>IX Región de la Araucanía</b>	44.439	153.315.384,6	195.916
<b>X Región de los Lagos</b>	44.663	322.636.360,1	262.570
<b>XI Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo</b>	6.493	24.877.082,6	25.690
<b>XIII Región Metropolitana</b>	380.059	11.356.935.963,5	4.290.110
<b>Sin Información</b>	2.186	1.828.335,8	756
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>907.885</b>	<b>14.884.188.393,3</b>	<b>7.098.946</b>

Fuente: SII. Elaboración Propia

En cuanto a la composición por regiones del país, se puede apreciar que la Región Metropolitana es quien ostenta una participación más que significativa dentro del país considerando las tres variables analizadas, pues aglomera en promedio a un total de 380.059 empresas durante el periodo 2005-2011, representando cerca de un 42,24% del total nacional, lo que no es menor, pues se considera que ésta Región es el principal polo y núcleo de actividad económica del país, concentrándose en ésta zona las principales empresas de gran tamaño, no obstante, la composición de la cartera de empresas por tramo en la región se presenta con la misma tendencia que a nivel nacional, en donde es liderada por las micro empresas las que representan un 59,32% aprox. del total de empresas, seguida por las pequeñas empresas y medianas, es por esto, que las Pymes que conforman esta región representan aproximadamente cerca del 80,12% de las empresas existentes.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Ahora bien, si se analiza el volumen de ventas de esta región, podemos decir que son las Grandes empresas quienes dan muestras de un mayor volumen presentando en promedio 9.527.185.925 UF durante un periodo de 7 años, el segundo lugar, queda relegado para las medianas empresas con un volumen promedio de 581.790.664 UF. Finalmente en lo que ha aportación al empleo respecta, es preciso mencionar que son las grandes empresas quienes mantienen ocupado a cerca de 2.505.255 trabajadores en promedio contra un 216.622, 661.563 y 655.913 pertenecientes a las micro, pequeñas y medianas empresas respectivamente.

Junto a lo anterior, si se analizan las otras dos variables restantes, se puede decir que la tendencia es la misma, en donde la delantera la lleva la Región Metropolitana seguida por la región del Biobío y la región de Valparaíso, en donde estas dos últimas regiones presentan un alto grado de actividad económica en el país, lo que se debe a la infraestructura marítima con la que cuenta cada región, permitiendo a empresas hacer envíos de sus bienes al extranjero disminuyendo los costos por concepto flete y transporte, además estas instalaciones portuarias permiten la generación de encadenamientos comerciales complementarias al servicio que entregan los puertos.

**Tabla 10: Variables Promedio Región Metropolitana y región de Valparaíso período 2005-2011**

	Región Metropolitana			Región de Valparaíso		
	Nº Empresas	Volumen de Ventas	Nº Trabajadores	Nº Empresas	Volumen de Ventas	Nº Trabajadores
<b>Sin ventas</b>	57.811	0	250.654	13.105	0	54.603
<b>Micro</b>	234.934	132.234.483	216.622	65.549	32.135.113	58.121
<b>Pequeña</b>	67.752	508.820.910	661.563	12.638	85.831.486	148.974
<b>Mediana</b>	12.137	581.790.664	655.913	1.526	62.139.011	96.101
<b>Grande</b>	7.256	9.527.185.925	2.505.255	565	69.634.652	146.149
<b>Totales por Región</b>	<b>380.059</b>	<b>11.356.935.964</b>	<b>4.290.110</b>	<b>93.382</b>	<b>884.685.607</b>	<b>503.948</b>

Fuente: SII. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Analizando la región de Valparaíso, se puede apreciar en la tabla n° 10 que esta región sigue la tendencia nacional en cuanto a lo que a N° de empresas respecta, sin embargo, en el volumen de ventas esta región se escapa de la norma, pues son las pequeñas empresas quienes lideran esta variable presentando un volumen promedio de 85.831.486 UF durante el periodo 2005-2011, por lo que se puede deducir que estas empresas han realizado grandes esfuerzos por generar buenas prácticas en marketing y/o publicidad o simplemente han determinado un factor diferenciador que les ha otorgado un valor agregado indispensable para que sus ventas sean bastante mayores a las generadas por las grandes empresas.

En cuanto a la mano de obra empleada por la región, se puede apreciar que es el tramo de las pequeñas empresas quien otorga empleo a un mayor n° de personas en promedio durante el periodo analizado, el cual es seguida por las grandes empresas, sin embargo, la diferencia es mínima entre estos dos tramos, pues la pequeña empresa genera en promedio 148,974 n° de empleos y las grandes empresas sólo emplean a cerca de 146.149 personas; junto a esto, es preciso mencionar que en esta región destaca el sector industrial del comercio al por mayor y menor, junto al transporte almacenamiento y comunicaciones.

## 2.2 Pymes en la Región del Biobío

Como se vio en el apartado anterior, la tendencia empresarial en Chile ha demostrado un comportamiento favorable para la economía del país, propiciando tanto un aumento en los niveles de empleo como en el aumento de las exportaciones para el país, en donde las micro, pequeñas y medianas empresas son quienes toman un papel de total relevancia en estos temas, ya que son estas quienes poseen el control de estas variables económicas.





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Al analizar el comportamiento que han presentado las empresas Chilenas en el transcurso del tiempo dentro de la región del Biobío, es necesario mencionar la importancia de esta región para el país, puesto que se encuentra como el tercer polo de la actividad económica nacional aportando al año 2011 con 96.558 entidades equivalente al 10,05% del total de empresas existentes en el país, cifra que no es menor en comparación con las presentadas por otras regiones del país.

**Tabla 11: Alcance de la creación de empresas en la Región del Biobío en el total nacional**

	2011		% Participación de la Región en el Total Nacional
	Nacional	Región del Biobío	
<b>Sin Ventas</b>	136.353	12.619	9,25%
<b>Micro</b>	627.310	67.131	10,70%
<b>Pequeña</b>	160.944	14.414	8,96%
<b>Mediana</b>	23.939	1.805	7,54%
<b>Grande</b>	12.106	589	4,87%
<b>Total General</b>	<b>960.652</b>	<b>96.558</b>	<b>10,05%</b>

Fuente: SII. Elaboración Propia

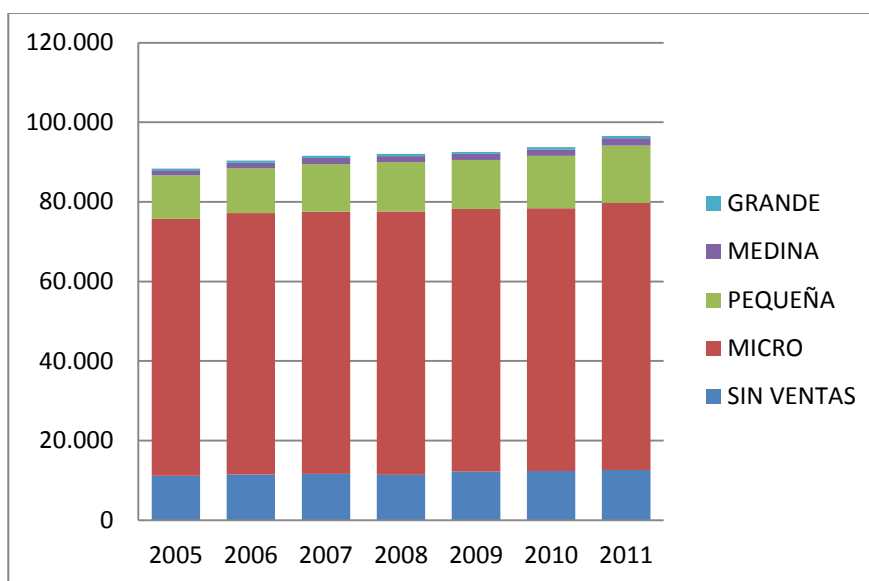
Junto a lo anterior, la región del Biobío al año 2011 presento un crecimiento del 9,23% correspondiente a 96.558 empresas, de las cuales 8.156 corresponden a la creación de nuevas empresas en comparación con el año 2005 en donde solo existía un universo de 88.402 entidades comerciales, perteneciendo estas principalmente al sector del comercio tanto mayorista como minorista, seguido por el sector agrícola y por el área de transporte, siendo estos los tres principales sectores con mayor aglomeración de empresas; en cuanto al volumen de ventas los mayores niveles de ventas se concentran en el sector de la explotación de minas y canteras, seguida por el área Agrícola y el sector del comercio, en donde los sectores agrícola y de comercio son los fundamentales para la región pues forman parte de los principales gestores de empresas y quienes presentan mayores niveles de ventas.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Analizando el gráfico 6, se muestra que el universo de empresas de la región se encuentra conformado en su mayoría por micro empresas, seguidas en menor proporción por las pequeñas empresas, correspondiendo al 69,52% y 14,93% respectivamente para el año 2011, lo cual confirma la tendencia positiva que no se escapa de lo analizado anteriormente tanto a nivel nacional como regional; y que en la actualidad este comportamiento sigue siendo cada vez mayor aumentando considerablemente el número de empresas dentro del país.

**Gráfico 5: Número de empresas por tamaño en la región del Biobío**



Fuente: SII. Elaboración Propia

Esta tendencia al alza, se explica por la actitud constante del empresario chileno, el cual busca salir de un círculo de pobreza y marginalidad, a través de la búsqueda de nuevas fórmulas de emprender aprovechando los recursos con los que dispone, ya sea de carácter monetario, natural, material, o simplemente lo que tenga a la mano.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Por otro lado, la región del Biobío, cuenta con recursos propios que la hacen propicia para establecer nuevas empresas, o simplemente permitir y/o facilitar el emprendimiento dentro de la población. Uno de estos recursos favorables es que cuenta con un centro portuario, lo cual sin lugar a duda ya es un atractivo para aquel que quiera establecer su propio negocio o emprendimiento, puesto que facilita la exportación de productos hacia el mercado extranjero, como así también facilita la llegada de bienes extranjeros al país, lo que significa un ahorro en costos para los emprendedores de la región, quienes no tienen que pensar en trasladar por largos kilómetros los bienes hacia aquellas regiones que sí cuentan con puertos, aumentando así los costos por concepto de transporte o flete, lo que se ve reflejado en el precio final de sus productos, siendo el consumidor final el mayor afectado. Por otro lado, el que la región posea un puerto da lugar a la creación de negocios complementarios, los que son indispensables para el buen desarrollo de éste.

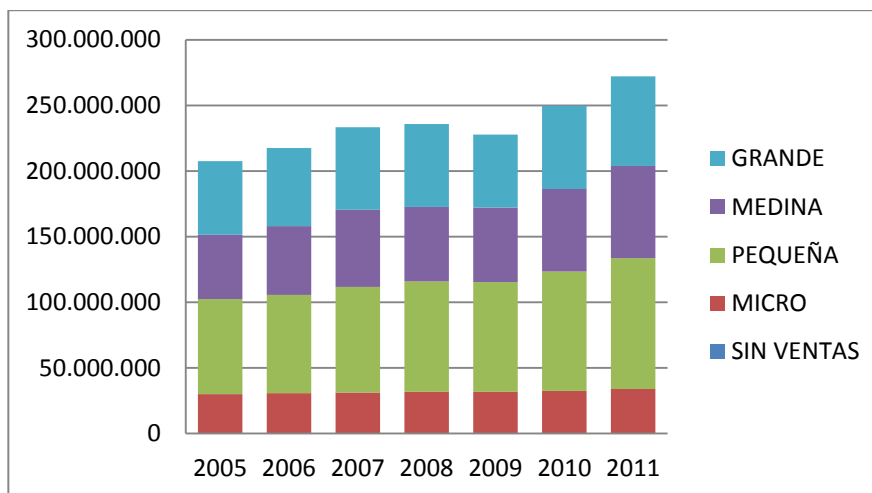
En cuanto a los niveles de ventas de cada una de las empresas, se puede apreciar en el gráfico 7, que durante el periodo analizado, el comportamiento de las empresas ha sido al alza, en donde se ha mantenido un crecimiento relativamente constante que partió con 207.392.749 UF en el año 2005 hasta alcanzar los 272.069.083 UF en el año 2011, lo que corresponde a un crecimiento del 31,19% durante el transcurso de 6 años.

Sin embargo, a pesar de la tendencia positiva en el volumen de ventas, durante el periodo 2009 se presentó una disminución del -3,38% lo que corresponde a una pérdida en ventas de -7.793.258 UF con respecto al año 2008, lo que se explica (al igual que en el análisis nacional) por la crisis financiera mundial del año 2008, que afectó principalmente a aquellas empresas que realizaban envíos de sus productos al exterior, siendo las más afectadas las pequeñas y medianas empresas.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**Gráfico 6: Volumen de ventas (UF) por tamaño de empresa en la Región del Biobío**



Fuente: SII. Elaboración Propia

### 2.2.1. Por ciudades

La actividad económica en la VIII región del Biobío, se encuentra concentrada principalmente en las 4 ciudades más importantes de la región siendo éstas Chillán, Concepción, Los Ángeles y Talcahuano, las cuales concentran cerca del 50% del total de empresas existentes en la región al año 2011. Por otro lado, estas 4 ciudades aglomeran 31.391 Microempresas y 8.551 Pequeñas empresas, indicando la alta participación de las pymes en la economía de estas ciudades, Sin embargo, aun la estructura empresarial de la región se encuentra muy concentrada en las capitales provinciales de la Región del Biobío, dando claros indicios de que aún a las autoridades les queda mucho por hacer para descentralizar la malla empresarial de las principales ciudades.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**Tabla 12: Número de Empresas por Ciudad al año 2011**

TRAMO	Chillán	Concepción	Los ángeles	Talcahuano	Total tramo	Total Regional
Sin ventas	1.427	2.622	1.723	762	6.534	12.619
Micro	7.358	11.720	7.373	4.940	31.391	67.131
Pequeña	1.677	3.896	1.794	1.184	8.551	14.414
Mediana	209	539	255	156	1.159	1.805
Grande	48	186	80	74	388	589
<b>Total por ciudad</b>	<b>10.719</b>	<b>18.963</b>	<b>11.225</b>	<b>7.116</b>	<b>48.023</b>	<b>96.558</b>
<b>Participación en la Región</b>	<b>11,10%</b>	<b>19,64%</b>	<b>11,63%</b>	<b>7,37%</b>	<b>49,73%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: SII. Elaboración Propia

En la tabla 12, se presenta la composición de cada una de las principales ciudades de la región, en donde se sigue demostrando la tendencia del país, en donde las micro empresas son quienes lideran la participación en el número de entidades comerciales.

Al analizar cada una de las ciudades, es preciso destacar que Concepción es la ciudad que presenta un mayor número de empresas en comparación con las otras ciudades, conglomerando a un total de 18.963 empresas lo que equivale a un 19,64% del total empresas de la región, de las cuales 11.720 corresponden a micro empresas y 3.896 a pequeñas empresas, dejando en evidencia una vez más que las Micro y Pequeñas Empresas resultan un pilar fundamental para la economía del país.

La ciudad de Concepción, se destaca por tener un alto número de empresas del sector de comercio al por mayor y menor, seguido por las actividades inmobiliarias y el sector de transporte almacenamiento y comunicaciones, teniendo una creación de empresas promedio de 6.471, 2.835 y 1,747 respectivamente durante el periodo 2005-2007; lo que se justifica principalmente por ser la capital regional en donde es necesario contar con un alto n° de empresas que se dediquen a estos sectores industriales ya que la ciudad cuenta con gran n° de habitantes y además posee una gran superficie de territorio.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

En cuanto al volumen de ventas el escenario es similar al n° de empresas, manteniéndose en los dos primeros lugares los sectores del comercio y las actividades inmobiliarias, sin embargo, el tercer lugar queda relegado para el sector de la construcción. Finalmente la construcción es el sector industrial que entrega un mayor nivel de empleo en la ciudad empleando a cerca de 32.838 personas en promedio durante el periodo 2005-2011, seguido por el comercio y las actividades inmobiliarias.

**Tabla 13: Resumen Promedio por Categoría de los sectores industriales predominantes de la ciudad de Concepción**

	<b>N° EMPRESAS</b>	<b>VOLUMEN DE VENTAS</b>	<b>N° TRABAJADORES</b>
<b>Construcción</b>	1.593	11.948.701,5	32.838
<b>Comercio al por mayor y menor, Rep., Veh, automotores /enseres domésticos</b>	6.471	43.927.282,6	26.644
<b>Transporte, almacenamiento y comunicaciones</b>	1.747	5.477.229,9	5.659
<b>Actividades Inmobiliarias, Empresariales de alquiler</b>	<b>2.835</b>	<b>14.498.043,2</b>	<b>21.721</b>

Fuente: SII. Elaboración Propia

Por otro lado, la segunda ciudad con mayor participación en el número de empresas corresponde a Los Ángeles, la cual tiene una participación en la región de 11.225 empresas, correspondiendo a un 11,63%, de los cuales 7.373 son empresas de nivel Micro y 1.794 corresponden a pequeñas empresas.

En esta ciudad, en cuanto a la creación de empresas se destaca el sector industrial de la construcción con una creación promedio de 2168 empresas durante el periodo 2005-2011, seguida por el sector del comercio al por mayor y menor con una creación promedio de 1955 empresas para el mismo periodo y en tercer lugar se destaca el sector de la agricultura con 934 empresas promedio para el mismo periodo.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Ahora bien, en cuanto al volumen de ventas destaca dentro de la ciudad el sector industrial de la agricultura, seguida por el comercio al por mayor y menor, y el sector de la industria manufacturera no metálica; finalmente en el n° de trabajadores empleados en la ciudad de Los Ángeles, destaca al igual que en el volumen de ventas la agricultura seguida por la industria manufacturera no metálica y el comercio al por mayor y menor dando empleo a 20.144, 11.409 y 8.944 trabajadores respectivamente.

**Tabla 14: Resumen Promedio por Categoría de los sectores industriales predominantes de la ciudad de Los Ángeles**

	N° EMPRESAS	VOLUMEN DE VENTAS	N° TRABAJADORES
<b>AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y SILVICULTURA</b>	934	20.027.296,1	20.144
<b>INDUSTRIAS MANUFACTURERAS NO METALICAS</b>	355	11.961.986,8	11.409
<b>CONSTRUCCION</b>	2.168	2.868.899,3	8.439
<b>COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR, REP, VEH,AUTOMOTORES/ENSERES DOMESTICOS</b>	1.955	13.355.495,5	8.944
<b>I - HOTELES Y RESTAURANTES</b>	904	943.545,8	2.919

Fuente: SII. Elaboración Propia

### 2.3 Pymes en la Provincia de Ñuble

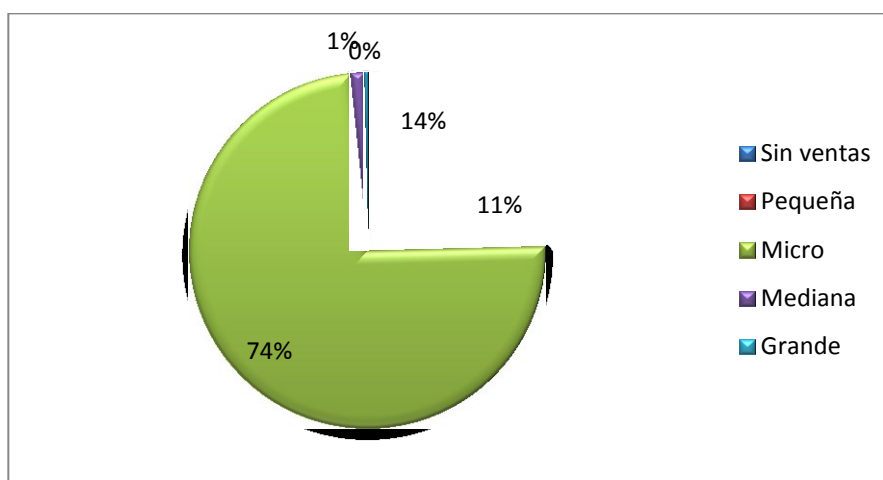
A nivel provincial, no es mucha la diferencia existente en el comportamiento de las empresas en comparación con la tendencia que ha quedado demostrada en el transcurso de los análisis anteriores, pues tanto a nivel nacional como regional, las Pymes son quienes llevan la delantera en cuanto a creación de empresas y volumen de ventas generado anualmente. Ahora bien es preciso mencionar, que en la provincia de Ñuble los sectores industriales predominantes son: el comercio al por mayor y menor, seguido por la agricultura, ganadería, caza y silvicultura y el transporte, sin embargo, es el sector de la agricultura quien genera un mayor n° de empleos dentro de la provincia, en donde al año 2011 empleaba a cerca 28.113 personas; por otro lado, el sector que presentó una actividad



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

nula dentro de la provincia es el área de la pesca, lo cual es muy congruente si se analiza las comunas que conforman la Provincia de Ñuble, la ubicación geográfica de éstas y los recursos naturales propios de la zona, pues indudablemente en este territorio predominan recursos que propician un mayor desarrollo de actividades ligadas a la actividad agrícola y de campo.

**Gráfico 7: Composición promedio estructura económica de la Provincia de Ñuble**



Fuente: SII. Elaboración Propia

En el gráfico N°7, se puede apreciar que la provincia de Ñuble se encuentra compuesta principalmente por las Microempresas en un 74% en promedio durante el periodo 2005-2011 una cifra bastante alta en comparación a la proporción a nivel nacional y regional, lo que sin lugar a dudas da claros fundamentos para generar políticas públicas eficientes dentro de la provincia para ir en ayuda de estas entidades, para quienes la realización de esta actividad económica puede ser el sustento para las familias que están detrás de cada negocio, además, son estos organismos quienes forman la base de la economía de la provincia, por lo que es necesario generar y entregar recursos que vayan en directo apoyo de estas instituciones. En cambio, si se analiza la provincia desde la variable volumen de ventas, es el sector de las pequeñas empresas quienes demostraron un valor más alto en comparación con los otros tramos generando un promedio de 17.071.814 UF anuales durante el periodo analizado.

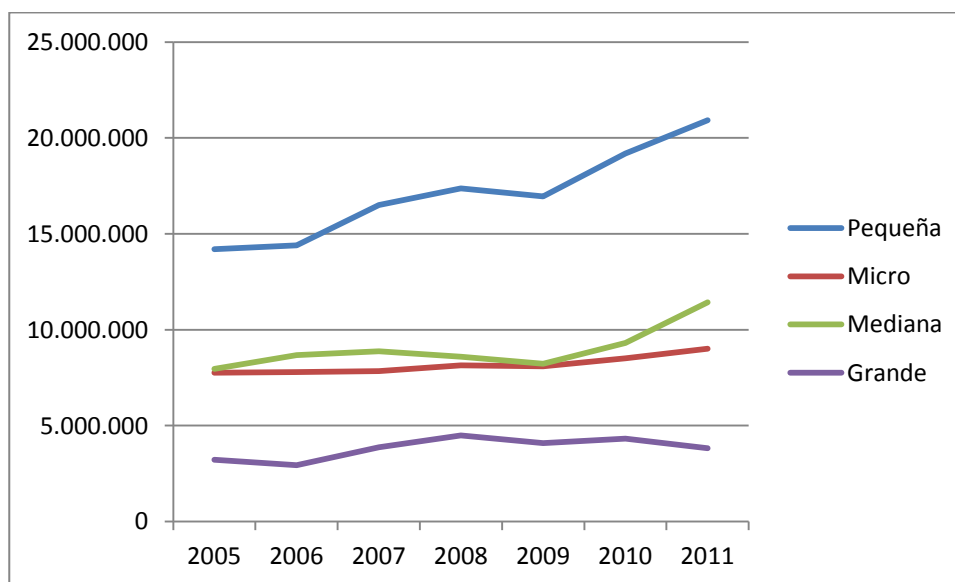




UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Si se observa el gráfico N°8, es posible determinar que a nivel general todos los tramos presentaron una tendencia al alza desde el año 2005 hasta el 2011, sin embargo durante el año 2009, todas las empresas presentaron una baja en el volumen de ventas generado dicho año, por lo que se puede deducir que en la Provincia de Ñuble todas las empresas o la gran mayoría de ellas se vieron afectadas de una u otra forma por la crisis financiera mundial, la que afectó en mayor medida a las pequeñas empresas, quienes tuvieron que soportar un descenso del -2,41%, sin embargo esta situación fue sólo momentánea ya que para el año 2010 superaron con creces la baja obtenida siguiendo la tendencia positiva de todo el periodo. Junto a las pequeñas empresas, el tramo de las medianas empresas de igual modo presentaron una notoria alza durante los periodos consultados, en donde al año 2005 obtuvieron una entrada de UF de 7.960.578 hasta llegar al año 2011 con 11.430.738 UF correspondiendo a un crecimiento del 43,59% lo que se explica por el crecimiento en el N° de empresas de un 37,93%.

**Gráfico 8: Variación volumen de ventas periodo 2005-2011**



Fuente: SII. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 2.3.1. Chillán, Capital Provincial

Para analizar la ciudad de Chillán, es preciso contextualizarla en su entorno geográfico, pues esta ciudad pertenece a la Provincia de Ñuble, en la cual se presenta como la capital provincial de Ñuble, además forma parte de una de las 4 ciudades y/o comunas de la región del Biobío con un mayor número de empresas creadas al año 2011.

**Tabla 15: Promedio según variable ciudad de Chillán**

	Nº EMPRESAS	VOLUMEN DE VENTAS	Nº TRABAJADORES
<b>SIN VENTAS</b>	1.510	0,0	3.524
<b>MICRO</b>	7.278	3.609.491,1	5.743
<b>PEQUEÑA</b>	1.417	9.852.920,2	16.673
<b>MEDIANA</b>	175	8.360.947,3	14.212
<b>GRANDE</b>	47	3.823.979,2	13.346
<b>TOTAL CHILLAN</b>	<b>10.426</b>	<b>42.814.121,2</b>	<b>53.498</b>

Fuente: SII. Elaboración Propia

La ciudad de Chillán, se destaca por presentar en su estructura económica una mayor influencia proveniente del sector de las microempresas el cual presenta alrededor de 7.278 empresas al año 2011, lo cual viene dado por una tendencia relativamente estable durante el periodo 2005-2011, en donde le mayor crecimiento se dio en el año 2006 con 7.361 empresas cifra que se encuentra por sobre el promedio del periodo. Por otro lado, tanto en la variable volumen de ventas como en el nº de trabajadores, el tramo que destaca es el de la pequeña empresa, en donde presento un volumen de ventas promedio de 9.852.920,2 uf y un promedio de 16.673 trabajadores, para lo cual la tendencia presentada en éstas dos variables fue realmente positiva, en donde para el año 2011 el porcentaje de crecimiento en el volumen de ventas fue de 39,12% con respecto al año 2005, en tanto que para el año 2011 el número de trabajadores empleados el porcentaje de crecimiento fue de 16,59% con respecto al año 2005.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## 2.4 Organismos Financiadores que fomentan el desarrollo de las Pymes

En el presente apartado, se presentarán las organizaciones e instituciones que han jugado un rol fundamental en el último tiempo en todo lo que respecta a materia de la creación y desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas, por lo que estos organismos han implementado y desarrollado una serie de funciones que van en estrecha relación con actividades de financiamiento, capacitación, asesorías, mejora en competitividad, entre otras.

Es necesario mencionar que gracias a las diversas medidas que han implementado tanto los diversos organismos financiadores como las autoridades del país y los organismos privados, es que el año 2012 fue declarado el año del emprendimiento y el año 2013 el año de la innovación, por el gran apoyo y difusión que se ha hecho en base a estos temas a nivel nacional, por otra parte esta denominación da a entender el tipo de políticas públicas que han sido creadas y que se han estado implementando las cuales realizan un claro aporte a la innovación o al emprendimiento del país.

Antes de comenzar a definir los diferentes organismos financiadores, es necesario dejar en claro que para un emprendedor lo primordial es contar con recursos económicos que ayuden a poner en marcha el negocio, para así solventar las inversiones, el capital de trabajo, los gastos y la adquisición de maquinarias y bienes necesarios para la operación del negocio. Es por esto, que la necesidad de capital resulta fundamental para iniciar un negocio y en donde muchos proyectos quedan a la deriva sin concretarse por falta de recursos económicos. Es por ésta razón, que han sido creadas una serie de instituciones que buscan entregar un apoyo al emprendedor o empresario para que sus proyectos se hagan realidad y puedan establecer sus negocios o empresas, por lo que dentro de esta instituciones se pueden encontrar organismos públicos y privados; dentro de los organismos privados las principales instituciones son los bancos, cooperativas de ahorro y crédito y las fundaciones, quienes se encargan de otorgar créditos a emprendedores. En cuanto a las



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

instituciones públicas se pueden encontrar a CORFO, FOSIS, SERCOTEC, INNOVABIOBIO Y BANCOESTADO.

#### **2.4.1 Instituciones Privadas: Bancos e Instituciones Financieras**

Los Bancos o instituciones financieras, corresponden a organismos privados que se encargan de entregar servicios financieros tanto a personas naturales como a empresas, sin embargo, en éste apartado nos enfocaremos a los servicios financieros disponibles para las Pymes del país, quienes día a día han ido formando en torno a ellas un fuerte interés por parte de los bancos, quienes han ido implementando cada vez más políticas de financiamiento y servicios financieros, los cuales van en directo apoyo a este segmento, y a la vez a fomentar el emprendimiento y economía en el país.

Entre los servicios que los bancos ponen a disposición de las pymes se pueden mencionar el financiamiento a través de crédito, Leasing, Factoring, entre otros. Sin embargo, los bancos utilizan ciertos parámetros para establecer un análisis de riesgo de las Pymes, para así poder medir si son sujetos de crédito o del servicio solicitado; es por esto, que las principales variables a analizar por los bancos son con un 86% de preferencia el análisis de los Estados Financieros, seguido por el análisis de flujo de caja, análisis del patrimonio del propietario, visita al cliente, entre otras, siendo éstas las principales condicionantes para otorgar un servicio financiero a una Pyme según los resultados de la 6° Encuesta Regional denominada Cerrando la Brecha para los Bancos de la Región.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### *2.4.1.1 Financiamiento a través de Crédito:*

Esta opción, corresponde a una suma de dinero que se solicita a un banco o institución financiera para satisfacer una necesidad financiera de la empresa, para lo cual la Pyme se compromete a cancelar en pagos parciales en un período de tiempo determinado bajo un precio establecido denominado interés y por lo cual la entidad solicitante del crédito ofrece cierta garantía al banco para comprometerse a pagar el crédito solicitado.

#### *2.4.1.2 Financiamiento a través de Leasing*

El leasing, corresponde a un sistema de financiación que consta de un contrato de arriendo para la adquisición de activos fijos bajo un plazo anteriormente estipulado. Para esto, la empresa que otorga el servicio de Leasing entrega el bien adquirido bajo un contrato en donde la Pyme se compromete a realizar pagos mensuales, dinero que va en directa amortización del valor total del bien adquirido, en donde al finalizar el contrato de Leasing, la Pyme tiene la oportunidad de adquirir o no el bien, en caso de ser adquirido se cancela una cuota denominada de opción de compra la que equivale a una cuota más de lo estipulado en el contrato. De las ventajas que se pueden distinguir en este tipo de financiamiento, es posible mencionar un financiamiento de hasta el 100% del valor total del bien a adquirir, flexibilidad para pactar el monto de las cuotas (ya sea en montos fijos o variables), rapidez en el financiamiento, se puede obtener una disminución de la base tributable de la empresa al operar con este tipo de financiamiento, entre otros beneficios.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### *2.4.1.3. Financiamiento a través de Factoring*

Este servicio, consta de un contrato en el cual una empresa entrega aquellas cuentas por cobrar que posee (siendo estas facturas, letras, pagarés, etc.) las que corresponden a deudas que tienen sus clientes con la empresa, y las entrega a una institución financiera para que ésta se encargue de cobrarlas dentro del plazo estipulado en la cuenta por cobrar; todo esto a cambio de que la institución financiera entregue la suma de dinero equivalente solicitado. Este servicio al igual que el financiamiento vía crédito posee un costo para la Pyme, el cual consiste en un porcentaje sobre el monto solicitado, con lo cual la institución financiera asume un riesgo de no pago que pudiera darse ante cualquier eventualidad de los clientes deudores de la Pyme. Entre los beneficios que presenta este servicio se encuentra a liquidez para la pyme sobre los activos inmovilizados que posee correspondiendo a las cuentas por cobrar, por otro lado, este servicio no es registrado como deuda en el sistema financiero dando la oportunidad de solicitar un crédito a alguna otra institución financiera y finalmente es importante mencionar que permite a la Pyme mejorar su flujo de caja.

### **2.4.2 Innova Biobío**

El Comité Fondo de Innovación Tecnológica de la Región del Biobío o más bien conocido como Innova Biobío, corresponde a uno de los organismos financiadores existentes en la Región del Biobío.

En búsqueda de la transferencia de conocimiento, la innovación y emprendimiento de empresarios y emprendedores de la Región del Biobío, es que en el año 2001 nace Innova Biobío bajo un convenio existente entre los tres principales organismos impulsores de la economía en esta Región, siendo el Gobierno Regional de Biobío, el Ministerio de Economía y la CORFO los actores impulsores de esta institución. Bajo esta descripción de los pilares de iniciación de Innova Biobío, es que la misión de este organismo radica en:



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

*“Promover la innovación, la transferencia de conocimiento y las capacidades tecnológicas en la Región del Biobío, para contribuir a la competitividad regional y a la creación futura de fuentes sustentables de empleo, a través del fortalecimiento de la innovación y el desarrollo tecnológico”.*

Con lo cual esta institución busca despegar en cierta medida la actividad económica de la región y el desarrollo de nuevos empleos, para que así personas naturales o jurídicas se atrevan a emprender utilizando variables como la innovación y/o utilizando tecnología para el desarrollo de un negocio, con lo cual Innova Biobío pone a disposición una serie de instrumentos de cofinanciamiento para proyectos, en donde se apunta a tres áreas que se ven involucradas en el ciclo innovador como lo es el Emprendimiento, la Transferencia de conocimiento y la Innovación Empresarial, en relación con esto, es que Innova Biobío busca al mismo tiempo apuntar a tres objetivos generales como lo son:

- Apoyar proyectos generadores de empresas innovadoras
- Apoyar proyectos que consoliden y aporten a la competitividad de las Pymes de la región cuyo factor diferenciador es la innovación
- Impulsar la transferencia de tecnología, estrechando el vínculo Universidad-Empresa.

Sin embargo, teniendo en cuenta todos los aspectos positivos que genera esta institución es necesario tener conocimiento de que Innova Biobío no se sustenta por sí sola, por lo que para generar los beneficios planteados anteriormente esta institución recibe recursos directamente del Gobierno Regional con aportes del FNDR (Fondo Nacional de Desarrollo Regional) y de la CORFO, quienes en conjunto establecen el presupuesto anual para este Organismo Financiador, es por ésta razón, que durante el segundo semestre de éste año 2013 se vio amenazada la estabilidad de Innova Biobío, pues en Octubre se dio a conocer la drástica reducción de presupuesto de un 87,6% a la cual se vería afectada, en donde sólo se habían aprobado un presupuesto total para el año 2014 de 309 millones de pesos versus 2.500 millones de pesos aprobado el año anterior, lo cual viene a afectar directamente a los agentes económicos (emprendedores y empresarios) de la región del



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Biobío, quienes cuentan con el apoyo de este organismo para financiar sus ideas innovadoras, quienes muchas veces no cuentan con el financiamiento necesario para desarrollar sus ideas.

Sin embargo, esta situación se vio revertida a finales de noviembre de este año, en donde se puso firma al cuarto convenio de Programación 2014-2017 en el cual se realizó una aprobación de presupuesto para el año 2014 de 5.000 millones de pesos, los cuales serán entregados en conjunto por el Gobierno Regional, la CORFO y Recursos FNDR.

### 2.4.3. Fosis

La sigla Fosis (Fondo de Solidaridad e Inversión Social), el cual es un servicio perteneciente al Gobierno de Chile, el que fue creado el 26 de Octubre del año 1990, este organismo cuenta con alrededor de 15 direcciones regionales, junto a 20 oficinas provinciales, las cuales poseen una relación estrecha con el Ministerio de Desarrollo Social. El rol que cumple este organismo radica en otorgar un apoyo a personas que se encuentren en situación de vulnerabilidad y las cuales buscan mejorar sus condiciones de vida. Es por esto, que la Misión que presenta Fosis postula:

*"Trabajar con sentido de urgencia por erradicar la pobreza y disminuir la vulnerabilidad en Chile"*

Esta misión, viene dada en pos de satisfacer las necesidades que presentan los usuarios de los beneficios que otorga, Fosis se encarga de establecer e implementar programas en tres ámbitos de desarrollo siendo éstos el Emprendimiento, el Trabajo y la Habilitación Profesional, los que son considerados factores claves para el desarrollo de una mejor calidad de vida en base al esfuerzo, dedicación y capacidades propias de las personas en situación vulnerable.





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Entre los programas que ha implementado Fosis a lo largo de todo Chile para salvaguardar los niveles de pobreza o situación vulnerable en la población se encuentran en el Ámbito Emprendimiento comprende programas como:

- Yo emprendo en comunidad
- Yo emprendo semilla
- Yo emprendo
- Acceso al Crédito
- Fortalecimiento de Asociaciones Pymes
- -IDEAS- Negocios Inclusivos (programas que serán descritos más adelante)

#### 2.4.4 Sercotec

A mediados del año 1952 y bajo la firma de un convenio cooperativo de asistencia técnica entre CORFO, el Gobierno de Chile y el Instituto de Asuntos Interamericanos como representante del Gobierno de E.E.U.U. es que nace el Servicio de Cooperación Técnica o más bien conocido Sercotec, el cual corresponde a una Corporación que posee una fuerte y estrecha dependencia del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, pues para realizar sus actividades normales de funcionamiento y al mismo tiempo implementar programas de ayuda a las Pymes, este organismo utiliza recursos provenientes del Estado, por lo que se considera un organismo del Sector público; en base a esto, es que esta institución ha establecido que su misión radica en:

*“Promover y apoyar iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas y fortalecer el desarrollo de la capacidad de gestión de sus empresarios.”*



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Por lo que los programas que otorga esta corporación van en directo beneficio de Pymes que buscan generar un desarrollo de sus actividades económicas y/o generar nuevas actividades empresariales a nivel de Pequeñas y Medianas empresas dentro del país, promoviendo la generación de empresas que busquen establecer un desarrollo tanto de la calidad de vida de la población vulnerable como al mismo tiempo desarrollar la actividad económica dentro del territorio nacional, facilitando el acceso a nuevos mercados, generando un plus de valor agregado en los bienes con alto uso de tecnología y diseño, y a la vez implementando talleres de conocimiento relevante para que empresarios puedan hacer más competitivas sus empresas dentro del mercado.

Para poder cumplir a cabalidad con esta misión, es que Sercotec a través de los años ha establecido y puesto a disposición de la población un amplio abanico de servicios, para así satisfacer las necesidades del segmento de la población que se encuentra en un estado de mayor vulnerabilidad y quienes al mismo tiempo poseen la intención y entusiasmo de querer optar a una calidad de vida mejor a través del emprendimiento y la innovación; es por esto, que dentro de los servicios que otorga este organismo se pueden encontrar las dos Líneas del Programa Capital Abeja, Líneas de Capital Semilla Emprendimiento, Iniciativas de Desarrollo de Mercado entre otras que serán explicados en mayor detalle en el siguiente capítulo.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 2.4.5 Corfo

Esta institución, cuyas siglas corresponden a Corporación de Fomento de la Producción, corresponde a un organismo público que se encarga de realizar la ejecución de políticas públicas ligadas al área del emprendimiento y la innovación, por medio del establecimiento de una amplia gama de instrumentos y herramientas que se encuentran perfectamente alineados con los pilares centrales de la economía nacional de mercado, para lo cual, cada día se encarga de crear y buscar nuevas condiciones, instrumentos y programas que apunten a construir y desarrollar una sociedad con oportunidades para la población, a través del emprendimiento y la innovación (al igual que los organismos mencionados anteriormente) para así poder establecer una mejora en la productividad nacional y poder alcanzar niveles de desarrollo a nivel mundial en temas de competitividad empresarial. Para lograr esta tarea, es que CORFO ha establecido como Misión:

*“Fomentar el emprendimiento y la innovación para mejorar la productividad de Chile, y alcanzar posiciones de liderazgo mundial en materia de competitividad.”<sup>5</sup>*

Para el logro de esta misión, la institución ha prestado financiamiento, a diversas empresas chilenas que han demostrado estar en condiciones de jugar un rol de competencia en los mercados actuales; los cuales han demostrado ser muy dinámicos y con un alto sentido de innovación y tecnología, orientado a satisfacer las diversas demandas de los consumidores quienes demuestran cada día un demanda más estricta y exigente en cuanto a gustos y preferencias. En línea con lo planteado anteriormente, es que CORFO apunta a satisfacer necesidades de un segmento de la población que trabaja en el ámbito del emprendimiento tanto a nivel individual como de aquellos grupos empresariales que forman redes de producción denominadas clusters concentraciones geográficas de empresas unidas o relacionadas en torno a una actividad económica productiva. Finalmente para el

---

<sup>5</sup> (CORFO)



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

cumplimiento a cabalidad de la misión de CORFO es que dentro de las herramientas de apoyo público que otorga a la población se pueden encontrar el crédito CORFO MyYPE y el Programa Innovación y Emprendimiento Social.

Como se ha podido evidenciar en el transcurso de éste capítulo, el país ha mostrado claros indicios de un desarrollo en el área de las micro, pequeñas y medianas empresas, con crecimientos positivos en las tres variables analizadas siendo éstas el número de empresas, el volumen de ventas y el número de trabajadores empleados todos estos valores en periodos de un año calendario.

Sin embargo, es preciso hacer hincapié en que los buenos resultados que se han dado desde al año 2005 no son por azar, sino más bien por un firme y constante esfuerzo realizado por las autoridades de país, quienes se han encargado de establecer estrategias y políticas públicas que apunten directamente a impulsar y fomentar la innovación y emprendimiento en lo largo y ancho del país; lo que se espera impulse como consecuencia un mayor desarrollo de la actividad económica del país, consiguiendo de la mano una disminución en los niveles de pobreza (o en su defecto una leve baja), menores índices de desempleo y un aumento en el Producto Interno Bruto generado en el país, entre una serie de otros beneficios ligados a este tema.

Por otro lado, se ha podido evidenciar que durante el último periodo analizado el país logro obtener cifras positivas históricas en cuanto a la actividad económica realizada por las pequeñas y medianas empresas del país, lo que se debe principalmente a las ya mencionadas políticas públicas junto con la sólida actividad económica política y nacional e internacional que presenta el país además, del agradable clima macroeconómico experimentado en el último tiempo.

Finalmente, en cuanto a los organismos financiadores que existen dentro del país, es preciso decir, que en general todos presentan una amplia oferta de servicios que buscan apoyar e impulsar la actividad económica de micro, pequeños y medianos empresarios,



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

quienes poseen distintas características o necesidades, por lo cual, ha sido necesario que dichos organismos utilicen o se enfoquen en distintas variables para gestionar el apoyo a los empresarios como lo son el espíritu emprendedor en sí, la innovación, el uso de tecnología o simplemente la necesidad de emprender para optar a una mejor calidad de vida.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

# ***CAPÍTULO 3:*** ***INVESTIGACIÓN DE CAMPO***

---



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## CAPÍTULO 3: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

### 3.1 Tipo de Investigación

Para el desarrollo del presente capítulo, se ha estipulado que el tipo de investigación a implementar para determinar la utilización y conocimiento de las diversas Fuentes de Financiamiento público disponible en la Provincia de Ñuble, es de tipo cualitativa no experimental, pues ésta posee entre sus características fundamentales descubrir el por qué se ha utilizado una u otra Fuente, junto a esto, permite indagar en la visión que poseen emprendedores y empresarios de la Provincia de Ñuble asociados a la Cámara de Comercio de Chillán<sup>6</sup>, permitiendo así, realizar un análisis de los diversos temas relacionados con las Fuentes de Financiamiento y la creación de un negocio; por otra parte, se menciona que es de tipo no experimental pues no existirá una manipulación de las variables a las cuales se expongan los sujetos en estudio.

### 3.2 Base de Datos

Con el fin de establecer cuál ha sido la utilización de las diversas Fuentes de Financiamiento, y establecer ciertas características en común que pudieran presentar los empresarios y emprendedores de la provincia de Ñuble, se realizará una recopilación de datos e información aplicada a empresarios y emprendedores de la Provincia de Ñuble a través de una encuesta Semi-estructurada, la cual fue dividida en 3 dimensiones:

---

<sup>6</sup> Ver anexo



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- I. Identificación: en esta dimensión, se recolectarán datos personales del emprendedor y su empresa, lo cual tendrá mucha relevancia para la investigación, pues a través de esta dimensión se podrá realizar una caracterización de la muestra intervenida, junto a esto, se podrá establecer ciertos patrones de comportamientos en común que puedan presentar los empresarios de la Provincia de Ñuble al momento de realizar un emprendimiento.
  
- II. Creación de un Negocio: dentro de esta dimensión, aparecen tres preguntas que poseen relación con el conocimiento técnico necesario para realizar un emprendimiento y a la vez iniciar un negocio, lo que podrá permitir establecer los aspectos de vital importancia para la creación de una empresa.
  
- III. Apoyo y Fuentes de Financiamiento: esta dimensión, se encuentra compuesta de 16 preguntas que están ligadas con el uso de las Fuentes de Financiamiento, las ventajas y desventajas que éstas presentan, junto a la percepción que se tiene acerca de los principales Organismos Financiadores de carácter público.

Una vez establecida la encuesta Semi-estructurada, se dio lugar a la etapa de validación del instrumento a utilizar, para lo cual fue necesaria la revisión de dicho instrumento, por parte de dos profesionales especialista en el tema de Pymes y emprendimientos, quienes revisaron, corrigieron y ratificaron la encuesta a implementar; en donde una vez realizada esta etapa se prosiguió a corregir errores y luego realizar la aplicación el instrumento a la muestra establecida.





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 3.3 Determinación del Universo

Para determinar el universo a investigar, se estableció trabajar con empresarios de Pequeñas y Medianas empresas que se encontraban asociados a la Cámara de Comercio de la ciudad de Chillán, los cuales corresponden a cerca de 220 personas, en base a esta información, se decidió trabajar con dichas personas debido a la actividad económica en la que se encuentran insertos sus negocios, la cual se presenta como la principal actividad desarrollada en la Provincia de Ñuble denominada: “Comercio al por mayor y menor, Rep., Veh, automotores/enseres domésticos”<sup>7</sup>.

Para realizar esto, fue necesario realizar una discriminación de la población total correspondiente a los socios de la Cámara de Comercio de Chillán, pues para la investigación era necesario trabajar sólo con micro, pequeñas y medianas empresas, por lo que aquellas empresas de gran tamaño que se encontraban asociadas no fueron consideradas en el presente trabajo.

### 3.4 Determinación de la Muestra

Para realizar el cálculo de la muestra a intervenir, se definió hacer uso de un muestreo de carácter no probabilístico con selección en forma no aleatoria, debido a que la elección de los encuestados dependerá exclusivamente de la elección de las unidades muestrales más convenientes, cuya participación sea de carácter voluntario, en donde la muestra seleccionada entregue información transparente y de calidad, junto a una buena disposición a responder la encuesta.

---

<sup>7</sup> Según datos del Servicio de Impuestos Internos (Sii)



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Por otro lado, el tipo de muestreo no probabilístico a utilizar es el denominado “Muestreo por conveniencia o intencionado”, pues es el que más se ajusta a la investigación, debido a que *las unidades de muestreo son accesibles, fáciles de medir y cooperativas.* (Malhotra, 2004)

De acuerdo a lo anterior, y en base a la decisión del investigador y la cooperación demostrada por los diversos empresarios, es que se determinó aplicar un total de 13 encuestas para la realización de la investigación.

### 3.5 Aplicación del Instrumento

Las encuestas fueron llevadas a cabo en el sector céntrico de la ciudad de Chillán, es decir, dentro de las cuatro avenidas a aquellos empresarios socios de la Cámara de Comercio, quienes presentaron una buena disposición para responder la encuesta.

Entre los empresarios que formaron parte de la aplicación del instrumento se encuentran los dueños de: Ferretería El Arado, Devorín, El Palacio de las Pilas, Farmacia El León, Farmacia Santos, Librería Pandora, Florería Las Violetas, Establecimiento Mi Tierra, Comercial Nenita, ElectroMusic, Óptica Heck, Tostaduría Saldaña y la Heladería Tutto IL Gelato.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 3.6 Tabulación

Para realizar la tabulación de las encuestas aplicadas, se ejecutó a través de la construcción de una planilla de hoja Excel, donde se introdujeron los datos en tablas separadas por preguntas, en donde en una primera columna fueron enumeradas las encuestas desde la N°1 a la N° 15, luego en una fila superior se detallaron las diferentes alternativas de respuestas dadas para cada pregunta cerrada, en el caso para tabular las preguntas abiertas se estableció una tabla por cada pregunta en donde se fueron agregando columnas para las respuestas que iban surgiendo. Una vez realizada la tabulación de datos en la planilla Excel, se procedió a obtener los totales por pregunta, para así obtener diversas tablas estadísticas que daban a entender el comportamiento de las respuestas dadas por los encuestados.

En cuanto a la tabulación de las preguntas, es necesario mencionar que en aquellas preguntas cerradas las alternativas que no fueron utilizadas para dar respuesta a la interrogante planteada fueron eliminadas del cuadro de tabulación, pues dichos datos no serán relevantes para realizar el posterior análisis. Junto a esto, es necesario hacer mención a que el ámbito identificación de la encuesta fue respondida por la totalidad de los encuestados, no sucediendo lo mismo en los próximos dos ámbitos relacionados con la creación del negocio y el uso de las Fuentes de Financiamiento.

### 3.7 Resultados

A continuación, serán presentados los resultados obtenidos tras la aplicación de la encuesta Semi-estructurada, en donde en primer lugar se presentará una caracterización de los empresarios encuestados y sus empresas. Para luego entrar en el análisis en sí de los datos.



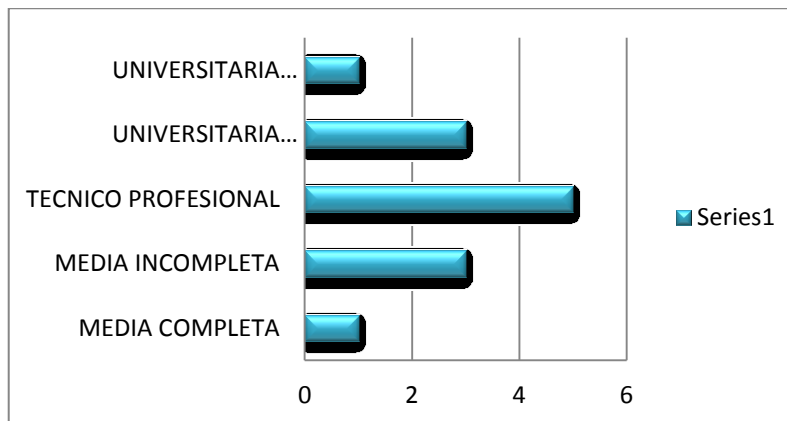
UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 3.7.1 Identificación y caracterización del empresario de la ciudad de Chillán

Como se ha mencionado anteriormente, las personas encuestadas poseen una estrecha relación con la Cámara de Comercio de Chillán, de los cuales si los categorizamos por género se obtuvo que del total encuestados un 54% son de género masculino contra un 46% corresponde al género femenino.

- *Pregunta N° 1: ¿Cuál es su nivel educacional?*

**Gráfico 9: Nivel educacional**



Fuente: Elaboración propia

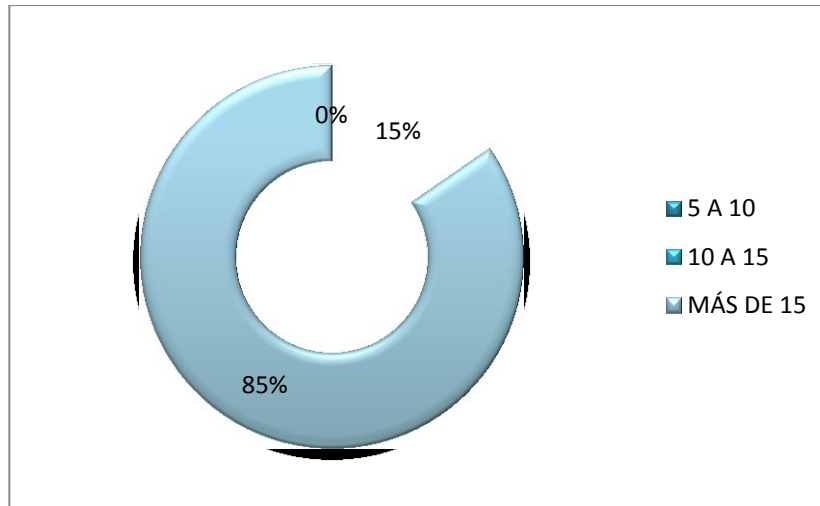
En base al nivel educacional que presentan los encuestados, se puede decir, que 5 de los encuestados, o sea, un 38% cuenta con un nivel de educación Técnico Profesional, de los cuales solo 1 persona correspondía al género femenino, siguiendo el nivel educacional se puede decir que en segundo lugar la Educación universitaria y la Educación media incompleta representan el segundo lugar de preferencias en cuanto a educación, ambos con un 23% cada una.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N°2: ¿Cuántos años lleva en el rubro?*

**Gráfico 10: Años en el rubro**



Fuente: Elaboración propia

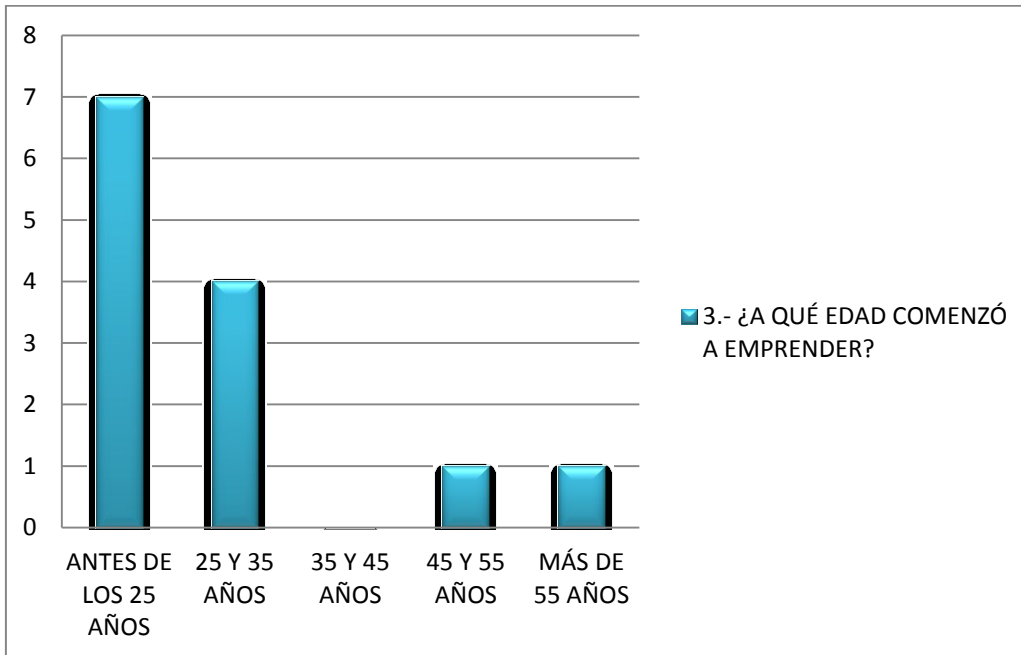
Otra de las preguntas realizadas para establecer una caracterización de los empresarios de la provincia de Ñuble tiene relación con los años que los encuestados llevan dentro del rubro en el que operan, en donde un 85% respondió que llevaba más de 15 años en el rubro y un 15% menciona que se encuentra operando en el mercado entre 10 y 15 años; una cifra bastante acorde con el universo de empresas que pertenecen a la Cámara de Comercio de Chillán en donde la mayoría son empresas con mucha trayectoria dentro de la Comuna.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 3: ¿A qué edad comenzó a emprender?*

**Gráfico 11: A qué edad comenzó a emprender**



Fuente: Elaboración propia

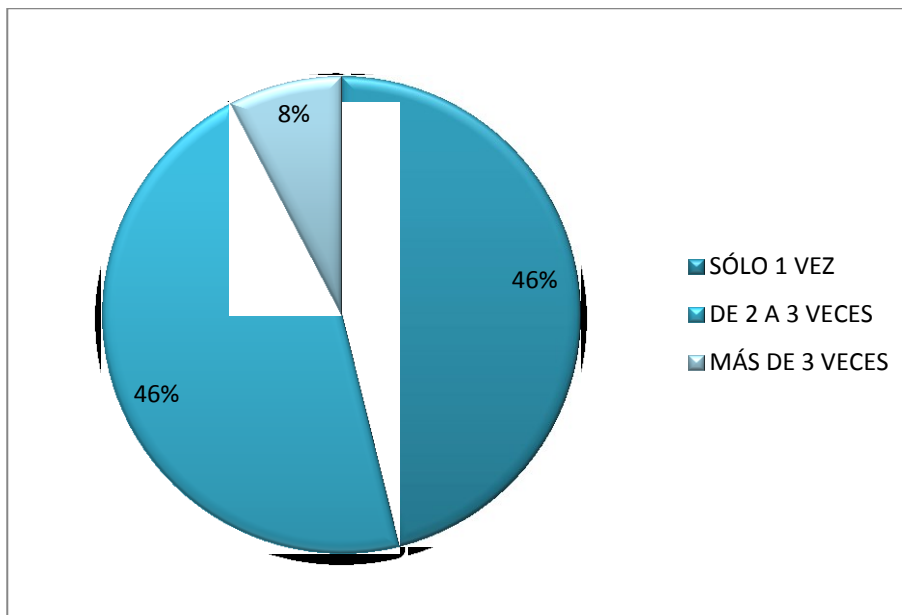
Tomando en cuenta aspectos relacionados con el emprendimiento, es que esta pregunta, busca identificar la edad promedio a la cual comenzaron a emprender los encuestados, en donde cerca del 50% lo hizo a una muy temprana edad siendo esto antes de los 25 años, en cambio alrededor de un 31% lo hizo entre los 25 y 35 años siendo una edad relativamente joven, pero que sin embargo es donde se presentan las principales causas económicas que impulsan a iniciar un negocio.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 4: ¿Cuántas veces ha intentado realizar un emprendimiento?*

**Gráfico 12: Veces que ha intentado realizar un emprendimiento**



Fuente: Elaboración propia

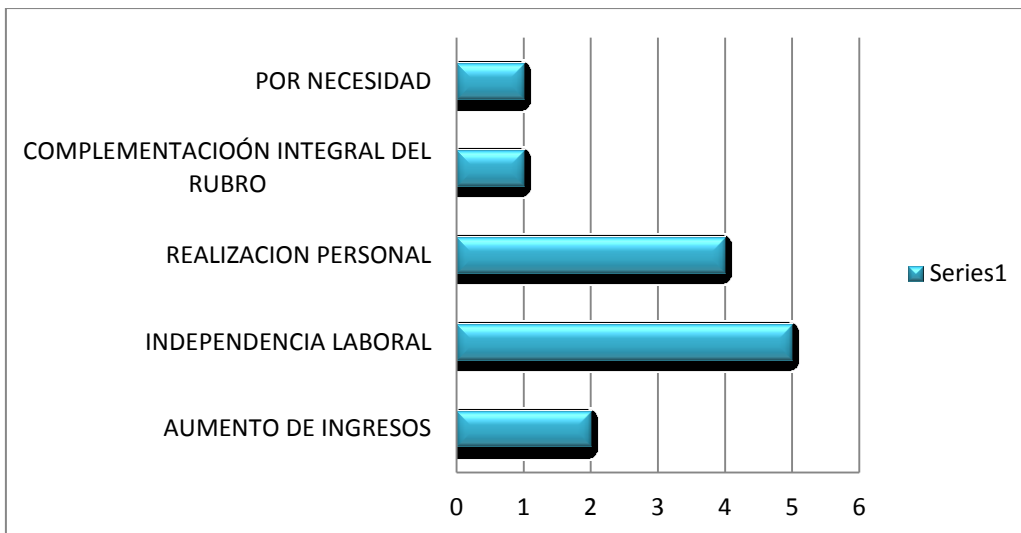
En esta pregunta, se buscaba indagar la cantidad de veces que han intentado realizar un emprendimiento, en donde las principales preferencias fueron dadas en dos ítems ambos con el mismo porcentaje de respuesta que fue de un 46%, en donde los encuestados hicieron mención que han intentado emprender mínimo 1 vez y máximo tres veces a lo largo de su vida, por lo que en esta pregunta se puede decir que la respuesta ha sido equitativa, aunque en diversas literaturas se hace mención que los dueños de un negocio intentan emprender varias veces antes de encontrar su negocio ideal.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 5: ¿Cuál fue su motivación para emprender?*

**Gráfico 13: Motivación para emprender**



Fuente: Elaboración propia

Un tema de importancia en el área de emprendimiento es conocer la motivación que tuvieron los encuestados al momento de emprender, resultando como principales variables de motivación la independencia laboral seguida por la realización personal quedando en tercer lugar el aumento de los ingresos, lo cual si lo relacionamos con la edad a la cual los emprendedores buscaban emprender, es lógico pensar que a la edad de 25 a 35 años los empresarios buscan establecerse con una base de vida estable dentro de la sociedad en donde la independencia laboral y la realización personal son variables que ofrecen lo que ellos buscan.

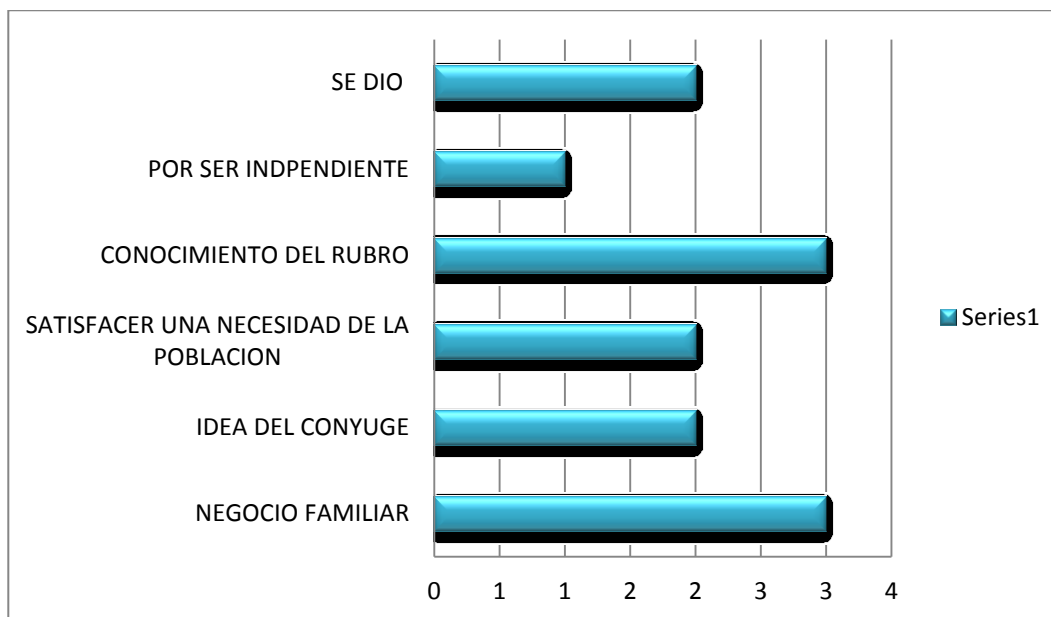




UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 6: ¿De dónde surgió la idea de emprender en su negocio actual?*

**Gráfico 14: De donde surge la idea de emprender en el negocio actual**



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al surgimiento de la idea de negocio actual, las principales razones por la cual los empresarios encuestados establecieron el negocio en el que operan actualmente radica en que el negocio era de origen familiar, por lo que debían continuar con la tradición de la familia, por otro lado se menciona que decidieron operar en el rubro por que tenían conocimiento de este debido a trabajos anteriores relacionados con el rubro.

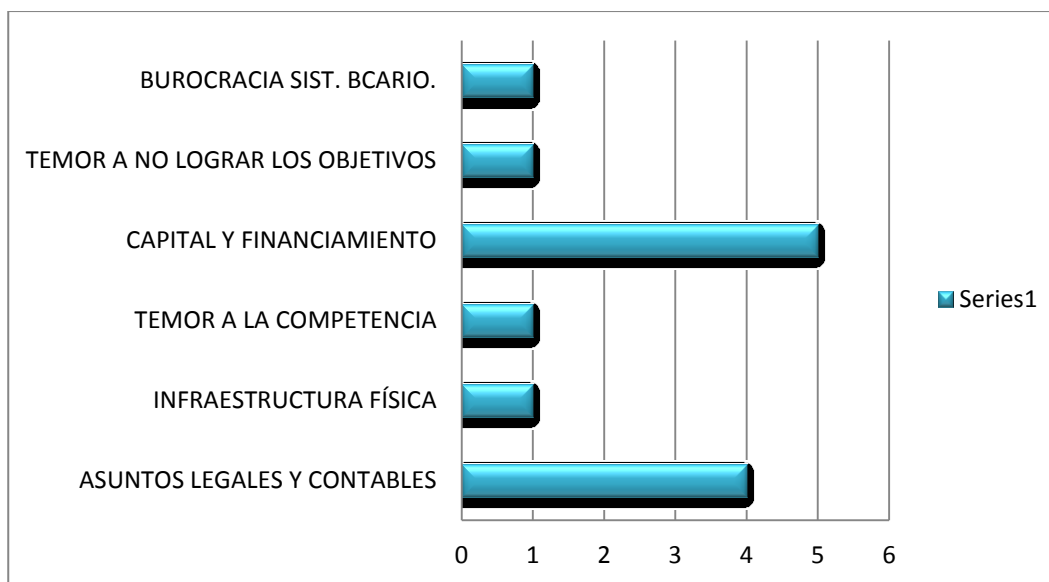
En segundo lugar, las razones dadas fueron que iniciaron el negocio por idea del cónyuge, porque buscaban satisfacer una necesidad de la población y/o finalmente porque buscaban ser independientes.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- Pregunta nº 7: ¿Cuál es la principal dificultad que se presenta al momento de querer emprender?

**Gráfico 15: Principal dificultad para emprender**



Fuente: Elaboración propia

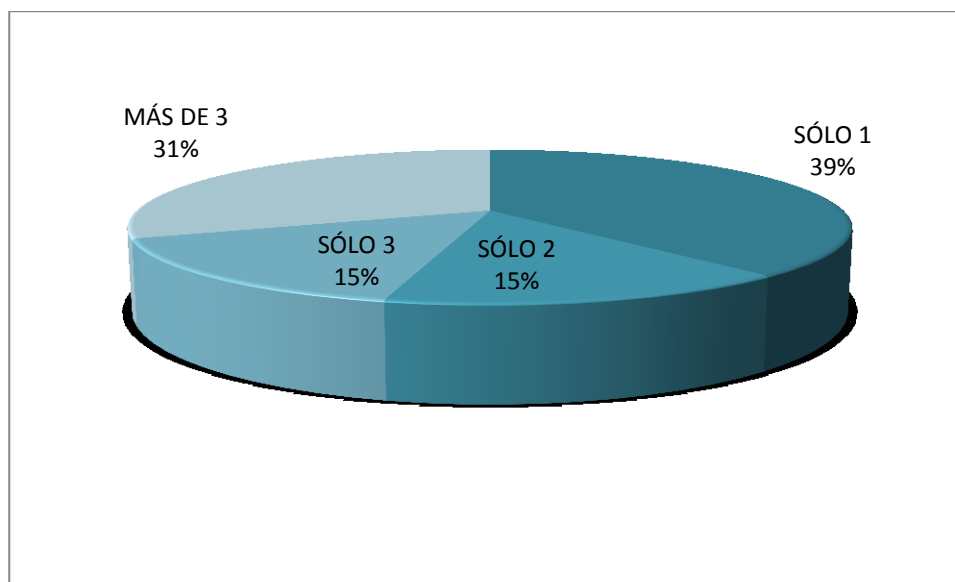
Por otro lado, se consulto acerca de la principal dificultad que se presenta al momento de querer emprender dando como resultado en primer lugar el tema de contar con capital y financiamiento necesario para iniciar un negocio, pues se incurre en altos costos por concepto de puesta de marcha del mismo, en segundo lugar se hizo mención a los dificultoso que resulta cumplir con los asuntos legales y contables, lo cual pasa por el tema de educación y conocimiento en temas de negocio, pues gran parte de los encuestados inicio su negocio sin contar con el conocimiento necesario para sobrellevar el mismo.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- Pregunta N° 8: ¿En cuántos proyectos emprendedores ha participado?

**Gráfico 16: Participación en proyectos emprendedores**



Fuente: Elaboración propia

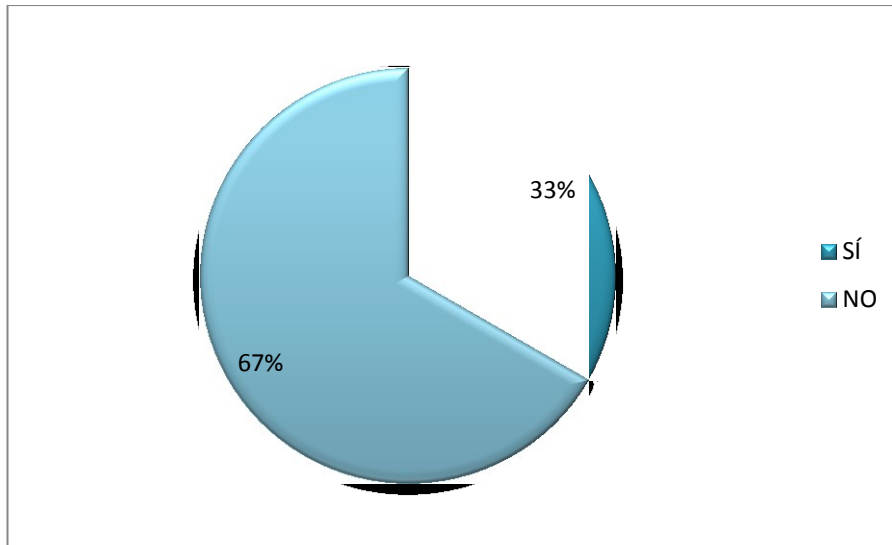
En cuanto a la participación en proyectos de emprendimientos, un 39% de los encuestados indicaron que ha participado sólo en 1 proyecto emprendedor, en tanto que un 31% indicó que ha participado en más de 3 proyectos emprendedores, finalmente un 15% indicó haber participado sólo en 3 y sólo en 2 proyectos emprendedores a lo largo de su vida.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 9: Para iniciar su negocio, ¿fue necesaria una gran suma de dinero?  
 ¿Por qué?*

**Gráfico 17: Fue necesaria una gran suma de dinero**



Fuente: Elaboración propia

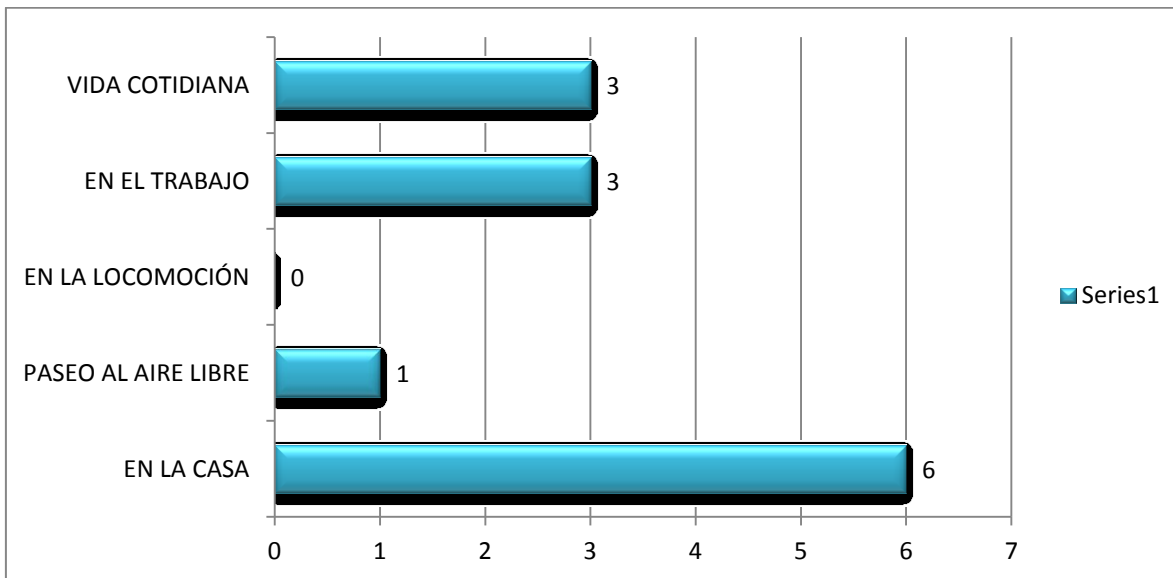
Un 67% de los encuestados, respondió que no fue necesario una gran suma de dinero para iniciar su negocio, pues comenzaron desde abajo con su empresa a un nivel muy pequeño utilizando los recursos propios con los que contaban en los inicios, en cambio un 33% de los encuestados respondió que si fue necesario contar con una gran suma de dinero al momento de emprender, pues el negocio que iniciaban requería de un aumento de capital ya que los recursos propios eran muy limitados, y esto era necesario para poder implementar la maquinaria necesaria para funcionar.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 10: ¿En qué lugar se encontraba cuando nació la idea emprendedora?*

**Gráfico 18: Lugar donde se encontraba cuando surgió la idea emprendedora**



Fuente: Elaboración propia

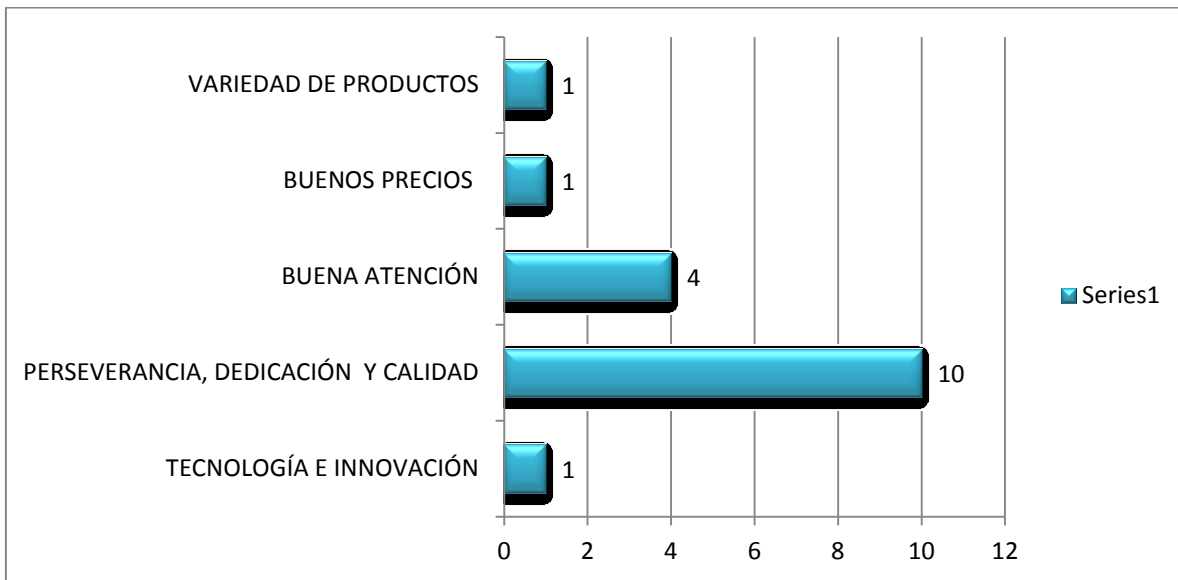
La interrogante de esta pregunta, hace referencia por el lugar en el cual se encontraba el emprendedor al momento en que surgió la idea emprendedora, pues esta variable puede resultar importante para determinar el surgimiento de un emprendimiento, sin embargo, 6 encuestados lo que equivale a un 46% respondió que se encontraba en su casa realizando actividades normales de la vida cuando surgió la idea, en cambio un 23% o sea 3 de los encuestados mencionaron que se encontraba en su trabajo, siendo un 50% de los que respondió en la pregunta n° 5 que su motivación por emprender radicaba en la independencia laboral.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 11: ¿Cómo ha logrado que su negocio perdure en el tiempo?*

**Gráfico 19: Como ha logrado que su negocio perdure en el tiempo**



Fuente: Elaboración propia

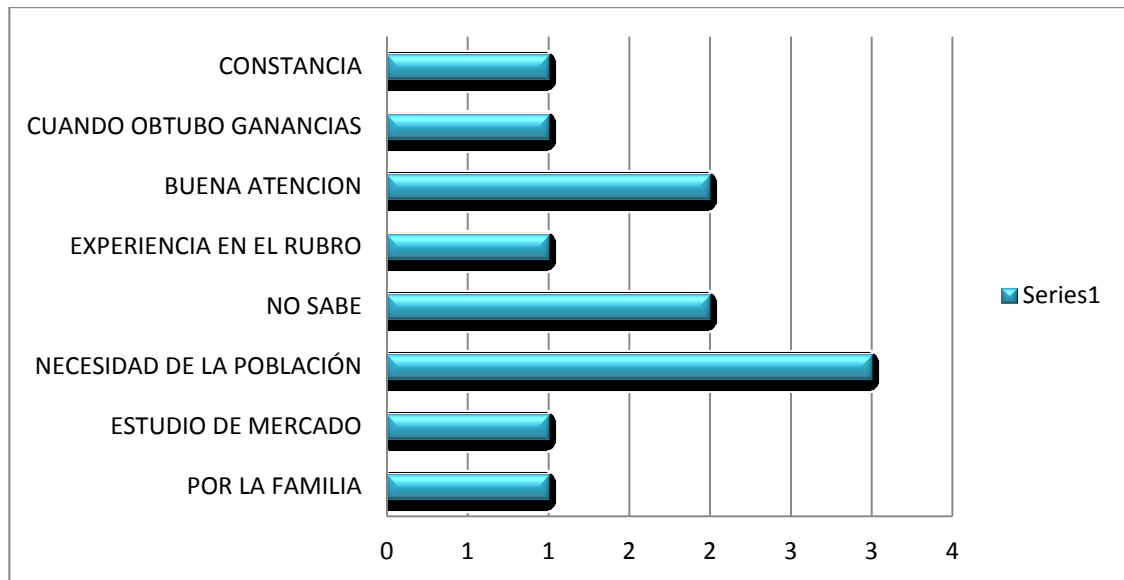
Las respuestas dadas a esta interrogante, establecen que los parámetros de actuación del emprendedor que lo ha llevado a que su negocio perdure en el tiempo, indica que 10 de los empresarios apunta a que la perseverancia, dedicación al negocio y la buena calidad son los factores fundamentales para que un emprendimiento pueda subsistir en el largo plazo, en donde este factor viene secundado por la buena atención a los clientes, lo que va de la mano con el primer factor, pues si existe una dedicación y perseverancia en el desarrollo de la actividad económica, se demuestra por sí sola la calidad del servicio que otorgan, por otro lado, no sirve de mucho contar con tecnología e innovación de última generación o con variedad de productos si no existe una motivación por parte del emprendedor dedicada al negocio en un 100%, es por esto que muchos negocios quedan a mitad de camino, debido a que sus dueños no han puesto total dedicación y perseverancia en la ejecución del negocio.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 12: ¿Cómo descubrió que su idea podría llegar a ser un negocio exitoso?*

**Gráfico 20: Cómo descubrió que su idea podía llegar a ser un negocio exitoso**



Fuente: Elaboración propia

Dentro de la encuesta realizada, se apunto a rescatar las fuentes influyentes en el descubrimiento de que el negocio podía llegar a ser un negocio exitoso, para lo cual las principales fuentes radican en que el negocio nació en una época en donde se buscaba satisfacer una necesidad latente en la población la cual en ese entonces no había sido totalmente cubierta y por lo cual los emprendedores vislumbraron una oportunidad de negocio. Otra fuente de descubrimiento de un negocio exitoso se encuentra dado por la buena atención que brindan los negocios, lo cual es un factor fundamental para que los consumidores se sientan a gusto y puedan transformarse posteriormente en clientes fidelizados, sin embargo, otra parte de la población indicó que no tenían conocimiento acerca de cómo descubrieron que su negocio podía llegar a ser exitoso, sino más bien fue una situación que se dio con el transcurso del tiempo.

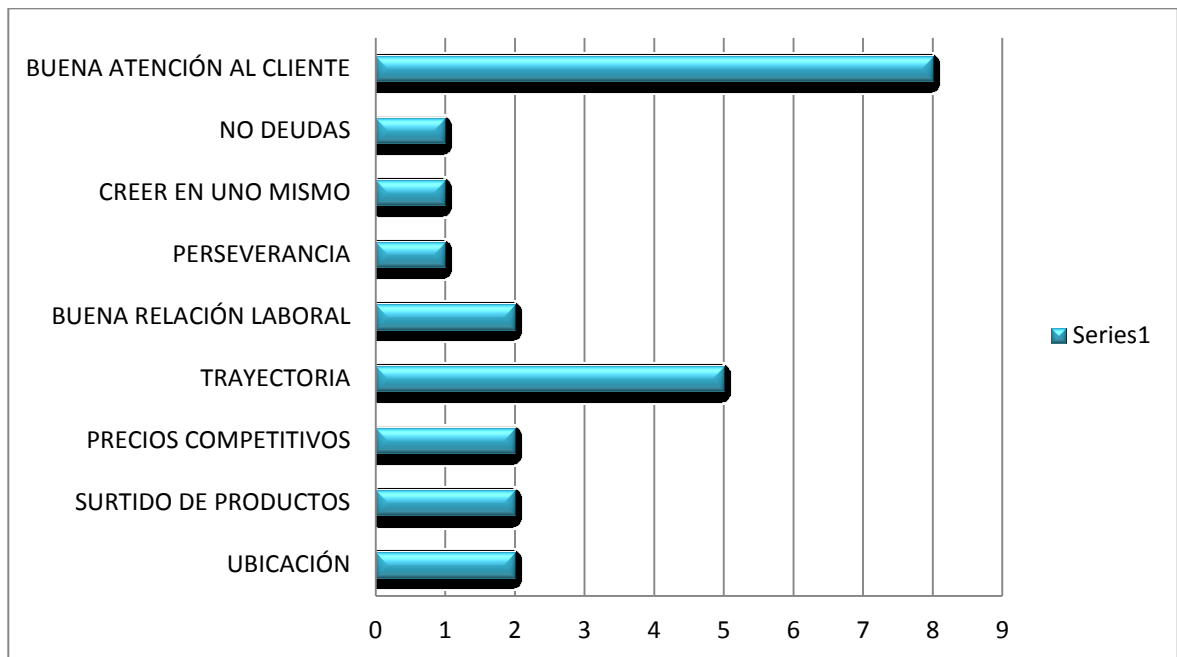


UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 13: Principales fortalezas y debilidades que considera que presenta su negocio*

En esta pregunta, se consultó a cada empresario por dos ventajas y dos desventajas que a su parecer presentaba su negocio, lo cual dio como resultado lo que se puede observar en los siguientes gráficos:

**Gráfico 21: Fortalezas que presentan los negocios**



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico anterior, se puede apreciar que las fortalezas que fueron mayormente mencionadas por los empresarios corresponden a la Buena atención al Cliente y la Trayectoria del negocio, lo cual va directamente relacionado con el resultado brindado en una pregunta anterior en donde se concluía que la mayor parte de los negocios asociados a la Cámara de Comercio de Chillán se encontraban hace más de 15 años trabajando dentro del rubro, por lo que poseen una trayectoria ya establecida dada por la excelencia en la atención que brindan a sus clientes. Otras de las fortalezas nombradas por los



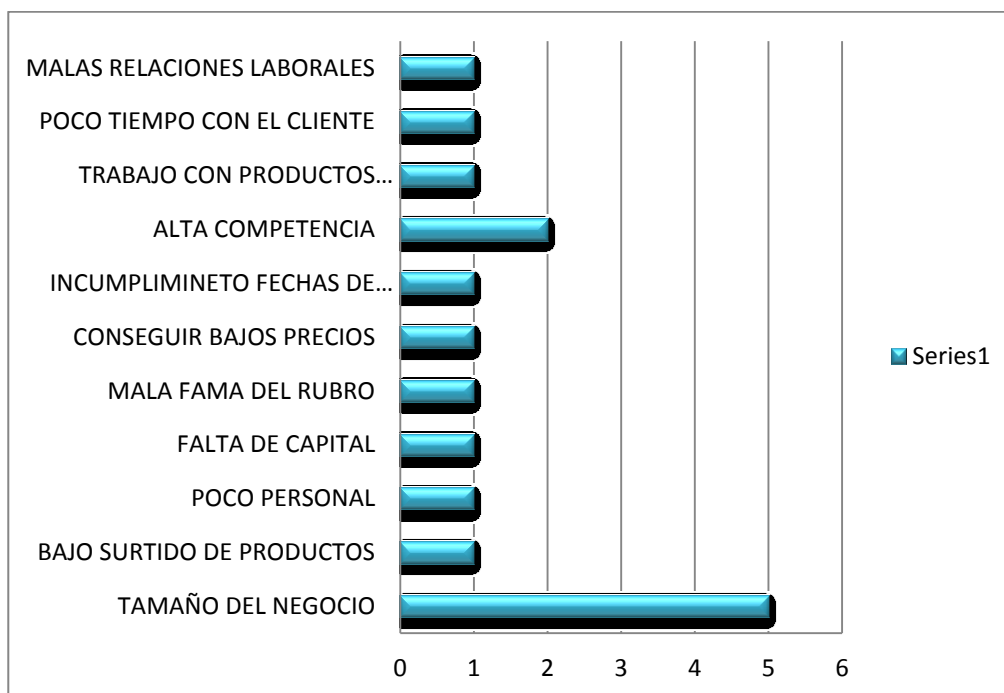


UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

emprendedores son la ubicación del negocio, el surtido de productos, precios competitivos y buena relación laboral.

En cuanto a las principales debilidades que fueron nombradas por los encuestados, la que sobresale es el tamaño del negocio, en donde 5 empresarios la indicaron como un punto deficiente en su negocio, por otro lado, esta debilidad es secundada según los resultados por la alta competencia que existe dentro del mercado, en donde resulta fundamental establecer bajos precios para ser más competitivos.

**Gráfico 22 Debilidades que presentan los negocios**



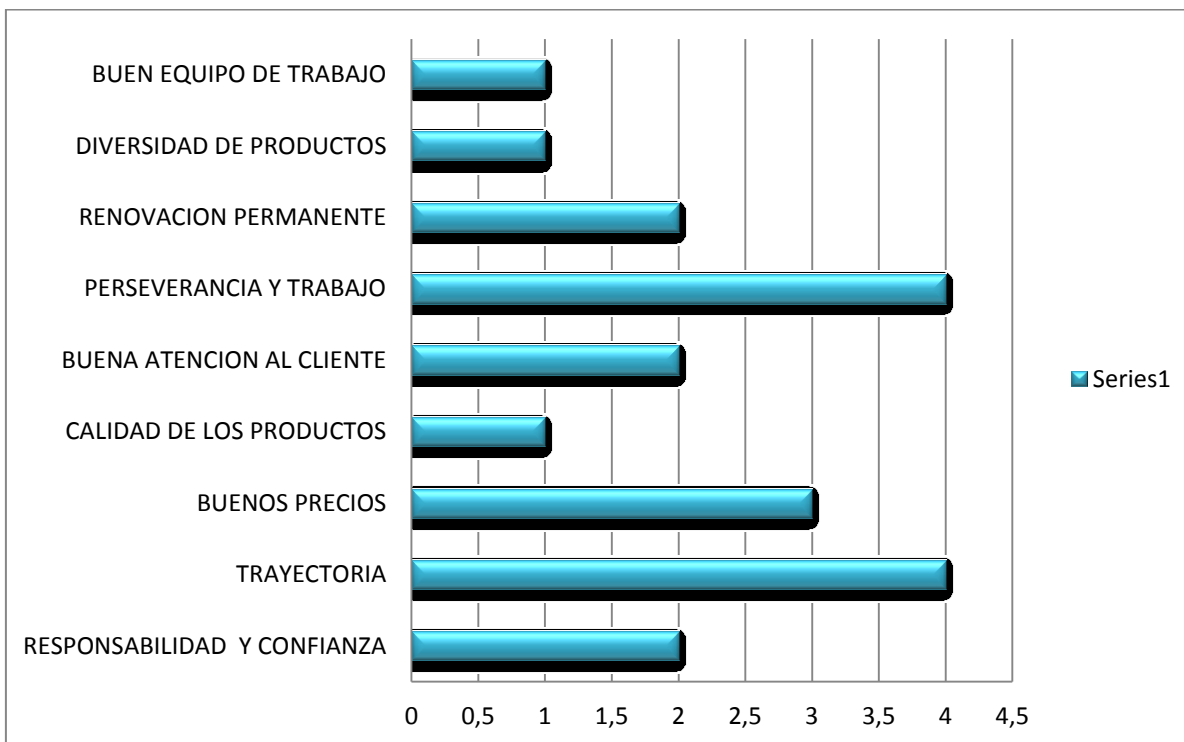
Fuente: Elaboración propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 14: ¿Cuál cree usted que es el factor clave de éxito en su negocio?*

**Gráfico 23: Factor clave de éxito en el negocio**



Fuente: Elaboración propia

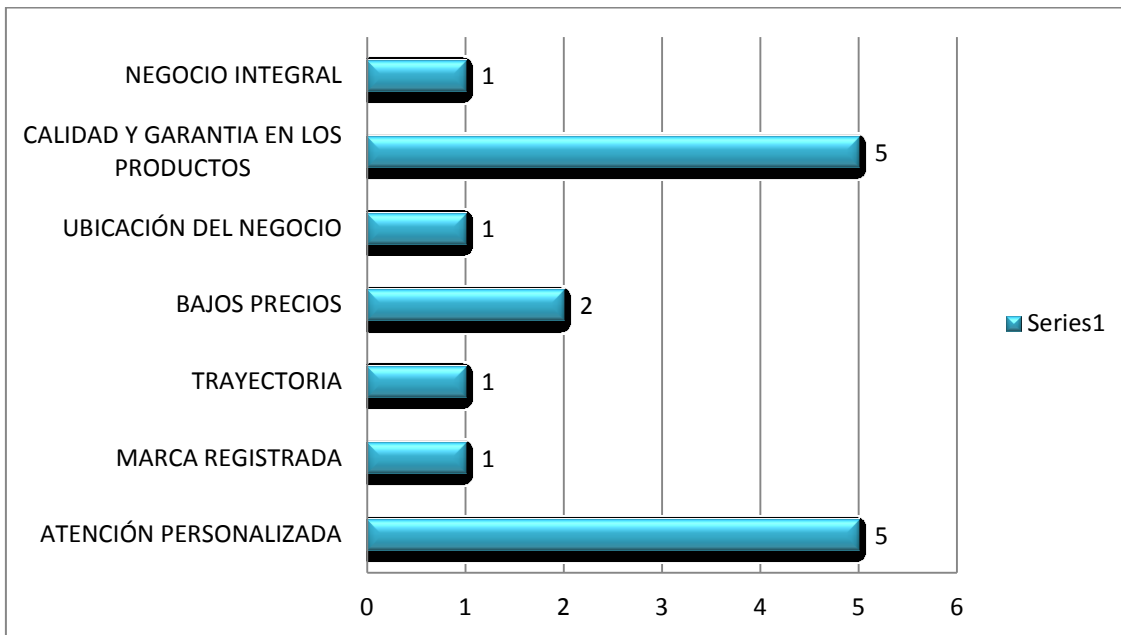
En esta pregunta, se buscaba que los empresarios identificaran los factores claves de éxito con los cuales han desarrollado sus distintas actividades económicas, para lo cual resaltan indiscutiblemente la trayectoria del negocio y la perseverancia, junto al trabajo realizado por los dueños del negocio lo que se alinea con los resultados obtenidos en la pregunta anterior en donde se establece la variable trayectoria como una fortaleza para los empresarios; otro de los factores claves determinados por los empresarios son los buenos precios seguido por la responsabilidad y confianza, la buena atención al cliente y la renovación permanente del negocio.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 15: ¿En qué se diferencia su negocio a otros del mismo rubro?*

**Gráfico 24: Pregunta n° 15**



Fuente: Elaboración propia

Finalmente para cerrar el análisis obtenido en este ámbito se consulto por aquellas variables del negocio que permitían que estos se diferenciaron a los de la competencia, dando como resultado que 5 emprendedores coincidieran en que su negocio se diferencia principalmente en dos áreas, una de ellas tiene relación con la atención personalizada que entregan a sus clientes permitiendo que éstos vuelvan en un futuro al negocio y la otra radica en la calidad y garantía presentes en los productos que ofrecen. Por otro lado, de igual forma se hizo mención a los bajos precios que es un punto relevante para diferenciarse de una u otra empresa.



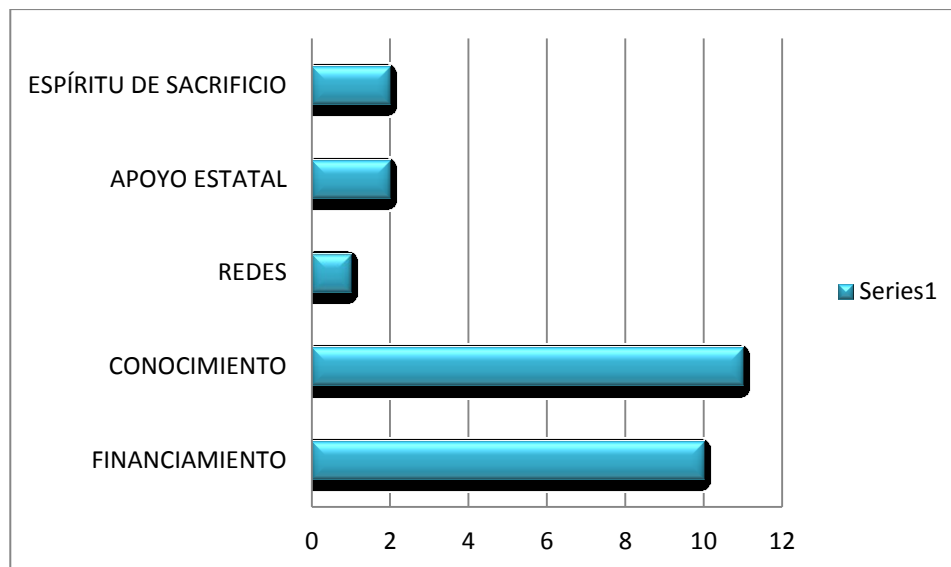
UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 3.7.2 Creación de un Negocio

En este ámbito se establecieron tres preguntas que tienen relación con la creación de un negocio para lo cual a continuación se muestran los resultados.

- *Pregunta N° 16: ¿Qué aspectos considera de vital importancia al momento de crear una empresa?*

**Gráfico 25 Aspectos de vital importancia al iniciar una empresa**



Fuente: Elaboración Propia

Para responder esta pregunta se dio la opción de responder más de una opción, por lo que los resultados muestran que 11 de los encuestados concordaron en que el conocimiento es el factor de mayor relevancia para iniciar un negocio, este tipo de conocimiento puede ir dirigido tanto al mundo de los negocios como del rubro en el que se opera; en segundo lugar, quedó relegado el factor financiamiento con una concordancia de 10 encuestados, pues si no existe capital disponible para emprender en un negocio, difícilmente se podrá poner en marcha y funcionamiento el mismo, puesto que existen una serie de gastos incurridos por el sólo hecho de trámites de iniciación de actividades, sin contar la

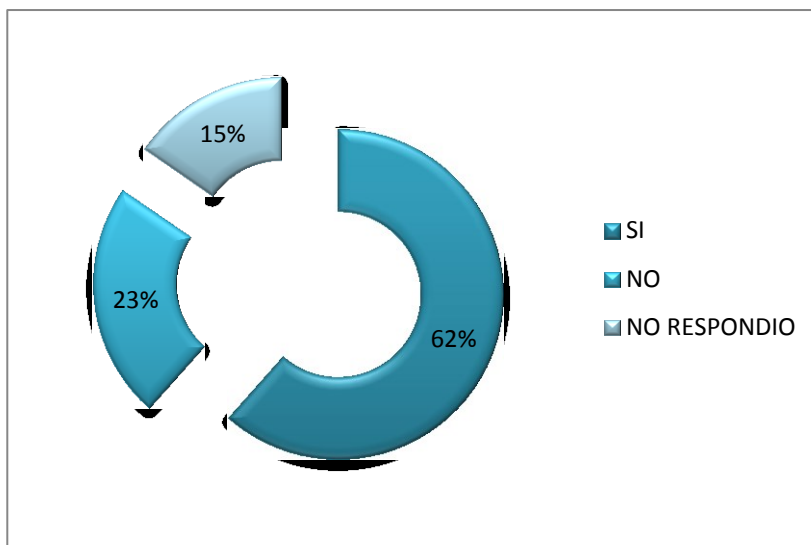


UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

adquisición de maquinaria, adquisición de materia prima, arriendo o compra del local comercial, etc. Otros de los aspectos relevantes a los cuales hacen mención los encuestados tienen relación con el apoyo estatal, el espíritu de sacrificio y finalmente el tema de redes de contactos que pudieran hacer más expedita la creación e iniciación del negocio.

- *Pregunta N° 17: Cuando decidió emprender, ¿contaba con algún conocimiento del Mundo de los negocios?*

**Gráfico 26: Conocimiento relacionado con el mundo de los negocios**



Fuente: Elaboración propia

Para responder esta pregunta, se había establecido en una primera instancia dentro de la encuesta sólo dos alternativas siendo estas sí o no, sin embargo, hubo que añadir una tercera opción ya que no todos los encuestados dieron respuesta a esta interrogante. Como se puede apreciar en el gráfico n°5 un 62% de los encuestados dijo tener conocimiento del mundo de los negocios, en tanto que un 23% mencionó no tenerlo; por otra parte un 15% de los encuestados no dio respuesta alguna a esta interrogante.

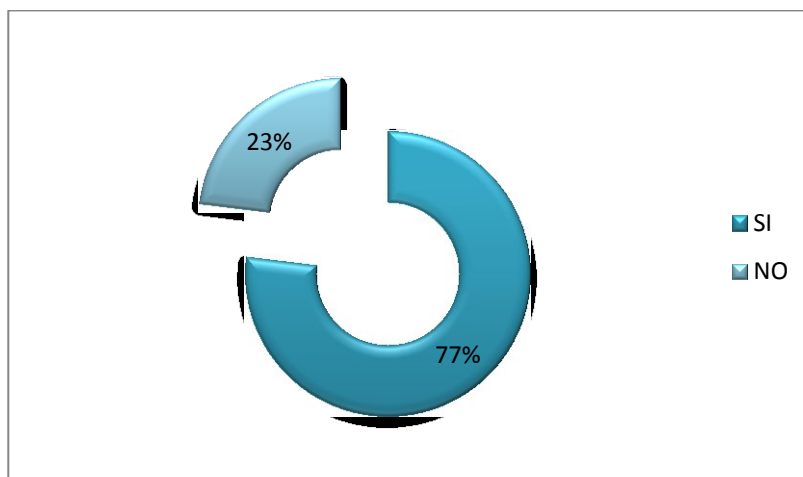


UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

De los que respondieron que si contaban con un algún tipo de conocimiento del mundo de los negocios al cual se estaban insertando, estos dieron como información adjunta que el tipo de conocimiento que habían adquirido estaba supeditado en la gran mayoría por la experiencia dada de empleos anteriores a la independencia laboral, por otro lado, un emprendedor hizo referencia al mismo tema de la experiencia en el mundo de los negocios pero basada en la proveniencia de una familia comerciante.

- *Pregunta N° 18: ¿Considera que es importante contar con una formación técnica o profesional para el mejor manejo de su negocio? ¿Por qué?*

**Gráfico 27: Pregunta n° 18**



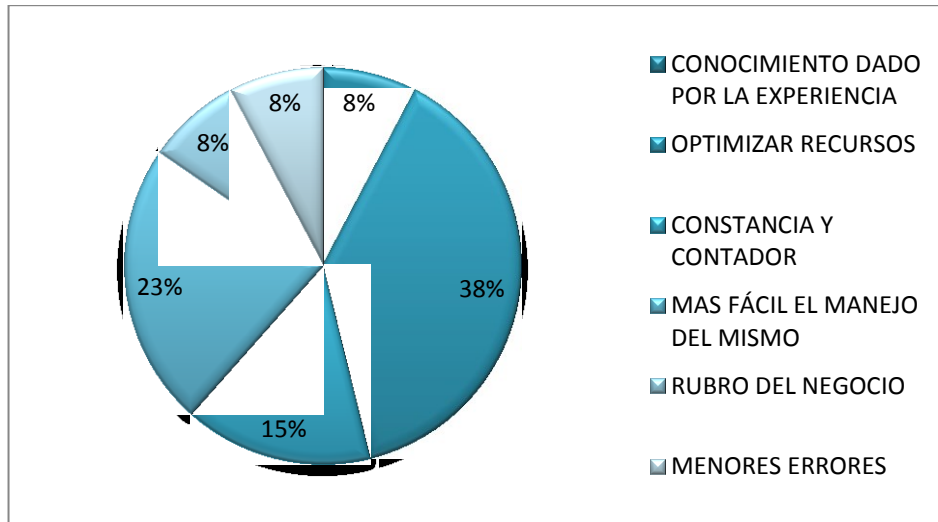
Fuente: Elaboración Propia

De los encuestados, un 77% respondió que si consideraba importante contar con una formación técnica o profesional, en tanto que un 23% de los encuestados respondió que no era necesario este tipo de formación para sobrellevar un negocio.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**Gráfico 28 Porque es necesario una formación técnica o profesional**



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, para dar respuesta al porque consideraban o no importante contar con una formación en materia de negocios las respuestas dadas se presentan en el gráfico n°7, en donde destaca que la principal consecuencia que trae consigo una formación técnica o profesional, radica en que permite optimizar de mejor manera los recursos con los que cuenta la empresa, haciendo un mejor uso tanto de la materia prima como de los bienes de capital con los que cuenta el negocio. Por otro lado, se hace mención a que una formación técnica o profesional permite tener un manejo más fácil del mismo, pues se conocen los procedimientos para realizar una u otra actividad, además permite tener mejores argumentos al momento de realizar una venta, permite competir de manera más eficiente dentro del mercado. Finalmente hacer mención a una frase que destacó el dueño de Florería las Violetas en donde postula que *“Todo esfuerzo realizado, tiene que ser bien administrado”*(Toledo, 2013)<sup>8</sup>.

De los que respondieron que no era necesario contar con una formación técnica o profesional, dieron como fundamento que no era necesario, pues bastaba con la constancia que ponían los dueños en el negocio junto con el rol fundamental que realiza el contador,

<sup>8</sup> En Encuesta Semi-estructurada aplicada



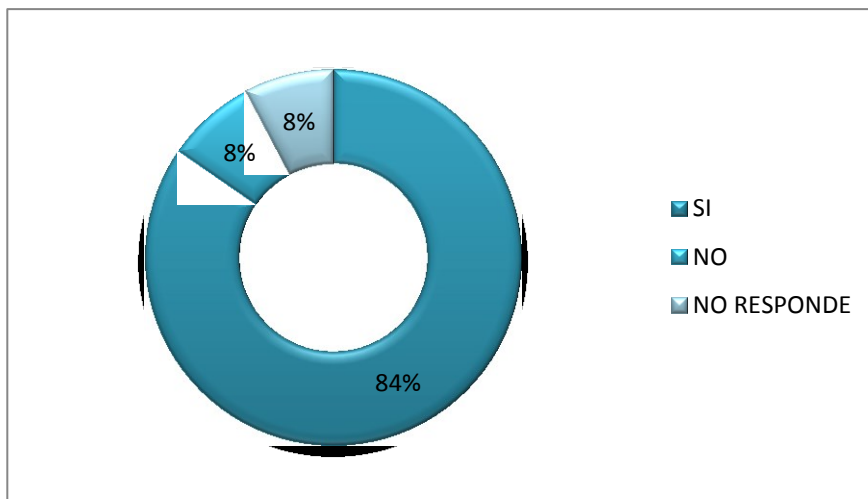
UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

quine muchas veces actúa como administrador de los negocios, además se mencionó que el conocimiento también puede estar dado por la experiencia.

### 3.7.3 Apoyo y Fuentes de Financiamiento

- *Pregunta N° 19: ¿Considera importante contar con apoyo para iniciar un negocio? ¿Por qué?*

**Gráfico 29: Considera importante contar con apoyo para iniciar un negocio**



Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados un 84% respondió afirmando que es necesario contar con apoyo para iniciar un negocio, en tanto que un 8% respondió que no era necesario y el otro 8% restante no dio respuesta alguna a esta pregunta. De los que respondieron afirmativamente dieron como fundamento que es indispensable el apoyo pues se da más fácil el negocio, pudiendo sobrellevar ciertas dificultades que se pudieran presentar o simplemente realizando mejores gestiones; por otro lado, los encuestados hicieron mención a que el apoyo es indispensable para tener una mejor información del entorno.

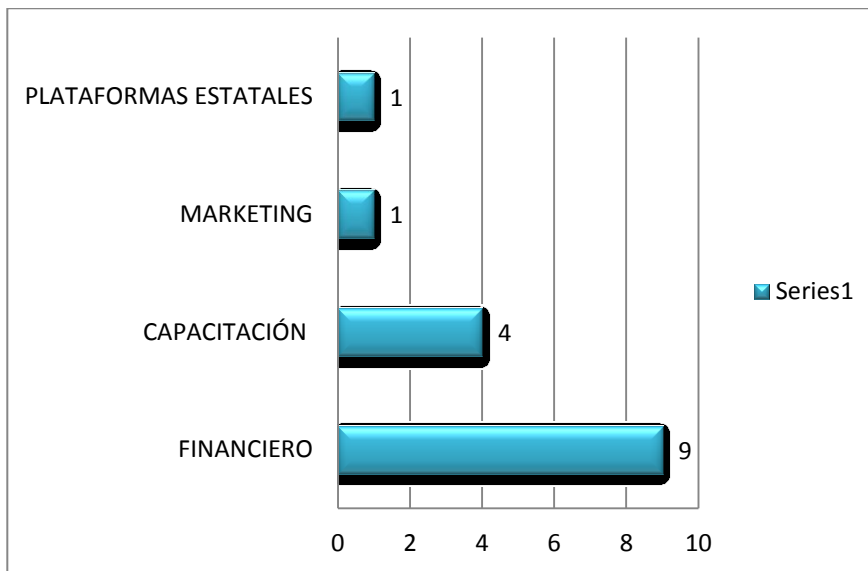




UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 20: Con respecto a la pregunta anterior, ¿A qué tipo de apoyo se refiere?*

**Gráfico 30: Tipo de apoyo referido**



Fuente: Elaboración propia

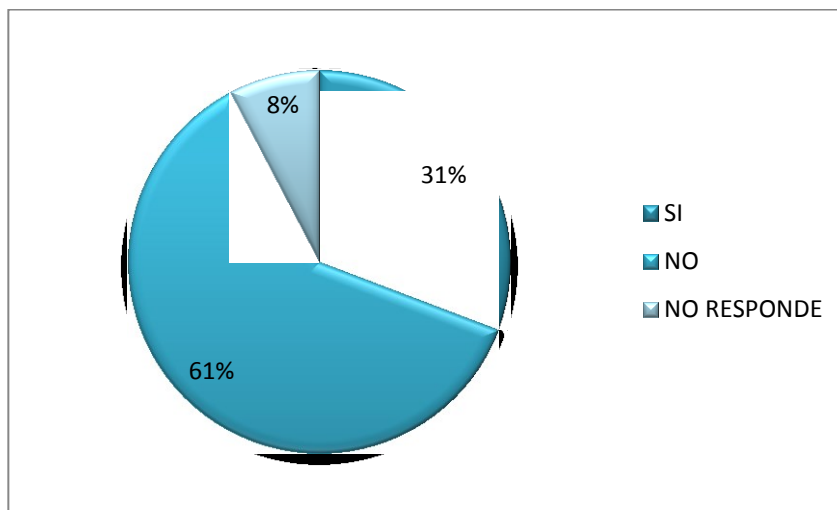
En relación con la pregunta anterior, los elementos que presentaron los encuestados para indicar el tipo de apoyo que es necesario para iniciar un negocio, se encuentra dado por dos fuentes principales en primer lugar el financiero y en segundo lugar la capacitación para los cuales 9 y 4 empresarios respectivamente fueron los que coincidieron en estas variables; y esta respuesta se alinea lógicamente con los resultados de preguntas expuestas anteriormente.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 21: ¿Ha utilizado alguna Fuente de Financiamiento Público?*

**Gráfico 31: Utilización de Fuentes de Financiamiento Público**



Fuente: Elaboración propia

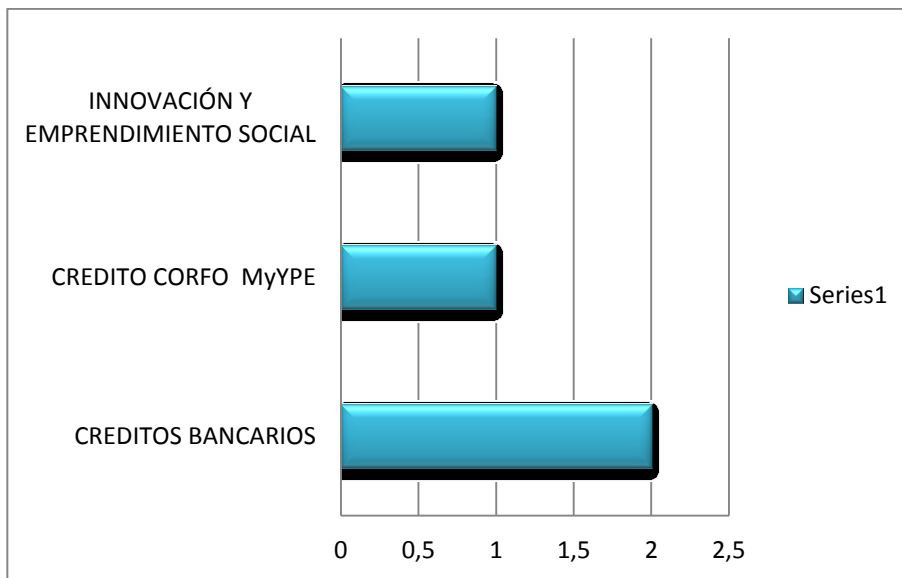
Esta pregunta busca determinar cómo ha sido la utilización de las diversas Fuentes de Financiamiento existentes, dentro de los empresarios de Chillán, en los resultados que se presentan, un 61% de los encuestados lo que equivale a 8 personas, respondió no haber utilizado una fuente alguna, en cambio 4 personas equivalente al 31% respondió si ha utilizado una fuente de financiamiento para realizar un emprendimiento, por otro lado sólo una persona se limitó a responder esta interrogante.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 22: ¿Cuál fue la Fuente de Financiamiento utilizada?*

**Gráfico 32: Fuente de Financiamiento utilizada**



Fuente: Elaboración propia

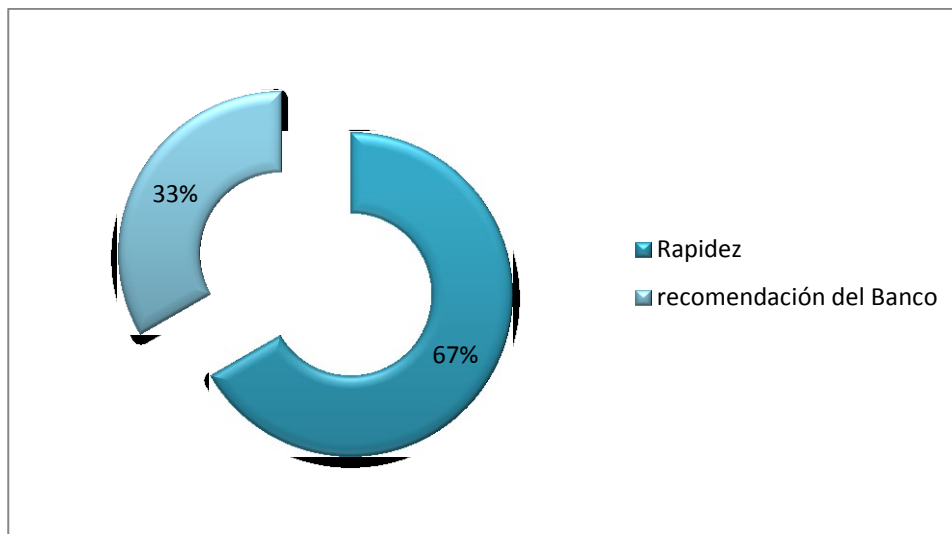
En cuanto a las fuentes de financiamiento más utilizadas, por quienes respondieron haber utilizado alguna fuente se destacan en primer lugar los Créditos otorgados por los Bancos, los cuales fueron utilizados por dos del total de encuestados; por otro lado, sólo dos personas mencionaron haber utilizado alguna fuente de financiamiento público entregado por un organismo estatal, las cuales fueron el Crédito CORFO MyYPE y el programa de Innovación y Emprendimiento Social de CORFO.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 23: ¿Por qué utilizó esa Fuente de Financiamiento?*

**Gráfico 33: Fundamentos para la utilizar de Fuentes de Financiamiento**



Fuente: Elaboración propia

De los cuatro encuestados que respondieron haber utilizado una fuente de financiamiento, sólo 3 dieron respuesta a esta pregunta, en donde los que dijeron haber utilizado el Crédito Bancario indicaron que hicieron uso de dicha fuente por la rapidez en la gestión y entrega de los recursos, en cambio uno de los que respondió haber utilizado una Fuente de carácter público, enfatizó en que lo hizo porque se lo recomendó el Banco.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta n°24 ¿Cuál fue su motivación para capturar recursos de esa Fuente de Financiamiento?*

Esta pregunta, fue respondida por sólo 3 de los 4 empresarios que indicaron haber postulado a un Fuente, en donde cada uno planteó una motivación diferente que lo impulso, siendo éstas la rapidez en la gestión y entrega de recursos; en segundo lugar, plantearon que les permitiría una mejoría en su negocio y una ampliación del rubro, finalmente mencionaron que se motivaron pues les permitiría la adquisición de nueva maquinaria para su negocio.

- *Pregunta N° 25 ¿Cuánto tiempo dedico a la captación de Fuente de Financiamiento?*

En relación a ésta pregunta, la encuesta indicó que menos de 3 meses fue el tiempo dedicado a la captación de recursos de una fuente de financiamiento, en donde es importante mencionar que sólo 2 personas dieron respuesta a esta pregunta, lo que se debe a la escasas de tiempo que presentan los dueños de estos negocios, pues la gestión con los proveedores y otros les limita los tiempos que pueden dedicar a otros ámbitos de sus negocios.

- *Pregunta N° 26 ¿Recibió el apoyo solicitado?*

Esta pregunta fue respondida sólo por dos empresarios, de quienes respondieron haber utilizado una fuente de financiamiento, por lo que estos indicaron que finalmente recibieron los recursos del programa al cuál habían hecho la postulación.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 27 ¿Por qué cree que no ha recibido recursos?*

De los encuestados de respondieron no haber utilizado una Fuente de Financiamiento, sólo 2 empresarios dieron respuesta a esta pregunta, indicando que no han recibido recursos simplemente porque no se han dado el tiempo o no han necesitado buscar recursos externos.

- *Pregunta N° 28 ¿En qué contribuyó a su negocio la adjudicación de dicha fuente de financiamiento?*

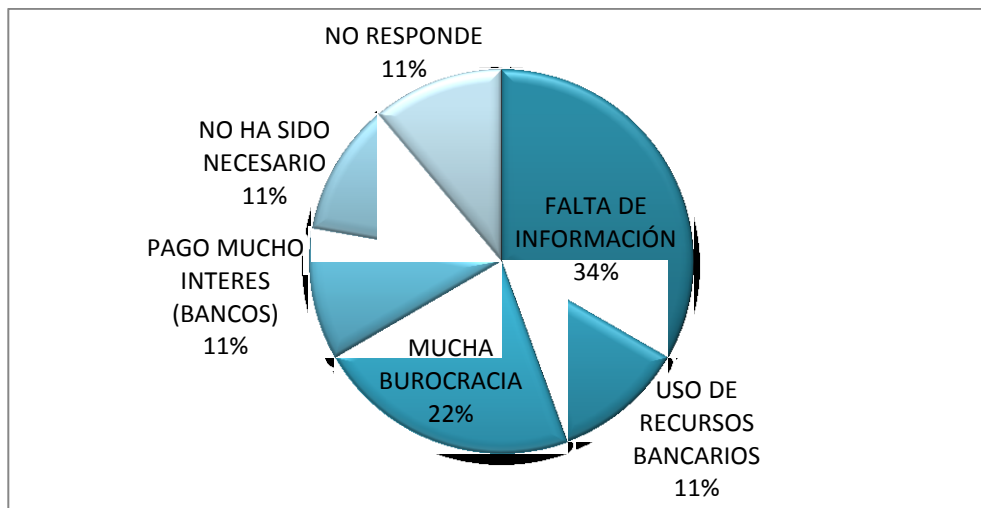
Los dos principales beneficios que fueron planteados por los encuestados es que la entrega de recursos externos les permitió invertir en mercaderías y les permitió un aumento en las ventas, razones estrechamente ligadas una con la otra, pues la inversión en nueva mercadería de por sí les permite tener una mayor variedad de productos y un stock más amplio de los mismos, por lo que el cliente se entusiasmará en adquirir nuevos productos o simplemente más de los mismos.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 29 ¿Por qué no ha postulado a una Fuente de Financiamiento?*

**Gráfico 34 Razones de la no postulación a una Fuente de Financiamiento**



Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta, fue respondida por todos aquellos empresarios que indicaron no haber utilizado una Fuente de Financiamiento, dando como fundamento las alternativas que se presentan en el gráfico anterior, en donde la principal razón de la no utilización de recursos públicos, se encuentra dada por la falta de información con la que cuentan los empresarios y emprendedores, por otro lado esta razón es secundada por los altos niveles de burocracia que presenta el sistema, en donde es necesario contar con muchos documentos y trámites para la postulación y gestión del mismo y para lo cual los empresarios no poseen el tiempo o los conocimientos necesarios para cumplir con lo que pide el sistema.

Entre las otras razones que se mencionan en la encuesta se encuentran: que no han utilizado las fuentes de financiamiento porque han hecho uso de recursos bancarios otro encuestado refiriéndose a los créditos bancarios indicó que existe un costo muy alto por concepto de interés del préstamo o simplemente porque no ha sido necesario solicitar recursos externos para el funcionamiento del negocio.



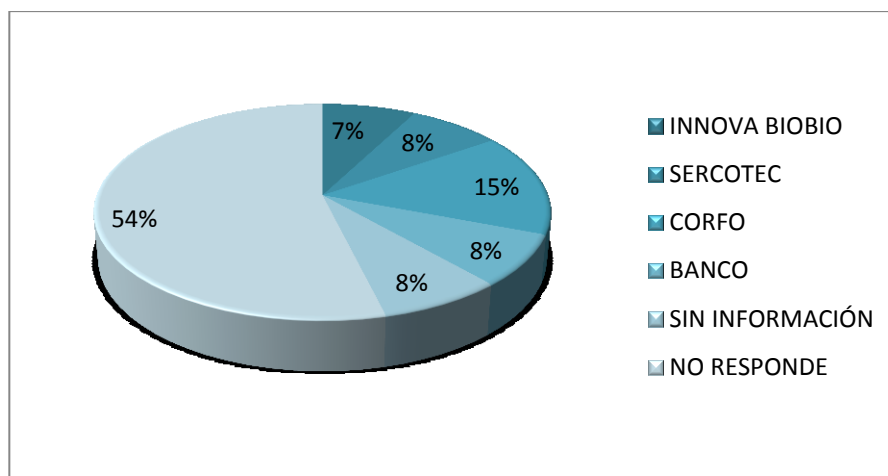
UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 30 Principales dificultades al momento de postular a una fuente de financiamiento*

Los resultados de la encuesta, indican que sólo tres de los empresarios encuestados fueron los que dieron respuesta a esta pregunta, los cuales cada uno dio una alternativa diferente, siendo estas la burocracia que presenta el sistema, seguida por los documentos técnicos requeridos para la postulación y finalmente un encuestado indicó que no evidenciaba ninguna dificultad para postular a una fuente de financiamiento.

- Pregunta N° 31 ¿Qué organismo financiador le entrega mayor confianza?

**Gráfico 35 Organismo Financiador con mayor confianza**



Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta, se consultó acerca de la confianza que les presenta a los empresarios los distintos organismos financiadores, en donde un 54% de los encuestados no respondió esta pregunta, en tanto que un 15% indicó que CORFO es el organismo que les presenta un mayor grado de confianza, en cuanto a postular a una Fuente de financiamiento. Los otros organismos que fueron mencionados en relación al grado con confianza fueron Innovabiobio, Sercotec y los Bancos.

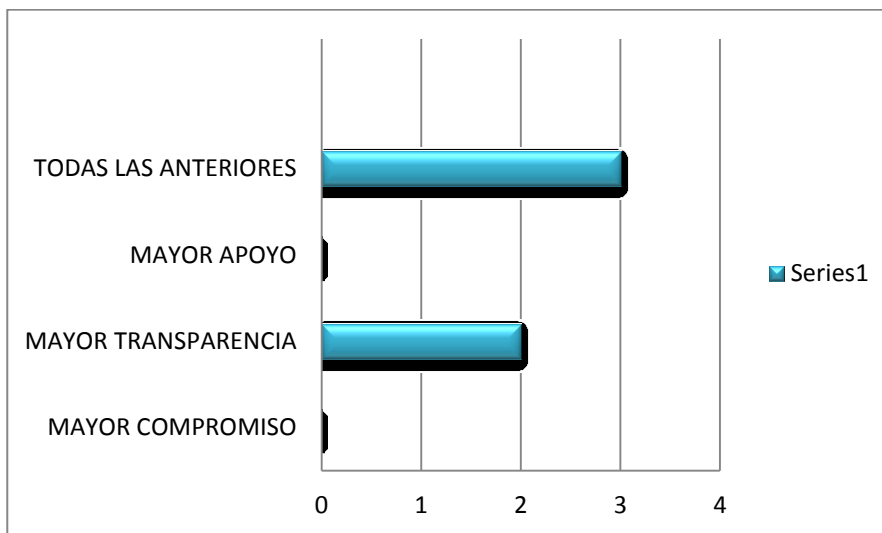




UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 32 ¿Qué variables influyen en la confianza hacia dicho organismo?*

**Gráfico 36: Variables que influyen en la confianza hacia los Organismos Financiadore**



Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta busca dar respuesta a las variables fundamentales en las que deben trabajar los Organismos financieros para potenciar la imagen que tienen los empresarios y emprendedores de la población acerca de ellos, en donde los resultados de la encuesta postulan que el apoyo, la transparencia y el compromiso en su conjunto son lo que hacen que los empresarios y emprendedores depositen su confianza en uno u otro organismos para financiarse.

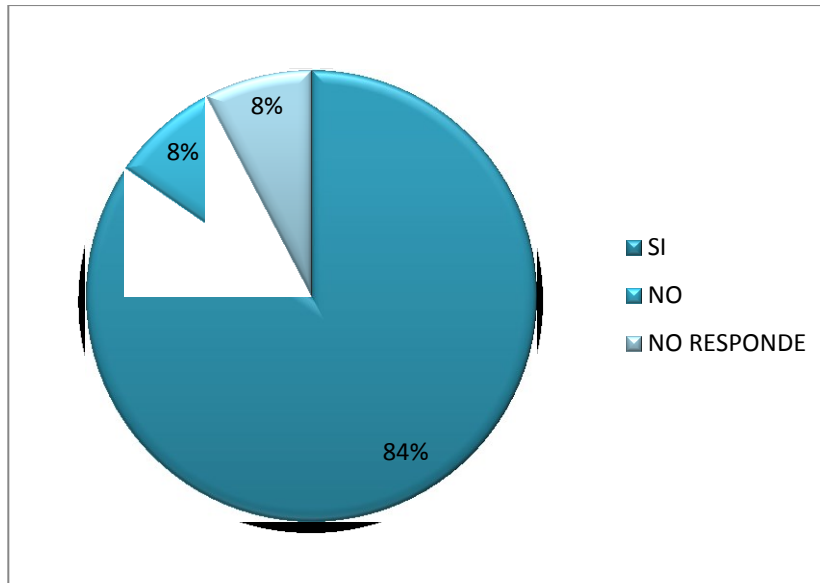
Por otro lado, dos encuestados indicaron que sólo la transparencia es un factor clave para garantizar un mayor grado de confianza.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 33 ¿considera que existe poca información acerca de las Fuentes de Financiamiento?*

**Gráfico 37 Pregunta N° 33**



Fuente: Elaboración propia

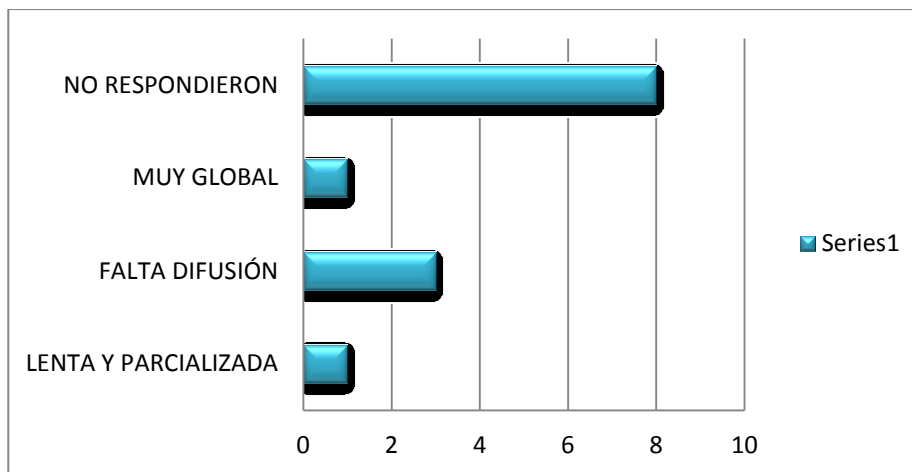
En esta pregunta, un 84% de los encuestados, respondió que realmente existe una muy baja información acerca de las Fuentes de Financiamiento disponible para la población, en tanto que un 8% no dio respuesta a esta pregunta, y el otro 8% restante indicó que la información que existe no es poca.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 34 ¿Cómo considera que se entrega la información por los Organismos Financiadorees?*

**Gráfico 38 Pregunta N° 34**



Fuente: Elaboración propia

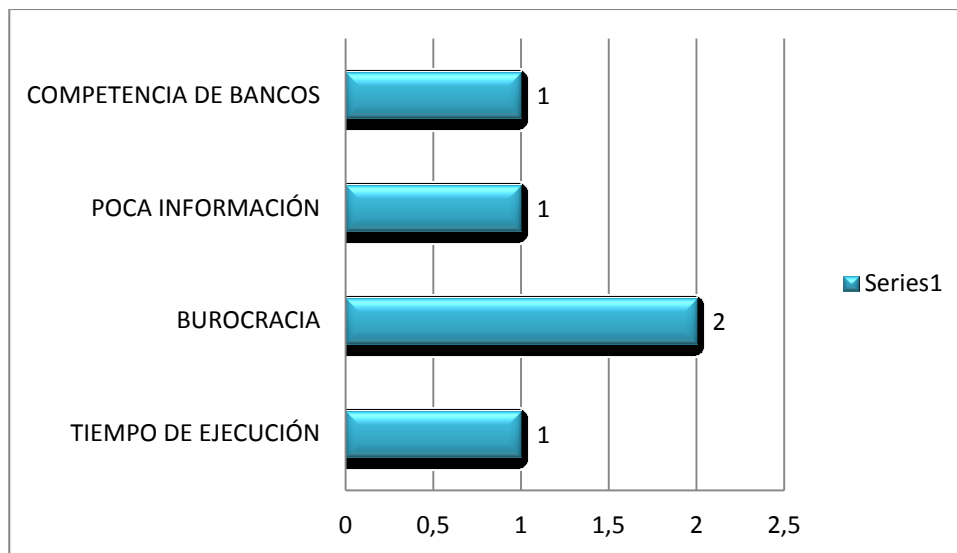
De los encuestados que respondieron esta pregunta, tres indicaron que aún existe un alta de difusión de la información relevante para postular a los distintos programas de financiamiento que otorgan los organismos financiadores, por otro lado, se hizo mención a que la información que se entrega es lenta y parcializada junto con que entrega datos a modo muy general no especificando en lo realmente relevante. Finalmente es necesario mencionar que un total de 8 empresarios no indicaron respuesta alguna para esta pregunta.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- *Pregunta N° 35 Mencione Ventajas y Desventajas que presentan las Fuentes de Financiamiento*

**Gráfico 39: Desventajas que presentan las Fuentes de Financiamiento**



Fuente: Elaboración propia

De todos los que respondieron esta pregunta, la única ventaja que se fue mencionada es que permite la oportunidad de emprender para aquellos que no cuentan con los recursos propios para hacerlo.

En tanto que la mayoría de los encuestados enfatizó en las desventajas que presentan las Fuentes de Financiamiento, siendo la principal de estas, la existencia de mucha burocracia en el sistema, seguida por la poca información que existe, los altos tiempos de ejecución de los programas y la alta competencia de los bancos quienes ofrecen créditos con facilidades para empresarios Pymes.

Por otro lado, de los 9 encuestados que no respondieron esta pregunta, sólo 1 dijo que no podía opinar al respecto puesto que no tiene información acerca de las Fuentes de Financiamiento.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

# ***CAPÍTULO 4:***

# ***MANUAL***

---



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## CAPÍTULO 4: MANUAL

La creación de un negocio o emprendimiento, trae consigo una serie de trámites y gestiones fundamentales para transformar una idea emprendedora en un negocio, en donde la gestión más importante y al mismo tiempo que más complejidades presenta es el acceso a recursos económicos, lo cual permite al empresario solventar sus inversiones tanto en capital de trabajo, en gastos y en todos aquellos requerimientos necesarios que se asocian al funcionamiento de la empresa y su crecimiento.

Según lo mencionado anteriormente, es que se puede decir que para realizar un proyecto de negocio, la búsqueda de financiamiento resulta uno de los pasos más importantes y complicados de todo el proceso, aunque hoy en día, existen una serie de fuentes de financiamiento destinadas ayudar y apoyar a los emprendedores en el proceso de iniciación del negocio, ya que es en esta etapa en donde el emprendedor necesita de un alto grado de capital, el que es invertido en diferentes aspectos de este proceso, provocando que los emprendedores realicen un gran desembolso trayendo consigo una carga que muchas veces las pequeñas y medianas empresas no pueden solventar produciendo como consecuencia el abandono de la actividad comercial.

Lo importante a tener en cuenta es que para que éstas resulten exitosas, es necesario que cuenten con un apoyo institucional, legislativo, y particularmente político, en donde los instrumentos de financiamiento son necesarios para establecer un impulso real de este segmento de empresas, por lo que se puede decir, que generalmente los gobiernos apuntan a formalizar una serie de políticas públicas, instrumentos financieros y apoyos en capacitación.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Sin embargo, los resultados de la investigación de campo realizada, indican que a pesar de que existe un sinnúmero de programas que van en apoyo a las pymes, aún no existe la información necesaria disponible para los empresarios, por lo que el objetivo central que busca cumplir este trabajo es generar un instrumento de consulta para los emprendedores y empresarios, a quienes la información no les es proporcionada.

A continuación se presentarán las diversas opciones de financiamiento público disponible para la población de la Provincia de Ñuble, las cuales se distribuyen según la institución que gestiona cada programa.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## 4.1 Programas de Innova Biobío

Como se ha mencionado anteriormente, este Organismo presenta programas de apoyo y financiamiento exclusivamente para la población de la Región del Biobío, en donde el eje primordial de los proyectos presentados a postulaciones debe contener la innovación como variable impulsora de la actividad económica.

A continuación se presentarán las oportunidades de apoyo que presenta este organismo para la Provincia de Ñuble.

### 4.1.1 Convocatoria de Apoyo a Tesis

<b><i>¿Qué es Convocatoria de Apoyo a Tesis?</i></b>	<b>Es un programa de cofinanciamiento para trabajos de titulación, en donde los temas trabajados deben ser de interés público y/o privado que presenten resultados visibles en aquellas áreas de gran interés regional.</b>
<b><i>¿En qué consiste?</i></b>	Este programa consiste en el cofinanciamiento no reembolsable destinado a actividades relacionadas con Trabajos de titulación, Memorias o Tesis innovadoras propuestas.
<b><i>¿Qué entrega?</i></b>	<p>Los montos destinados se dividen en dos categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tesis de Pregrado: cofinanciamiento hasta un 90%, con un tope de \$1.000.000.</li> <li>• Tesis de Postgrado: cofinanciamiento hasta un 90% con un tope de \$1.500.000.</li> </ul>
<b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b>	Este programa se encuentra destinado para que postulen alumnos regulares de pre y post grado de Educación Superior domiciliados en la Región del Biobío, quienes se encuentren en proceso de formulación de sus tesis, memorias o trabajo de titulación.
<b><i>Requisitos</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser Alumno regular de pre o post grado de alguna Institución de Educación Superior acreditada por la Comisión Nacional de</li> </ul>





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

	<p>Acreditación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar desarrollando Trabajo de Titulación</li> <li>• Tener a la fecha de postulación el tema de la Tesis debidamente aceptada por la Institución de Educación Correspondiente</li> <li>• Estar domiciliado en la Región del Biobío</li> <li>• Presentar temas de Tesis de Interés Público, Privado, Tesis de Emprendimiento y Trabajos de Titulación.</li> </ul>
<p><b>Documentos exigidos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificado de Alumno regular</li> <li>• Fotocopia cédula de identidad</li> <li>• Curriculum del postulante</li> <li>• Carta del profesor guía firmada que certifique que el tema de tesis fue aprobado</li> <li>• Anteproyecto de la Tesis</li> <li>• Carta del patrocinador firmada por el representante legal de la institución</li> <li>• Cotizaciones que respalden los costos incurridos</li> </ul>
<p><b>¿Cómo postular?</b></p>	<p>Para realizar la postulación, es necesario hacerlo a través de Internet en la Plataforma de Postulación online <a href="http://www.innovabiobio.cl">www.innovabiobio.cl</a>.</p> <p><b>Paso 1:</b> inscribirse como usuario en <a href="http://www.convocatoriatesis.innovabiobio.cl/">http://www.convocatoriatesis.innovabiobio.cl/</a>, en donde es necesario inscribir un correo vigente y crear una clave de acceso.</p> <p><b>Paso 2:</b> rellenar los siguientes campos requeridos para la postulación<sup>9</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación del proyecto</li> <li>• Identificación de los participantes</li> <li>• Selección del patrocinador</li> <li>• Cuestionario de postulación</li> <li>• Planificación</li> <li>• Estructura de costos</li> <li>• Datos de la institución educacional</li> </ul> <p><b>Paso 3:</b> Confirmar la postulación dentro de la plataforma, con lo cual el proyecto quedará como postulado.</p>

Fuente: InnovaBiobío. Elaboración Propia

<sup>9</sup> Las postulaciones que se encuentren incompletas no formaran parte del proceso de postulación.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.1.2 Convocatoria de Innovación Emprendedora

<p><b>¿Qué es Convocatoria de Innovación Emprendedora?</b></p>	<p>Es un programa de busca el cofinanciamiento de ideas emprendedoras de cualquier índole, para que éstas, se puedan convertir en futuras empresas con un alto grado de potencial de crecimiento.</p>
<p><b>¿En qué consiste?</b></p>	<p>Este programa consiste en la postulación de dos tipos de iniciativas que contemplen una innovación dentro de la Región del Biobío, cual puede ser postulado a través de un patrocinador o sin él<sup>10</sup>; cuyos proyectos contemple:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Desarrollo de nuevos negocios:</u> proyectos basados en la implementación y puesta en marcha de negocios constituyentes de un factor innovador para la región, el cual debe estar validado en un nivel técnico y comercial.</li> <li>• <u>Desarrollo de Prototipos:</u> Proyectos basados en la fase inicial de su implementación y que requiera el desarrollo de prototipos para su validación técnica o comercial, y que al mismo tiempo presente potencial para convertirse en un nuevo negocio.</li> </ul>
<p><b>¿Qué entrega?</b></p>	<p>Los montos destinados se dividen en dos categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de nuevos negocios contempla un financiamiento máximo de \$10.000.000</li> <li>• Desarrollo de Prototipos contempla un financiamiento máximo correspondiente a \$5.000.000.</li> </ul> <p>En ambas categorías, el postulante debe cofinanciar un 90% del costo total del proyecto.</p>
<p><b>¿Quiénes pueden postular?</b></p>	<p>Este programa se encuentra destinado para que participen personas naturales o jurídicas mayores de 18 años, en forma individual o en forma asociativa, que deseen crear un negocio innovador y que pertenezcan a la Región del Biobío.</p>
<p><b>Requisitos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser persona natural o jurídica mayor de 18 años.</li> <li>• Residir en la Región del Biobío.</li> <li>• Intención de generar un negocio de carácter innovador.</li> <li>• Proyecto en bases iniciales de implementación, que contenga potencial para convertirse en un negocio innovador.</li> </ul>

<sup>10</sup> El patrocinador será el responsable de la ejecución del proyecto y asegurará el cumplimiento de las obligaciones financieras, es decir, ser el aval técnico y financiero del beneficiario y de tomar las garantías. En tanto si se postula sin patrocinador, el postulante deberá acreditar capacidad financiera para tomar las garantías que exigen las bases del programa.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

***¿Qué financia?***

Entre los ítems que pueden ser financiados por el programa se encuentran:

- Personal
- Servicios, materiales y otros
- Adquisición de Bienes de Capital
- Gastos Financieros asociados a la toma de garantía (Sin patrocinador)
- Costos Patrocinio (hasta un 15% del aporte de Innova Biobío)

***¿Cómo postular?***

Para realizar la postulación, es necesario hacerlo a través de la plataforma de postulación online en el portal de Internet [www.innovabiobio.cl](http://www.innovabiobio.cl) en donde será necesario:

Paso 1: inscribirse como usuario, utilizando un correo electrónico vigente junto con crear una clave de acceso.

Paso 2: completar todos los campos requeridos por la plataforma, de no hacerlo la postulación quedará invalidada.

Paso 3: confirmar la postulación dentro de la plataforma online, luego de haber completado el paso anterior, con lo que el proyecto quedará identificado como postulado.

Fuente: InnovaBiobío. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.1.3 Convocatoria de Innovación en Turismo

<p><b><i>¿Qué es Convocatoria de Innovación en Turismo?</i></b></p>	<p><b>Es un programa que pretende fomentar el nacimiento de nuevos emprendimientos de carácter turístico competitivo, a través de la entrega de un subsidio cofinanciado para proyectos innovadores que se encuentren en las diferentes etapas iniciales de un negocio como lo es la creación, puesta en marcha o despegue del mismo, todo esto en relación al sector del Turismo.</b></p>
<p><b><i>¿En qué consiste?</i></b></p>	<p>Este programa consiste en la postulación de proyectos emprendedores relacionados con el fomento de la actividad de turismo en la Región en donde las iniciativas postiladas pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades sustentables en entornos naturales como por ejemplo en áreas silvestres protegidas</li> <li>• Actividades relacionadas con diversos factores propicios para el turismo como: turismo sustentable, étnico o patrimonial, turismo vivencial, circuitos culturales y gastronomía típica.</li> <li>• Actividades de turismo aventura &amp; outdoors</li> <li>• Actividades más específicas de turismo como: observación de flora y fauna, tour fotográficos, agroturismo, etc.</li> <li>• Cualquier factor u ámbito en estrecha relación con este tipo de actividades turísticas.</li> </ul>
<p><b><i>¿Qué entrega?</i></b></p>	<p>El programa entrega un subsidio de carácter no reembolsable, cuyos montos destinados a entregar por InnovaBíobío para la ejecución de cada proyecto adjudicado alcanzará un tope máximo de \$25.000.000, en donde el postulante deberá cofinanciar el proyecto en un 20% del monto total del proyecto.</p>
<p><b><i>¿Qué financia?</i></b></p>	<p>Entre los ítems que se pueden financiar a través de este programa se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Constitución de empresa</li> <li>• Estudio de mercado, plan de negocios</li> <li>• Asesorías especializadas (marketing, estrategia, validación de circuitos, definición de estándares de calidad, etc.)</li> <li>• Certificaciones específicas</li> <li>• Inversión en activos fijos</li> <li>• Ferias, traída de expertos, alianzas estratégicas, etc.</li> <li>• Validación comercial (talleres, estadías piloto, entre otros)</li> </ul>



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades de marketing</li> <li>• Adecuación o remodelación de infraestructura y equipamiento</li> <li>• Arriendo de inmuebles</li> <li>• Ventas y gestión del negocio</li> <li>• Gestión del Patrocinador</li> <li>• Actividades necesarias para la ejecución de las ventas y operación del negocio.</li> </ul>
<p><b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b></p>	<p>Este programa se encuentra abierto para que postulen personas naturales o jurídicas, en forma individual o asociativa que busquen generar un emprendimiento turístico innovador, en el cual sea necesaria la creación de una empresa, o en su defecto para empresas ya establecidas que busquen agregarle valor a lo que poseen.</p>
<p><b><i>Requisitos</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser persona natural mayor de 18 años, o ser persona jurídica con fines de lucro.</li> <li>• Estar domiciliado en la Región del Biobío</li> <li>• No tener participación de un 25% o más en una sociedad o empresa individual de responsabilidad limitada.</li> <li>• En caso de ser una asociación la que postula, deberá elegir un representante legal que figure ante la institución.</li> </ul>
<p><b><i>¿Cómo postular?</i></b></p>	<p>Para realizar la postulación, es necesario hacerlo a través de la plataforma de postulación online en el portal de Internet <a href="http://www.innovabiobio.cl">www.innovabiobio.cl</a> en donde será necesario:</p> <p>Paso 1: inscribirse como usuario, utilizando un correo electrónico vigente junto con crear una clave de acceso.</p> <p>Paso 2: completar todos los campos requeridos por la plataforma, de no hacerlo la postulación quedará invalidada.</p> <p>Paso 3: confirmar la postulación dentro de la plataforma online, luego de haber completado el paso anterior, con lo que el proyecto quedará identificado como postulado.</p>

Fuente: InnovaBiobío. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.1.4 Habilitantes para la Pyme

<p><b><i>¿Qué es Habilitantes para la Pyme?</i></b></p>	<p>Es un programa que busca entregar apoyo a empresas, en aspectos relacionados con inversión de infraestructura tecnológica, que le permita al emprendedor incorporar innovación en productos o servicios, permitiéndole alcanzar nuevos mercados, o una mejor posición de competitividad en su actual mercado.</p>
<p><b><i>¿En qué consiste?</i></b></p>	<p>Este programa consiste en un subsidio de carácter no reembolsable enfocado en dos tipos de proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación individual</li> <li>• Presentación Asociativa</li> </ul> <p>Los cuales deben estar enfocados a proyectos de equipamiento tecnológico destinado al nacimiento de nuevos negocios con un factor de innovación a nivel nacional.</p>
<p><b><i>¿Qué entrega?</i></b></p>	<p>Los montos destinados se dividen en dos categorías según el tipo de postulación realizada siendo esta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación individual: contempla la entrega de recursos por un tope máximo de \$70.000.000</li> <li>• Presentación Asociativa: contempla un subsidio cuyo tope máximo de financiación alcanza los \$100.000.000</li> </ul> <p>En ambas categorías, el postulante deberá realizar un aporte mínimo de un 40% del costo total del proyecto, siendo esto en aporte de carácter pecuniario y/o valorado.</p>
<p><b><i>¿Qué financia?</i></b></p>	<p>Este programa busca financiar inversiones en equipamiento y su posterior entrenamiento técnico del recurso humano, que se encuentre asociado a la explotación del proyecto, junto a esto se puede postular acciones de incorporación a los mercados de los productos o servicios.</p>
<p><b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b></p>	<p>Este programa se encuentra destinado a personas naturales o jurídicas que sean dueñas de empresas privadas que produzcan bienes o servicios, quienes pueden postular en forma individual o asociativa</p>
<p><b><i>Requisitos</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas naturales o jurídicas</li> <li>• Tener iniciación de actividades en 1º categoría ante el SII</li> <li>• Tener a lo menos 1 año de antigüedad de actividad comercial ante el SII</li> <li>• Tener ventas anuales entre 2.400 y 100.000 UF</li> </ul>



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar instalada o en proceso de instalación en la Región del Biobío</li> <li>• No presentar deuda en el sistema previsional o tributario.</li> <li>• Presentar proyecto de equipamiento tecnológico en forma individual o asociativa</li> </ul>
<b><i>Documentos requeridos</i></b>	<p><b><u>Carpeta de antecedentes técnicos que contenga</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carta dirigida la Directora Ejecutiva de Innova Biobío, firmada por el representante legal del organismo postulante.</li> <li>• Formulario de postulación del proyecto</li> <li>• Estructura de costos, evaluación económica en Excel y carta Gantt.</li> <li>• Curriculum participantes del proyecto</li> <li>• Cotizaciones que respalden presupuesto del proyecto</li> </ul> <p><b><u>Carpeta antecedentes generales, legales y financieros</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cédula de identidad en caso de persona natural</li> <li>• Rol único tributario en caso de entidad postulante</li> <li>• Fotocopia cedula de identidad del representante legal de entidad postulante si corresponde</li> <li>• Balance del último ejercicio anual.</li> </ul>
<b><i>¿Cómo postular?</i></b>	<p>Para realizar la postulación, es necesario hacerlo a través de Internet en la Plataforma de Postulación online, rellenando todos los campos requeridos por el formulario electrónico, ante una previa inscripción como usuario de la plataforma.</p>

Fuente: InnovaBiobío. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.1.5 Capital para Emprendimiento Innovador

<p><b><i>¿Qué es Capital para el Emprendimiento Innovador?</i></b></p>	<p>Es un programa que busca brindar apoyo a emprendedores innovadores en todo lo que respecta a la prospección, creación y desarrollo de sus proyectos de negocio, lo cual lo logra a través del cofinanciamiento de actividades necesarias para ello.</p>
<p><b><i>¿En qué consiste?</i></b></p>	<p>Este programa consiste en el cofinanciamiento no reembolsable de actividades que se encuentran en dos modalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modalidad perfil: que busca el fortalecimiento de la definición y formulación de nuevos negocios, mediante actividades de validación comercial, estudios y prospección de mercados, y el fortalecimiento del plan de negocios.</li> <li>• Modalidad Semilla: que se enfoca a apoyar el despegue y puesta en marcha del negocio innovador, a través de actividades como la compra de activos, recurso humano, publicidad, etc.</li> </ul>
<p><b><i>¿Qué entrega?</i></b></p>	<p>El programa, entrega montos de recursos diferentes para cada modalidad, en donde:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modalidad Perfil: contempla un tope máximo de subsidio no reembolsable equivalente a \$10.000.000, en donde el postulante deberá cofinanciar un 10% del monto total del proyecto sólo en aporte pecuniario.</li> <li>• Modalidad Semilla: contempla un subsidio con tope máximo de financiamiento equivalente a \$50.000.000, en donde el postulante deberá cofinanciar un 20% del valor total del proyecto en aporte de carácter pecuniario o no pecuniario<sup>11</sup>.</li> </ul>
<p><b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b></p>	<p>Este programa se encuentra abierto para que puedan postular personas naturales o jurídicas que cuenten con el interés de llevar a cabo un proyecto de emprendimiento innovador en la Región del Biobío.</p>
<p><b><i>Requisitos</i></b></p>	<p>Personas naturales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser mayor de 18 años</li> <li>• Estar domiciliado en la Región del Biobío</li> <li>• Acreditar ventas totales que no excedan los \$100.000.000 en los últimos 6 meses</li> </ul>

<sup>11</sup> Serán privilegiados aquellos proyectos que cuenten con aportes de carácter pecuniario.





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

- No tener participación de más de un 25% en empresas con ventas anuales superiores a 25.000 UF

Personas Jurídicas con fines de lucro:

- Domiciliadas en la región del Biobío
- Que estén constituidas por personas naturales o empresas existentes
- No poseer iniciación de actividades en relación con el objetivo del proyecto propuesto
- Presentar venta so servicios totales que no excedan el \$100.000.000, durante los últimos seis meses a la postulación.

### *¿Cómo postular?*

Para realizar la postulación, es necesario hacerlo a través de Internet en la Plataforma de Postulación online [www.innovabiobio.cl](http://www.innovabiobio.cl), en donde la postulación puede ser hecha por intermedio de un patrocinador o sin él.

#### **Con patrocinador:**

En conjunto emprendedor y patrocinador completan el formulario de postulación online, enseguida el patrocinador postula la iniciativa adjuntando los antecedentes requeridos

#### **Sin patrocinador:**

El emprendedor formula la postulación a través del portal de internet completando los datos requeridos por el formulario online.

Fuente: InnovaBiobío. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## 4.2 Programas de Fosis

Este Organismo presenta programas de apoyo y financiamiento destinado a personas que se encuentran en situación vulnerable, quienes buscan mejorar sus condiciones de vida a través de micro emprendimientos. Los programas que implementa se basan en tres ámbitos como el emprendimiento, el trabajo y la habilitación social.

A continuación se presentarán las oportunidades de apoyo que presenta este organismo para la Provincia de Ñuble.

### 4.2.1 Programa Fortalecimiento de Asociaciones MyYPe

<p><i>¿Qué es Fortalecimiento de Asociaciones MyYPe?</i></p>	<p>Es un Programa de financiamiento que consiste en un fondo concursable regional, que busca la formalización de grupos empresarios junto a fortalecer su Asociatividad, mejorar su capacidad de gestión y generar nuevos productos y/o servicios o simplemente mejorar los ya existentes.</p> <p>Este fondo busca financiar proyectos enfocados en dos líneas principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea 1 de financiamiento Asociaciones no consolidadas: apunta a la formalización de grupos de empresarios, asociaciones funcionales, federaciones o confederaciones de carácter regional.</li> <li>• Línea 2 de Financiamiento asociaciones consolidadas: busca fortalecer la Asociatividad y capacidad de gestión de nuevos servicios de asociaciones gremiales o empresariales, federaciones o confederaciones de carácter regional.</li> </ul>
<p><i>¿En qué consiste?</i></p>	<p>Este programa consiste en la entrega de un subsidio de carácter no reembolsable destinado a financiar proyectos presentados por asociaciones de micro y pequeñas empresas, quienes podrán financiar actividades enfocadas a fortalecerse y desarrollarse</p>
<p><i>¿Qué entrega?</i></p>	<p>Este programa entrega subsidios no reembolsables destinados a dos líneas de financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea 1 Asociaciones no consolidadas: esta línea contempla un subsidio de hasta \$3.000.000.</li> <li>• Línea 2 Asociaciones consolidadas: Contempla un subsidio no reembolsable de hasta \$10.000.000.</li> </ul> <p>Ambas líneas contemplan un cofinanciamiento por la agrupación postulante por un valor en efectivo correspondiente al 20% del monto</p>



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

total del proyecto.	
<b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b>	<p>Línea 1 Asociaciones no consolidadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupos de empresarios</li> <li>• Asociaciones Funcionales de micro y pequeños empresarios</li> <li>• Asociaciones Gremiales y empresariales ya existentes que busquen formar una confederación de carácter regional.</li> </ul> <p>Línea 2 Asociaciones Consolidadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociaciones gremiales o empresariales de micro y pequeños empresarios ya existentes</li> <li>• Federaciones o Confederaciones de carácter regional, Corporaciones y Fundaciones</li> </ul>
<b><i>¿Cómo postular?</i></b>	<p>En primer lugar el representante legal de la asociación deberá realizar la postulación a través de internet en la plataforma de postulación online <a href="http://www.sercotec.cl">www.sercotec.cl</a>, ante una previa inscripción como usuario de la plataforma utilizando el número de Rut y una clave que debe ser creada para tal efecto.</p> <p>Luego se deberá completar el formulario de postulación y sus respectivos anexos para ser presentados en la oficina de cada dirección regional de Sercotec.</p> <p>Presentar los antecedentes de postulación en formato impreso y una copia en CD en la oficina correspondiente a la dirección regional de Sercotec perteneciente a la región que postula.</p>

Fuente: Fosis. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## 4.2.2 Programa Ámbito Emprendimiento

Este programa contempla apoyo según las necesidades que presenten los postulantes, para lo cual entrega los programas que se presentan a continuación:

### 4.2.2.1 Programa Yo emprendo en Comunidad

<b><i>¿Qué es Yo Emprendo en Comunidad?</i></b>	<b>Es un programa que permite entregar apoyo a organizaciones locales o grupos organizados, en situación de vulnerabilidad que necesitan implementar sus ideas de negocios, o en su defecto que necesiten fortalecer la actividad existente, buscando mejorar el rendimiento, y las utilidades, proporcionando un ingreso más estable y mayor de su actividad.</b>
<b><i>¿En qué consiste?</i></b>	Este programa consiste en la entrega de capacitación, asesoría técnica y financiamiento de carácter no reembolsable para implementar un plan de negocios.
<b><i>¿Qué entrega?</i></b>	El programa contempla entregar montos que alcanza como máximo \$3.500.000, en donde el postulante deberá cofinanciar un 5% del monto total del proyecto.
<b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b>	Este programa se encuentra destinado para que puedan postular grupos organizados de más de cinco personas, siendo estas agrupaciones de artesanos, pescadores, ferias libres, agricultores, entre otros.
<b><i>Requisitos</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser grupo organizado de mínimo 5 personas de carácter productivo.</li> <li>• 60% de los integrantes del grupo postulante debe tener un puntaje menor o igual a 8.500 puntos en la Ficha de protección social.</li> <li>• Tener mínimo 1 año de antigüedad como agrupación</li> <li>• No haber recibido apoyo como agrupación por el Fosis</li> </ul>
<b><i>¿Cómo postular?</i></b>	Para realizar la postulación, es necesario hacerlo a través de Internet en la Plataforma de Postulación online, rellorando todos los campos requeridos por el formulario electrónico, ante una previa inscripción como usuario de la plataforma.

Fuente: Fosis. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.2.2.1 Programa Yo emprendo Semilla

<b>¿Qué es Yo Emprendo Semilla?</b>	Es un programa que permite entregar apoyo a Personas que se encuentren desocupadas, sin trabajo o que busquen trabajo por primera vez, o que simplemente cuenten con una ocupación de carácter precaria, por lo que desarrollan un micro emprendimiento para aumentar sus ingresos y por consiguiente el de sus familias.
<b>¿En qué consiste?</b>	Este programa consiste en la entrega de apoyo a quienes ya poseen una idea de negocio, otorgándoles capacitación, acompañamiento, asesoría técnica y financiamiento no reembolsable denominado capital semilla para poder iniciar un negocio.
<b>¿Qué entrega?</b>	El programa contempla entregar un subsidio de \$300.000 de carácter no reembolsable, el cual será destinado para invertirlo en la adquisición de materiales, herramientas e insumos necesarios para el desarrollo de la iniciativa de negocio <sup>12</sup> .
<b>¿Quiénes pueden postular?</b>	Este programa se encuentra destinado para que puedan postular personas naturales mayores de 18 años, que se encuentren cesantes, desocupadas, en búsqueda de trabajo o trabajando en forma esporádica.
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser persona natural y tener entre 18 y 64 años.</li> <li>• Estar cesante, o trabajando en forma esporádica.</li> <li>• Tener un puntaje menor o igual a 8.500 puntos en la Ficha de Protección Social.</li> <li>• Formar parte del sistema Chile Solidario (programa Puente, Camino, Vínculos y Calle)</li> <li>• No haber recibido financiamiento para emprendimiento por Sercotec, Conadi o Indap</li> <li>• No tener un negocio formalizado.</li> </ul>
<b>¿Cómo postular?</b>	Para realizar la postulación, es necesario hacerlo a través de Internet en la Plataforma de Postulación online <a href="http://spp.fosis.cl/enlinea/enlinea">http://spp.fosis.cl/enlinea/enlinea</a> Escribir el Rut y crear una clave para registrarse y poder postular Luego es necesario rellenar todos los campos requeridos por el formulario electrónico que estará vigente durante el proceso de postulación.

Fuente: Fosis. Elaboración Propia

<sup>12</sup> No podrá financiarse emprendimientos relacionados con la venta de ropa o leña.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.2.2.3 Programa Yo emprendo

<b>¿Qué es Yo Emprendo?</b>	<b>Es un programa que permite entregar apoyo a Personas que cuentan con una idea de negocio o que tienen su actividad económica en funcionamiento, permitiendo aumentar los ingresos, potenciar las capacidades y mejorar la gestión del negocio.</b>
<b>¿En qué consiste?</b>	Este programa consiste en la entrega de apoyo a quienes poseen una idea de negocio, otorgándoles capacitación, acompañamiento, asesoría técnica, apoyo a la comercialización y financiamiento no reembolsable a través de un capital semilla para poner en funcionamiento un negocio o fortalecer el existente.
<b>¿Qué entrega?</b>	El programa contempla entregar un subsidio de carácter no reembolsable, el que será cofinanciado por el postulante según el nivel de postulación siendo estos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel 1: Personas con idea de negocio en desarrollo</li> <li>• Nivel 2: Personas con negocios en Funcionamiento</li> </ul> En donde para el primer nivel se debe cofinanciar un 20% del monto total del proyecto y para el nivel 2 un 30% del monto total del proyecto.
<b>¿Quiénes pueden postular?</b>	Este programa se encuentra destinado para que puedan postular personas naturales mayores de 18 años, que cuenten con una idea de negocio o con una actividad económica en funcionamiento.
<b>¿Qué financia?</b>	Los recursos entregados, deberán financiar ítems enfocados a: <ul style="list-style-type: none"> <li>• compra de activos</li> <li>• capacitación técnica</li> <li>• mejoramiento de infraestructura</li> <li>• imagen corporativa</li> <li>• trámites de formalización, entre otros.</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser persona natural y tener entre 18 y 64 años.</li> <li>• Tener un puntaje menor o igual a 8.500 puntos en la Ficha de Protección Social.</li> <li>• No haber recibido financiamiento para emprendimiento por Sercotec, Conadi o Indap</li> </ul>
<b>¿Cómo postular?</b>	Para realizar la postulación, es necesario hacerlo a través de Internet en la Plataforma de Postulación online <a href="http://spp.fosis.cl/enlinea/enlinea">http://spp.fosis.cl/enlinea/enlinea</a> Escribir el Rut y crear una clave para registrarse y poder postular Luego es necesario rellenar todos los campos requeridos por el formulario electrónico que estará vigente durante el proceso de postulación.

Fuente: Fosis. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 4.3 Programas de Sercotec

El Servicio de Cooperación Técnica, presenta programas de apoyo y financiamiento destinados a promover una mejora en la competitividad de las Pymes, y un fortalecimiento de la capacidad de gestión que presentan los empresarios

A continuación se darán a entender las oportunidades de apoyo que presenta este organismo para la Provincia de Ñuble.

#### 4.3.1 Capital Abeja Línea 1

<b><i>¿Qué es el Capital Abeja Línea 1?</i></b>	<b>Es un programa concursable que contempla en sus bases promover la creación de nuevas empresas, en aquellos emprendedores de género femenino que sólo cuentan con una idea de negocio, y por lo cual carecen de financiamiento para poder concretarlo.</b>
<b><i>¿En qué consiste?</i></b>	Este programa consiste en la entrega de recursos a través de un subsidio de carácter no reembolsable para proyectos empresariales, el cual debe ser cofinanciado en un 20% por la postulante.
<b><i>¿Qué entrega?</i></b>	Los montos destinados a financiar cada proyecto adjudicado varían entre \$500.000 y \$1.500.000, lo cual además contempla un acompañamiento para asegurar la correcta ejecución del proyecto.
<b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b>	Este programa está destinado exclusivamente a emprendedoras de sexo femenino, que no cuenten con iniciación de actividades en 1° categoría ante el SII, y que cuenten con una idea de negocio que deseen desarrollar, y por lo cual requieran de recursos para poder llevarla a cabo.
<b><i>Requisitos</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser emprendedor de sexo Femenino mayor de 18 años.</li> <li>• No tener iniciación de actividades en 1° categoría ante el SII.</li> <li>• Contar con puntaje igual o superior a 6.036 puntos en la Ficha de Protección Social.</li> <li>• No haber obtenido recursos de Capital Semilla Emprendimiento o Abeja en años anteriores.</li> <li>• Estar domiciliada en la región del concurso al cual postula.</li> </ul>



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

***¿Qué Financia?***

El programa, entregará recursos económicos destinados al menos a dos de los siguientes ítems:

- Activos: activos productivos y activos de financiamiento.
- Gastos de Formalización.
- Infraestructura: Formalización de infraestructura y construcción de infraestructura.
- Asesoría Técnica y en gestión.
- Capital de Trabajo: Nuevas contrataciones, nuevos arriendos, Materias primas, materiales y componentes.
- Prospección de Mercado: estudios, catastros y evaluaciones.
- Acciones de Marketing: Ferias exposiciones y eventos, Promoción, publicidad y difusión; y misiones comerciales o tecnológicas, visitas y pasantías.
- Gastos de Administración

***¿Cómo postular?***

Para realizar la postulación, es necesario inscribirse en el portal de Internet [www.sercotec.cl](http://www.sercotec.cl) a través de la creación de una cuenta de usuario, en donde es necesario completar el formulario de postulación con los datos personales (formulario disponible durante el periodo de postulación vigente).

Finalmente es necesario completar el Test de Preselección que se encuentra en la misma plataforma.

Fuente: Sercotec. Elaboración Propia





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 4.3.2 Capital Abeja Línea 2

<p><b><i>¿Qué es Capital Abeja Línea 2?</i></b></p>	<p><b>Es un programa de financiamiento enfocado a mujeres líderes de micro y pequeñas empresas, quienes están en proceso inicial del negocio y que por lo cual necesitan recursos y capacitación para que su negocio crezca y se consolide dentro del mercado.</b></p>
<p><b><i>¿En qué consiste?</i></b></p>	<p>Este programa consiste en la entrega de un subsidio de carácter no reembolsable, el cual debe ser cofinanciado en un 20% por la emprendedora. Dicho subsidio busca fortalecer negocios que ya existen y que se encuentran en etapa inicial.</p>
<p><b><i>¿Qué entrega?</i></b></p>	<p>Los montos destinados a financiar cada proyecto aprobado varía con montos que van desde los \$500.000 hasta \$1.500.000; por otro lado, este programa contempla el acompañamiento a la emprendedora para la eficiente y eficaz implementación del proyecto.</p>
<p><b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b></p>	<p>Este programa se encuentra destinado a micro y pequeñas empresas lideradas exclusivamente por mujeres, quienes buscan fortalecer sus negocios que se encuentran en su etapa inicial.</p>
<p><b><i>Requisitos</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser mujer dueña de una micro o pequeña empresa.</li> <li>• Tener iniciación de actividades con menos de un año de antigüedad en 1° categoría ante el SII</li> <li>• No haber recibido financiamiento de Capital Abeja o Semilla en años anteriores.</li> <li>• No poseer multas laborales, previsionales o con la Dirección del Trabajo.</li> </ul>
<p><b><i>¿Qué Financia?</i></b></p>	<p>El programa, entregará recursos económicos destinados al menos a dos de los siguientes ítems:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Activos: activos productivos y activos de financiamiento.</li> <li>• Gastos de Formalización.</li> <li>• Infraestructura: Formalización de infraestructura y construcción de infraestructura.</li> <li>• Asesoría Técnica y en gestión.</li> <li>• Capital de Trabajo: Nuevas contrataciones, nuevos arriendos, Materias primas, materiales y componentes.</li> <li>• Prospección de Mercado: estudios, catastros y evaluaciones.</li> <li>• Acciones de Marketing: Ferias exposiciones y eventos, Promoción, publicidad y difusión; y misiones comerciales o tecnológicas, visitas y pasantías.</li> <li>• Gastos de Administración</li> </ul>



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

***¿Cómo postular?***

Para realizar la postulación, es necesario inscribirse en el portal de Internet [www.sercotec.cl](http://www.sercotec.cl) a través de la creación de una cuenta de usuario, en donde es necesario completar el formulario de postulación con los datos personales (formulario disponible durante el periodo de postulación vigente).

Finalmente es necesario completar el Test de Preselección que se encuentra en la misma plataforma.

Fuente: Sercotec. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 4.3.3 Capital Semilla Emprendimiento Línea 1

<p><b><i>¿Qué es Capital Semilla Emprendimiento Línea 1?</i></b></p>	<p><b>Es un programa concursable, que busca promover la creación de nuevos negocios a través de un subsidio que se entrega a personas naturales que cuenten sólo con una idea de negocio.</b></p>
<p><b><i>¿En qué consiste?</i></b></p>	<p>Este programa consiste en la entrega de un subsidio de carácter no reembolsable, el cual debe ser cofinanciado en un 20% por el postulante.</p>
<p><b><i>¿Qué entrega?</i></b></p>	<p>Este programa, entrega montos destinados a la ejecución del proyecto, que varían entre \$1.000.000 y \$2.000.000. Además contempla el acompañamiento a los emprendedores para una correcta ejecución del mismo.</p>
<p><b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b></p>	<p>Este programa se encuentra destinado para que postulen personas naturales que no cuenten con iniciación de actividades en primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos.</p>
<p><b><i>Requisitos</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser persona natural sin iniciación de actividades de 1º categoría ante el Servicio de Impuestos Internos.</li> <li>• Tener un puntaje igual o superior a 6.036 puntos en la Ficha de Protección Social.</li> <li>• No haber obtenido un subsidio Capital Semilla o Abeja emprendimiento los años anteriores a la fecha de postulación.</li> <li>• No poseer multas laborales, previsionales o de la Dirección del Trabajo.</li> </ul>
<p><b><i>¿Cómo postular?</i></b></p>	<p>Para realizar la postulación, es necesario inscribirse en el portal de Internet <a href="http://www.sercotec.cl">www.sercotec.cl</a> a través de la creación de una cuenta de usuario, en donde es necesario completar el formulario de postulación con los datos personales (formulario disponible durante el periodo de postulación vigente). Finalmente es necesario completar el Test de Preselección que se encuentra en la misma plataforma.</p>

Fuente: Sercotec. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.3.4 Capital Semilla Emprendimiento

<b><i>¿Qué es Capital Semilla Emprendimiento?</i></b>	Es un programa concursable, que busca financiar proyectos enfocados a promover y consolidar el fortalecimiento de negocios existentes que se encuentran en una etapa inicial, a través de la entrega de un subsidio cofinanciado.
<b><i>¿En qué consiste?</i></b>	Este programa consiste en la entrega de un subsidio cofinanciado de carácter no reembolsable destinado proyectos que busquen impulsar el desarrollo de nuevos Mercados, consolidación de los ya existentes y la creación de nuevos productos, servicios o procesos.
<b><i>¿Qué entrega?</i></b>	Este programa entrega financiamiento entre \$1.000.000 hasta \$2.000.000, en donde el postulante debe cofinanciar un 20% del proyecto. Además contempla un acompañamiento para el postulante para realizar una buena ejecución del proyecto.
<b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b>	Este programa se encuentra destinado para que postulen Micro y Pequeñas Empresas con iniciación de actividades menores a 1 año de antigüedad a la fecha de postulación.
<b><i>Requisitos</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser Micro o Pequeño empresario</li> <li>• Tener inicio de actividades menor a 1 año de antigüedad ante el SII.</li> <li>• Poseer en la ficha de protección social un puntaje igual o superior a 6.036 puntos</li> <li>• No haber obtenido un subsidio Capital Semilla o Abeja emprendimiento los años anteriores.</li> <li>• No poseer multas laborales, previsionales o pertenecientes a la Dirección del Trabajo</li> </ul>
<b><i>¿Cómo postular?</i></b>	<p>Para realizar la postulación, es necesario inscribirse en el portal de Internet <a href="http://www.sercotec.cl">www.sercotec.cl</a> a través de la creación de una cuenta de usuario, en donde es necesario completar el formulario de postulación con los datos personales (formulario disponible durante el periodo de postulación vigente).</p> <p>Finalmente es necesario completar el Test de Preselección que se encuentra en la misma plataforma.</p>

Fuente: Sercotec. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.3.5 Capital Abeja Empresa.

<b>¿Qué es Capital Abeja Empresa?</b>	<b>Es un fondo concursable enfocado exclusivamente a Mujeres, cuyos objetivos se orientan a apoyar a micro y pequeñas empresarias, quienes necesitan financiamiento y capacitación para lograr que su negocio crezca y se consolide.</b>
<b>¿En qué consiste?</b>	Este programa consiste en un Subsidio de carácter no reembolsable, en donde la postulante debe cofinanciar un mínimo en efectivo correspondiente al 20% sobre el subsidio que entrega Sercotec. Para postular a este programa, es necesario postular un proyecto que busque desarrollar nuevos mercados, consolidar los existentes o simplemente crear nuevos productos, servicios o procesos.
<b>Montos de Subsidio</b>	Los montos destinados alcanzan los \$3.000.000 como máximo variando entre \$1.000.000 y \$3.000.000 según el Proyecto empresarial presentado. Por otra parte, el programa contempla un acompañamiento para la empresaria, asegurando la correcta implementación de su proyecto. Entre los ítems que pueden ser financiados bajo este programa se encuentran las inversiones en activos productivos o de funcionamiento, infraestructura, vehículos de trabajo, asesoría técnica y de gestión, acciones de marketing y capital de trabajo.
<b>¿Quiénes pueden postular?</b>	Este programa se encuentra destinado para que postulen Micro y pequeñas cuyo dueño sea una representante de género femenino que busque el crecimiento o consolidación de su negocio a través de la generación de un proyecto.
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser Mujer dueña de una micro o Pequeña empresa</li> <li>• Tener antigüedad igual o superior a 12 meses</li> <li>• Ventas anuales igual o inferior a 25.000 UF</li> <li>• Puntaje igual o superior a 6.036 en la ficha de protección social</li> </ul>
<b>¿Cómo postular?</b>	Para realizar la postulación, es necesario inscribirse en el portal de Internet <a href="http://www.sercotec.cl">www.sercotec.cl</a> a través de la creación de una cuenta de usuario, en donde es necesario completar el formulario de postulación con los datos personales (formulario disponible durante el periodo de postulación vigente). Finalmente es necesario completar el Test de Preselección que se encuentra en la misma plataforma.

Fuente: Sercotec. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.3.6 Capital Semilla Empresa

<p><i>¿Qué es Capital Semilla Empresa?</i></p>	<p>Es un fondo de financiamiento concursable de carácter no reembolsable que pretende alcanzar un crecimiento, desarrollo y consolidación de Micro y Pequeñas empresas, por otro lado pretende alcanzar los mismos parámetros pero enfocados a nuevos mercados y consolidación de los existentes, facilitando la generación de nuevos productos, servicios y/o procesos.</p>
<p><i>¿En qué consiste?</i></p>	<p>Este programa consiste en la entrega de recursos de carácter no reembolsable con un cofinanciamiento por parte del postulante equivalente a un 20% sobre el valor total del subsidio al cual se postula</p>
<p><i>Montos de cofinanciamiento</i></p>	<p>Los montos de los subsidios destinados para cada postulante varía entre los \$3.000.000 y los \$6.000.000, lo que va a depender del Plan Empresa que presente cada postulante; estos montos, deben ser rendidos a Sercotec dentro de un plazo estipulado.</p>
<p><i>¿Quiénes pueden postular?</i></p>	<p>Este programa se encuentra destinado para que postulen Micro y Pequeñas Empresas que cuenten con iniciación de actividades comerciales de primera categoría ante el Servicio de Impuestos Internos (SII), y que se encuentren en proceso de crecimiento o consolidación del negocio.</p>
<p><i>Requisitos</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser micro o pequeña empresa con iniciación de actividades ante el SII</li> <li>• Antigüedad igual o superior a 12 meses</li> <li>• Ventas anuales igual o superior a 25.000 UF</li> <li>• Puntaje en ficha de Protección Social igual o superior a 6.036 puntos.</li> <li>• Domiciliado en la región a la cuál presenta su proyecto</li> </ul>
<p><i>¿Cómo postular?</i></p>	<p>Para realizar la postulación, es necesario inscribirse en el portal de Internet <a href="http://www.sercotec.cl">www.sercotec.cl</a> a través de la creación de una cuenta de usuario, en donde es necesario completar el formulario de postulación con los datos personales (formulario disponible durante el periodo de postulación vigente). Finalmente es necesario completar el Test de Preselección que se encuentra en la misma plataforma, una vez seleccionado el postulante deberá presentar su plan Empresa.</p>

Fuente: Sercotec. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.3.7 Iniciativas de Desarrollo de Mercado

<p><b><i>¿Qué es Iniciativas de Desarrollo de Mercado?</i></b></p>	<p>Es un programa concursable, destinado a entregar financiamiento para la ejecución de proyectos de carácter colectivos, en donde grupos de empresas o cooperativas son capaces de vislumbrar y vincular oportunidades reales de negocios con un conjunto de empresas, para así lograr resultados visibles de competitividad empresarial, todo esto a través de la venta, compra o desarrollo de un nuevo productos o servicio en conjunto con las empresas que conforman la agrupación postulante.</p>
<p><b><i>¿En qué consiste?</i></b></p>	<p>Este programa consiste en la entrega de un Subsidio de carácter no reembolsable, el cual es cofinanciado por las empresas postulantes, en donde cuyos proyectos se orientan hacia la ejecución de proyectos colectivos de agrupaciones de empresas o de cooperativas.</p>
<p><b><i>¿Qué entrega?</i></b></p>	<p>Este programa, otorga un subsidio para proyectos empresariales cuyos montos varían entre los \$6.000.000 y \$30.000.000 por cada proyecto, en donde existe un tope máximo por empresa del grupo postulante de \$6.000.000; éstos recursos, deben ser cofinanciados por los postulantes en un 20% del total del proyecto. Además de la entrega de recursos, este programa contempla el acompañamiento y apoyo profesional para asegurar la correcta ejecución del proyecto.</p>
<p><b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b></p>	<p>Este programa se encuentra destinado para que postulen grupos de empresas conformados por Micro y Pequeños empresarios, con iniciación de actividades ante el SII, quienes tengan como objetivo capturar una oportunidad de negocio que cada una no podría aprovechar por sí sola.</p>
<p><b><i>Requisitos</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser un grupo de empresas o cooperativa vigente, constituido por 2 o más personas naturales y/o jurídicas, excluyéndose sociedades de hecho.</li> <li>• El grupo postulante, deberá ser representado sólo por una empresa a través de un poder simple.</li> <li>• La agrupación o en su efecto todas las empresas que conforman la agrupación deberán tener iniciación de actividades ante el SII en primera categoría.</li> <li>• Las empresas conformantes del grupo deberán tener a lo menos 12 meses de antigüedad en sus actividades comerciales al momento de la postulación.</li> <li>• Tener domicilio en la región a la cual se postula el proyecto.</li> <li>• Giro de las empresas pertenecientes al grupo o de la cooperativa</li> </ul>



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

	<p>debe ser acorde al proyecto postulado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las cooperativas no deberán tener multas por incumplimiento laboral o previsional.</li> <li>• Cada empresa o grupo de empresas deberá ser partícipe en un solo proyecto del concurso</li> </ul>
<p><b><i>¿Qué Financia?</i></b></p>	<p>El programa, entregará recursos económicos destinados a lo menos a dos de los siguientes ítems:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Activos: activos productivos y activos de financiamiento.</li> <li>• Gastos de Formalización.</li> <li>• Infraestructura: Formalización de infraestructura y construcción de infraestructura.</li> <li>• Asesoría Técnica y en gestión.</li> <li>• Capital de Trabajo: Nuevas contrataciones, nuevos arriendos, Materias primas, materiales y componentes.</li> <li>• Prospección de Mercado: estudios, catastros y evaluaciones.</li> <li>• Acciones de Marketing: Ferias exposiciones y eventos, Promoción, publicidad y difusión; y misiones comerciales o tecnológicas, visitas y pasantías.</li> <li>• Gastos de Administración</li> </ul>
<p><b><i>¿Cómo postular?</i></b></p>	<p>Para realizar la postulación, es necesario hacerlo a través de Internet Registrándose como usuario en la Plataforma online.                  Luego el postulante deberá descargar el formulario de postulación y anexos que se encuentran en la página <a href="http://www.sercotec.cl">www.sercotec.cl</a>, para luego ser completados y entregados junto a otros documentos requeridos en las oficinas de la Dirección Regional de Sercotec acorde a la postulación.</p>

Fuente: Sercotec. Elaboración Propia





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## 4.4 CORFO

Este organismo, se presenta como el ejecutor de las políticas públicas enfocadas al ámbito del emprendimiento y la innovación, entregando herramientas e instrumentos alineados con los elementos centrales de cada política pública, para así crear una sociedad de oportunidades.

Entre las herramientas que este organismo proporciona se encuentran los programas que serán descritos a continuación.

### 4.4.1 Innovación y Emprendimiento Social

<p><b><i>¿Qué es Innovación y Emprendimiento Social?</i></b></p>	<p><b>Es un programa concursable, destinado a entregar financiamiento para la ejecución de proyectos de entidades que busquen promover la generación de emprendimientos e innovaciones sociales, en sectores que se encuentran en condiciones de pobreza o vulnerabilidad.</b></p>
<p><b><i>¿En qué consiste?</i></b></p>	<p>Este programa consiste en la entrega de un Subsidio de carácter no reembolsable, el cual es cofinanciado en un 20%<sup>13</sup> por las empresas postulantes, donde cuyos proyectos se orientan a generar y promover la innovación y emprendimiento social</p>
<p><b><i>¿Qué entrega?</i></b></p>	<p>Este programa otorga un subsidio de financiamiento para proyectos orientados a la promoción de la innovación y emprendimiento social por un monto máximo de hasta \$50.000.000, dinero que será entregado al beneficiario en cuotas anuales iguales siendo éstas dos o tres, según corresponda acuerdo a la duración del proyecto.</p>
<p><b><i>¿Quiénes pueden postular?</i></b></p>	<p>Este programa se encuentra dirigido para cualquier persona jurídica que cuente o no con fines de lucro, la cual haya sido constituida dentro del territorio nacional y que presente las capacidades la ejecutar el proyecto que propone.</p>
	<p>Actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La transferencia de metodología de innovación a actores del</li> </ul>

<sup>13</sup> Del monto total financiado por el postulante, mínimo un 50% debe ser un aporte en efectivo, pudiendo ser el restante un aporte valorizado.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

***¿Qué Financia?***

entorno

- Creación e instalación de plataformas
- Elaboración de material educativo o formativo en temas de innovación y emprendimiento social
- Conseguir expertos de carácter internacional
- Formulación de Planes de negocio con base social
- Prototipo de soluciones
- Capacitación de actores pertinentes
- Realización de seminarios de difusión
- Exposiciones, stands y ferias con emprendimientos generados
- Ejecución de concursos

***¿Cómo postular?***

Para realizar la postulación, es necesario hacerlo a través de Internet Registrándose como usuario en la Plataforma online [www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)

Fuente: CORFO. Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.4.2 Crédito CORFO MyYPE

<b>¿Qué es Crédito CORFO MyYPE?</b>	Es un programa, destinado a entregar financiamiento micro y pequeños empresarios que buscan financiamiento para sus inversiones y capital de trabajo, entregando recursos de CORFO a través de instituciones financieras no bancarias.
<b>¿En qué consiste?</b>	Este programa consiste en la entrega de un Crédito, para financiar inversiones y capital de trabajo de micro y pequeñas empresas. Por otro lado se puede mencionar que este programa no financia inversiones en tecnologías contaminantes, pago de impuestos ni el otorgamiento de créditos a personas relacionadas en propiedad o gestión.
<b>¿Qué entrega?</b>	Este programa otorga un crédito por un monto máximo de 5.000 UF (alrededor de \$116.350.000) en un plazo de máximo e 120 meses.
<b>¿Quiénes pueden postular?</b>	Este programa se encuentra abierto a personas naturales o jurídicas que utilicen los recursos para gestionar actividades de producción de bienes o servicios, que busquen generar ventas anuales que no superen las 25.000 UF.
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseer políticas y procesos de crédito y cobranza aprobada formalmente.</li> <li>• Tener plan de negocio de mediano plazo acorde al desarrollo del microcrédito</li> <li>• No presentar pérdidas durante el último año</li> </ul>
<b>¿Qué Financia?</b>	Este programa está destinado a financiar operaciones de crédito, leasing financiero o Factoring (excluyendo los cheques).
<b>¿Cómo postular?</b>	Para realizar la postulación, es necesario hacerlo a través un contacto con intermediarios financieros <sup>14</sup> que operan los recursos de CORFO, a quien se le hará entrega de documentación necesaria <sup>15</sup> para realizar la respectiva evaluación de riesgo y evaluar si es sujeto de este tipo de crédito

Fuente: CORFO. Elaboración Propia

<sup>14</sup> Ver anexo con Entidades Intermediarias Financieras.

<sup>15</sup> La documentación solicitada va a depender de cada entidad Financiera.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## 4.5 Ventajas de las Fuentes de Financiamiento

Ahora bien, ya se ha conocido el abanico de opciones de financiamiento de carácter público que se encuentra disponible para emprendedores de la Provincia de Ñuble, por lo que resulta fundamental hacer un análisis de éstos determinando en este apartado la principales ventajas que presentan estos programas.

En primer lugar la ventaja más importante que presentan estos programas es que permiten *emprender en un negocio sin endeudarse*, lo que resulta fundamental para quién postula a este tipo de proyectos, pues gran parte de la población a quien están dirigidos estos programas son personas a quienes les es difícil contar con recursos propios de gran envergadura para iniciar un negocio, es por esto que al adjudicarse alguno de éstos programas el emprendedor podrá poner en marcha su idea de negocio o desarrollar de mejor manera el ya existente, sin tener que hacer una devolución de los recursos entregados por el Estado, permitiéndole así aprovechar de mejor forma las utilidades que puedan obtener luego de inyectar recursos para materializar su negocio o desarrollar le ya existente, pudiendo reutilizarlas en el mismo, invertir las en diferentes opciones que entregan los bancos o simplemente utilizarlas para mejorar la calidad de vida del emprendedor.

Otra de las ventajas que es posible vislumbrar en las Fuentes de Financiamiento Público, es que *Disminuyen el riesgo*, pues la entrega de estos recursos no contempla una devolución de recursos por parte del postulante, en donde en el peor de los casos si la empresa no rinde como se había presupuestado y ésta tiene que cerrar, el empresario no quedará sujeto a desembolsar dineros de su bolsillo para cancelar el dinero solicitado como es en el caso de los créditos, dando una mayor seguridad a quién emprende.

Por otro lado, una gran ventaja que presentan la mayoría de estas fuentes, es que no sólo contemplan la entrega de recursos económicos, sino también el *apoyo técnico y profesional* necesario para en primer lugar, entregar los conocimientos y herramientas necesarias para poner en marcha un negocio o hacer más eficiente y eficaz el que ya existente; y/o en segundo lugar, realizar el acompañamiento en toda la etapa de gestión de



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

los proyectos propuestos, por lo que el emprendedor postulante se sentirá respaldado y motivado para llevar a cabo su idea.

Otra ventaja que es indispensable mencionar, es el hecho de que todas las fuentes existentes contemplan un cofinanciamiento por parte de los postulantes para los proyectos presentados, situación que muchos pueden ver como algo negativo, sin embargo no evidencian la razón que hay detrás, pues, por medio del cofinanciamiento indirectamente se le da a entender al postulante que la adjudicación de un fondo debe contemplar un esfuerzo por parte de él, pues si se entregarán los recursos sin que el emprendedor entregue nada a cambio, éste no tomaría el proceso con seriedad, y no le importaría si resulta o no la implementación del proyecto presentado, debido a que no existirían recursos propios de por medio, los cuales se podrían desperdiciar en el caso de que el negocio no resulte.

#### 4.6 Desventajas de las Fuentes de Financiamiento

Como en todo ámbito, existen las ventajas y desventajas, y las Fuentes de Financiamiento no son la excepción, pues es necesario tener conocimiento acerca de los puntos favorables y desfavorables a los que se enfrenta un emprendedor al momento de postular a una u otra fuente de financiamiento. Es por esto, que a continuación se presentarán las desventajas que enfrentan estos programas.

Una desventaja que presentan estos programas de financiamiento radica en que **no aseguran el éxito** del proyecto presentado, pues si bien entregan una ayuda indispensable para el desarrollo de un negocio o la creación de éste, son factores externos del entorno y del propio empresario los que darán o no el resultado esperado, pues el entorno es muy cambiante y de un día para otro las preferencias de los consumidores pueden variar y el negocio ya no será rentable como al principio, por lo que es aquí en donde el emprendedor



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

debe poner en práctica los conocimientos adquiridos (en los cursos de apoyo que entregan los programas) junto a sus actitudes y aptitudes que le permitirán encontrar la mejor solución para sacar adelante su negocio.

Otro punto importante de destacar como desventaja de estos programas, es el hecho de que su postulación y entrega de información de sus bases es a través de *internet*, pues si bien es cierto que hoy en día gran parte de la población tiene conocimiento acerca del uso de este tipo de tecnología, aún existe gran parte de la población que no sabe utilizar estos recursos, por lo que es necesario que se establezcan otros mecanismos para entregar la información y para realizar las respectivas postulaciones a éstos programas.

Por otro lado, durante el proceso de postulación, se puede evidenciar una desventaja de estos programas, pues para realizar la respectiva postulación el proceso requiere de un sin número de trámites que es necesario llevar a cabo, lo que genera la desmotivación por parte de los postulantes quienes no cuentan con el tiempo necesario para realizar todas estas actividades, y es por lo cual, muchas veces los proyectos presentados quedan a la deriva debido a la *burocracia* que presenta el sistema.

Finalmente, gran parte de estos programas requiere dentro del proceso de postulación una fase en la cual los postulantes deben *crear documentos técnicos* relacionados con su negocio, en dónde muchas veces quienes postulan son personas que apenas han alcanzado la enseñanza media, y que por lo cual no cuentan con los conocimientos técnicos que se exigen para la creación de este tipo de documentación, en donde básicamente deben crear un Plan de Negocio para explicar en qué consistirá su proyecto. En base a esto, si bien es cierto que estos programas contemplan un apoyo de profesionales especializados en la materia, sólo una pequeña parte de estos programas contempla el apoyo técnico durante el proceso de postulación.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### **4.7 Categorización de las Diversas Fuentes de Financiamiento según enfoque**

En los apartados anteriores se ha hecho una descripción de las diversas Fuentes de financiamiento, y se han presentado las diversas ventajas y desventajas que presentan estas Fuentes, por lo que a continuación se presentará el abanico de opciones disponibles a postular según sea el enfoque del proyecto presentado, en donde se agruparan por programas enfocados a la innovación, a iniciativas grupales de emprendimiento, a la iniciación de un negocio y programas enfocados a la postulación de proyectos que apuntan a Negocios existentes.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.7.1 Enfoque del proyecto: Iniciar un Negocio

En este apartado, se mostrarán todos aquellos programas públicos que están destinados a dar apoyo a emprendedores que no poseen un negocio establecido, y que sólo cuentan con una idea de negocio para emprender, en donde básicamente estos programas apuntan a financiar activos, capital de trabajo, acciones de Marketing entre otros.

Ilustración 1: Programas enfocados a la iniciación de un negocio



Fuente: Elaboración Propia





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.7.2 Enfoque del Proyecto: Negocio Existente

Este enfoque, contempla todos aquellos programas públicos que se encuentran destinados a dar apoyo a emprendedores que ya cuentan con la formalización de un negocio, por lo que estos programas apuntan a financiar ítems que van en directa relación con el crecimiento y consolidación de la actividad realizada.

Ilustración 2: Programa enfocado a Negocio Existente



Fuente: Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

### 4.7.3 Enfoque del Proyecto: Innovación

Este enfoque, contempla todos aquellos programas públicos que se encuentran destinados a dar apoyo a emprendedores que tienen como base de su idea de negocio, negocio en sí, etc. la innovación como eje principal para desarrollar la actividad.

Ilustración 3: Programa enfocado a la Innovación



Fuente: Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### 4.7.4 Enfoque del Proyecto: Iniciativas Grupales o Sociales

Este enfoque, contempla todos aquellos programas públicos que se encuentran destinados a dar apoyo a proyectos que promuevan el emprendimiento en forma Social o colectiva entre la población, incentivando la capacidad de gestión, la generación de nuevos productos o servicios, mejorar los bienes y servicios ya existentes, entre otros.

Ilustración 4: Programas enfocados a iniciativas Grupales o Sociales



Fuente: Elaboración Propia



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

# ***CONCLUSIONES***

---



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## CONCLUSIONES

El concepto de emprendedor se puede resumir como una persona que está dispuesta a enfrentar la incertidumbre de un mundo globalizado, asumiendo riesgo para concretar sus propósitos y cumplir sus metas, además puede ser una persona que nace con características propias que lo convierten en emprendedor como también puede ser una persona que ha adquirido capacidades y actitudes a lo largo de su vida, lo cual lo ha convertido en un emprendedor exitoso sin la necesidad de traer consigo al momento de su nacimiento estas condicionantes. Junto a esto, se puede decir que el emprendedor debe ser una persona innovadora, que sea capaz de buscar sus propias alternativas para crear nuevos productos, servicios o procesos, que satisfagan la necesidad de la población y/o del mercado.

En cuanto a las estadísticas, la investigación arrojó que las micro, pequeñas y medianas empresas son quienes lideran la estructura económica del país en cuanto a cantidad de empresas, por lo que la tendencia de este comportamiento indica que esta situación seguirá dándose en un futuro. Además, en el último tiempo ha sido cada vez mayor la creación de este tipo de empresas, lo que se debe principalmente a las políticas públicas que se han creado, las cuales facilitan la creación de entidades comerciales, en donde es necesario destacar la creación de una empresa en un día.

A nivel nacional, es evidente que aún existen facilidades para iniciar negocios en aquellas regiones que se encuentran con un mayor grado de dependencia de la región metropolitana, siendo estas la región de Valparaíso y la Región del Biobío; al mismo tiempo, la mayor parte de los recursos que entregan las diversas Fuentes de financiamiento van directamente a éstas regiones y por consiguiente a las grandes ciudades, lo que justifica que la cantidad de empresas del país se encuentre concentrada en estas zonas.

Del trabajo de campo realizado a pequeños y medianos Empresarios pertenecientes a la Cámara de Comercio de la ciudad de Chillán, se aplicó un total de 13 encuestas de carácter Semi-estructurada, en donde el resultado de la caracterización de los empresarios encuestados arrojó a modo general, que el empresario o emprendedor de la Pequeña y



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Mediana Empresa del sector del Comercio al por Mayor y Menor de la ciudad de Chillán, es equilibrado en cuanto a lo que a género respecta, en donde se presenta como una persona con un nivel educacional técnico Profesional que ha buscado constantemente emprender en un negocio a una temprana edad, siendo esta antes de los 35 años, en donde el principal objetivo de emprender radica en buscar ser una persona independiente con un alto valor por la realización personal; por otro lado, según los resultados la principal dificultad que se presenta al momento de emprender es la obtención de capital y financiamiento para iniciar un negocio.

Un tema importante de analizar, es la baja convocatoria de los encuestados, pues increíblemente sólo dos empresarios mencionaron haber hecho uso de un programa de Financiamiento Estatal, pues dicho actuar puede estar infundado por la vasta trayectoria que poseen los encuestados, en donde un 100% respondió que su negocio llevaba más de 10 años dentro del rubro en el que operan, en donde la razón de la no utilización de fuentes de financiamiento radica en que en el momento en el cual iniciaron su negocio no había existencia de estas múltiples Fuentes de Financiamiento por lo que fue necesario que quienes buscaban emprender, lo hicieran con recursos propios.

De la mano con lo mencionado anteriormente, se puede hacer mención al mismo tiempo a que el tema del uso e impulso de Fuentes de Financiamiento por parte del Estado, es una necesidad que se ha hecho más fuerte en el último tiempo debido a la fuerte influencia de la Globalización en la economía Nacional, por lo que el Estado se ha visto en la necesidad de que crear políticas públicas que ayuden a impulsar la economía del país a través de la creación de empresas, lo que al mismo tiempo permite reducir los niveles de desempleo, aumentar los índices del PIB Nacional y permitir a aquella parte de la población en estado de vulnerabilidad, salir adelante gracias a su propio esfuerzo entregándole las herramientas y recursos necesarios para que establezcan micro-emprendimientos y salir del grado de pobreza en la que se encuentran. Por lo que resulta fundamental que los municipios realicen un reordenamiento acerca de la forma en la cual dan a conocer las herramientas de financiamiento disponible para la población, pues lo que se hace



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

actualmente, no entrega los resultados esperados, por lo que muchos emprendedores dan un paso al lado en este tema y prefieren ahorrarse la pérdida de tiempo y financiarse con recursos propios o en su defecto a través de créditos bancarios.

Finalmente, se puede decir que para que surja una idea emprendedora exitosa, no es necesario percibir una situación específica en la vida, sino más bien, esta surge en cualquier circunstancia de la vida cotidiana en la hora, lugar, y momento menos esperado.

En lo que respecta a la creación de un negocio, la encuesta dio como resultado, que los elementos de mayor relevancia al momento de crear un negocio se encuentra dado por el conocimiento y el financiamiento, en donde muchas veces el conocimiento se encuentra dado por la experiencia que genera trabajar en un cierto rubro, en donde quienes deciden independizarse para generar su propio negocio y empleo siguen la senda de la actividad económica de trabajos anteriores, puesto que cuentan con la experiencia de la administración y de cómo se genera la dinámica del negocio en sí. En tanto que la variable financiamiento se presenta como segunda opción de mayor relevancia, pues muchos emprendimientos y negocios quedan a mitad de camino sin poder concretarse por el simple hecho de carecer de recursos financieros para poner en marcha una idea de negocio.

Por otro lado, en lo que respecta al conocimiento necesario más del 50% de los encuestados coincidieron en que era realmente necesario contar con una formación técnica o profesional, pues permite administrar de mejor forma el negocio y permite al mismo tiempo optimizar los recursos de la empresa, permitiendo ser más eficiente y eficaz en la gestión empresarial, logrando un buen desempeño, crecimiento y desarrollo tanto del emprendedor como de su negocio.

Refiriéndose a las Fuentes de Financiamiento en sí, es preciso decir, que aún falta mucho por hacer para que empresarios y emprendedores se interesen por hacer uso y postulación a los programas de apoyo que ofrece el sistema Público, pues muchos emprendedores sienten temor de enfrentarse a una postulación de dichas Fuentes, lo que es basado por muchos motivos que impulsan este actuar, en donde los más recurrentes se



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

encuentran fundados en la exigencia en trámites y documentos técnicos que exige el sistema, en donde muchas veces quienes postulan no cuentan con la formación educacional necesaria para ejecutar los mismos; por otro lado, la burocracia en la postulación muchas veces produce que los postulante decaigan en su intención de postular, ya que es realmente necesario contar con una buena suma de tiempo para realizar las gestiones pertinentes, y quienes son dueños de negocios no cuentan con este valioso recurso.

Por otro lado, los organismos financiadores son quienes juegan un rol fundamental, en lo que respecta a temas de emprendimiento, pues ellos son quienes gestionan los recursos económico y técnicos que se entregan a la población, por lo que la imagen que dan a mostrar a la sociedad debe ser intachable, en donde es necesario que se muestren con un alto grado de compromiso con los emprendedores, junto con un alto grado de apoyo y lo fundamental que se muestren transparentes hacia la sociedad.

En base a los resultados de la investigación de campo realizada, es evidente que la información disponible en cuanto a programas de apoyo es deficiente, por lo que es necesario que las autoridades de los municipios de cada ciudad establezcan estrategias que fomenten el uso de estas fuentes, para que así la información sea entregada a toda la comunidad y no sólo a una parte de ésta.

De acuerdo a lo anterior, es que el manual presentado en el presente trabajo busca dar respuesta a la mayor debilidad descubierta en la investigación, la cual radica en la falta de información brindada a los emprendedores.





UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## Bibliografía

- BANCO DE CHILE. (s.f.). *BANCO DE CHILE: Financiamiento / Mediano y largo Plazo*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2013, de Sitio web Banco de Chile:  
<http://ww3.bancochile.cl/wps/wcm/connect/BCH-Empresas/BancoDeChile/Empresas/Financiamiento/Mediano-y-largo-Plazo/>
- BIOBIO CHILE. (s.f.). 6º ENCUESTA REGIONAL, Las Pymes de América Latina y el Caribe: Cerrando la Brecha para los Bancos de la Región. *BIOBIO CHILE*, pág. 58.
- BIOBIO CHILE. (30 de Octubre de 2013). Aumenta incertidumbre en beneficiarios de Innova Bío Bío tras la rebaja del presupuesto 2014. *Radio Biobio*.
- BIOBIO CHILE. (24 de OCTUBRE de 2013). Innova Bío Bío arriesgaría cierre ante drástica reducción de su presupuesto. *RADIO BIOBIO*.
- Corfo. (s.f.). *Corfo, Sueña Emprende Crece*. Recuperado el Domingo 29 de Septiembre de 2013, de <http://www.corfo.cl/sobre-corfo>
- CORFO. (s.f.). *Programas y Concursos Intermediarios y Consultores Crédito Corfo Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado el DICIEMBRE de 2013, de CORFO: <http://www.corfo.cl/programas-y-concursos/intermediarios-y-consultores/credito-corfo-micro-y-pequena-empresa>
- CORFO. (s.f.). *Sobre Corfo*. Recuperado el 12 de DICIEMBRE de 2013, de CORFO: [www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)
- Emprendedores UNET. (s.f.). *Emprendedores UNET, Página de Emprendedores de la Universidad de Táchira*. Recuperado el 16 de Septiembre de 2013, de [http://www.unet.edu.ve/~ilabarca/concepto\\_emprendedor.htm](http://www.unet.edu.ve/~ilabarca/concepto_emprendedor.htm)
- Fernández Nogales, A. (2004). *Investigación y Técnicas de Mercado*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Fondo Esperanza. (s.f.). *Fondo Esperanza*. Recuperado el 29 de Septiembre de 2013, de <http://www.fondoesperanza.cl/somos/>
- Fosis. (s.f.). *Fosis*. Recuperado el 29 de Septiembre de 2013, de <http://www.fosis.cl/index.php/quienes-somos>
- FOSIS. (s.f.). *QUENES SOMOS: FOSIS*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2013, de FOSIS, Ministerio de Desarrollo Social: <http://www.fosis.cl>
- Hart, J. (2009). En C. M. Justin C. Longenecker, *LANZAMIENTO Y CRECIMIENTO DE INICIATIVAS EMPRENDEDORAS* (pág. 7). Cengage Learning Editores, S.A.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

HART, J. (2009). El emprendedor independiente. En J. Longenecker, C. Moore, W. Petty, & L. Palich, *Administración de Pequeñas Empresas, Lanzamiento y Crecimiento de iniciativas emprendedoras* (pág. 7). Cengage Learning Editores.

ImaginaChile. (2013). *Manual para emprender en Chile 2013*.

Impuestos, D. d. (OCTUBRE de 2013). *Estadísticas de Empresa, SII*. Recuperado el NOVIEMBRE de 2013, de SII: <http://www.sii.cl/estadisticas/empresas.htm>

Indap. (s.f.). *Indap, Ministerio de Agricultura*. Recuperado el 29 de Septiembre de 2013, de <http://www.indap.gob.cl/que-es-indap>

Innova Biobío. (s.f.). *Quienes somos: Descripción Innova Biobio*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2013, de Sitio Web de Innova Biobío: [www.innovabiobio.cl](http://www.innovabiobio.cl)

INNOVA BIOBIO. (28 de NOVIEMBRE de 2013). *SALA DE PRENSA*. Recuperado el 11 de DICIEMBRE de 2013, de INNOVA BIOBIO: [www.innovabiobio.cl](http://www.innovabiobio.cl)

INNOVA BIOBIO. (2013 de NOVIEMBRE de 28). *SALA DE PRENSA INNOVABIIBIO*. Recuperado el 10 de DICIEMBRE de 2013, de INNOVA BIOBIO: <http://www.innovabiobio.cl/sala-de-prensa/2013/11/28/gobierno-regional-y-corfo-firmaron-convenio-de-programacion-de-innova-bio-bio-con-presupuesto-record-para-el-2014/>

INNOVA BIOIBO. (2013). *ARCHIVOS INNOVA BIOBIO*. Recuperado el DICIEMBRE de 2013, de INNOVA BIOBIO: [http://www.innovabiobio.cl/archivos/gestion/2013-gestion\\_ibb\\_2010\\_2013.pdf](http://www.innovabiobio.cl/archivos/gestion/2013-gestion_ibb_2010_2013.pdf)

Innovabiobio. (s.f.). *Innova Biobio*. Recuperado el 29 de Septiembre de 2013, de <http://www.innovabiobio.cl/quienes-somos/>

José Ernesto Amorós, C. E. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor, Actividad Emprendedora en Chile y el Mundo 2012*. Universidad del Desarrollo.

Justin C. Longenecker, C. M. (2009). *LANZAMIENTO Y CRECIMIENTO DE INICIATIVAS EMPRENDEDORAS*. Cengage Learning Editores, S.A.

Know Consultores para MLM Consultores para el producto Góndola WEB de SERCOTEC. (s.f.). *Acerca de Sercotec*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2013, de Sitio Web de Gondola Web: <http://emprendeweb.cl/acerca-de/que-es-sercotec/>

Malhotra, N. K. (2004). Técnicas de Muestreo no Probabilístico, Muestreo por Conveniencia. En N. K. Malhorta, *Investigación de Mercados, Cuarta edición* (pág. 321). México: Pearson Education Inc.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (Octubre de 2012). *Dinámica Empresarial 2005-2011*. Recuperado el Noviembre de 2013, de Ministerio de Economía, Fomento y Turismo: <http://www.economia.gob.cl/2012/10/28/boletin-dinamica-empresarial-2005-2011.htm>

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (26 de Enero de 2010). *Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile*. Recuperado el 29 de Septiembre de 2013, de <http://www.economia.gob.cl/2010/01/26/estatuto-pyme-un-pacto-nacional-con-la-pequena-y-mediana-empresa.htm>

Ogliastri, E. (martes 5 de junio de 2012). *De Gerencia*. Recuperado el Domingo 29 de Septiembre de 2013, de <http://www.degerencia.com/articulo/el-emprendimiento-es-mas-que-condiciones-personales>.

REPUBLICA DE CHILE, Ministerio de Economía Fomento y Reconstrucción. *Ley 20.416*.

Schnarch, A. (12 de Junio de 2012). *De Gerencia*. Recuperado el Domingo 29 de Septiembre de 2013, de <http://www.degerencia.com/articulo/el-emprendimiento-es-mas-que-condiciones-personales>

SERCOTEC. (s.f.). *QUIENES SOMOS: SERCOTEC*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2013, de SERCOTEC, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo: [3w.sercotec.cl](http://3w.sercotec.cl)

Sercotec, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (s.f.). *Sercotec*. Recuperado el Domingo 29 de Septiembre de 2013, de <http://3w.sercotec.cl/web/sercotec/acerca-de-sercotec/quienes-somos>

Toledo, P. C. (25 de Noviembre de 2013). Entrevista Semi Estructurada para empresarios y emprendedores de la Provincia de Ñuble. (I. Beltrán, Entrevistador)

V., J. A. (s.f.). El emprendedor y las .

V., J. A. (2004). El emprendedor y las Pequeñas Empresas. *Revista Futuros N°6 Volumen II* .



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

# ***ANEXOS***

---

## ANEXOS

**Anexo 1: Tabla estadística de empresas por Región y actividad económica del país.**

	2005			2006			2007		
	N° de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores	N° de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores	N° de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores
I REGION DE TARAPACA	14.768	134.222.638,6	68.747	15.306	166.313.891,9	74.012	15.714	169.569.147,2	80.253
II REGION DE ANTOFAGASTA	24.334	214.375.242,2	121.913	24.948	433.757.973,1	132.014	25.165	328.810.320,3	141.218
III REGION DE ATACAMA	13.177	107.422.317,6	79.646	13.632	118.846.516,0	84.533	13.881	125.119.766,6	86.750
IV REGION DE COQUIMBO	32.507	99.743.620,6	146.952	33.271	110.110.267,1	164.225	33.939	126.643.272,7	178.016
V REGION DE VALPARAISO	91.045	762.450.538,3	445.247	92.569	750.856.948,3	466.160	93.048	825.927.513,9	501.581
VI REGION DEL LIBERTADOR GENERAL.	45.381	251.362.971,1	276.300	46.448	289.673.172,0	295.973	46.965	302.823.123,6	317.844
VII REGION DEL MAULE	60.316	163.208.259,3	250.637	61.178	179.348.184,6	276.820	61.998	198.157.927,9	298.793
VIII REGION DEL BIOBIO	89.652	476.444.438,8	458.917	91.873	501.664.512,3	501.396	93.306	893.347.604,0	536.678
IX REGION DE LA ARAUCANIA	42.866	118.969.420,3	165.571	43.671	191.038.439,4	181.230	44.215	141.111.958,1	191.865
X REGION DE LOS LAGOS	40.963	253.774.200,7	233.894	42.031	299.080.233,5	253.810	43.149	316.766.817,3	273.591
XI REGION AYSEN DEL GENERAL CARLOS IBAÑEZ DEL CAMPO	5.944	20.877.703,7	23.929	6.110	23.084.373,5	24.902	6.393	25.308.785,1	25.627
XIII REGION METROPOLITANA	359.374	8.994.213.994,1	3.521.876	368.396	10.148.396.885,3	3.836.906	372.919	10.594.660.561,6	4.236.727
SIN INFORMACION	3.306	189.895,2	929	2.006	44.511,6	772	1.690	46.755,2	663
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>864.249</b>	<b>11.737.379.896,7</b>	<b>5.958.304</b>	<b>882.929</b>	<b>13.359.253.775,3</b>	<b>6.460.772</b>	<b>894.328</b>	<b>14.216.833.598,4</b>	<b>7.052.569</b>

Fuente: SII



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

	2008			2009			2010		
	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajador
I REGION DE TARAPACA	15.884	222.806.901,8	87.440	16.132	229.786.380,6	89.549	16.478	204.435.742,1	88.336
II REGION DE ANTOFAGASTA	25.633	342.704.065,9	153.055	25.844	320.580.301,5	148.654	26.247	364.873.754,2	163.366
III REGION DE ATACAMA	13.988	151.042.090,1	91.216	14.015	123.833.998,0	86.983	14.232	127.682.256,1	90.938
IV REGION DE COQUIMBO	34.398	139.513.483,5	181.492	34.579	128.980.596,0	173.636	35.205	175.232.781,3	179.702
V REGION DE VALPARAISO	93.305	1.012.510.886,3	508.480	93.174	765.459.656,2	508.161	94.112	890.222.239,7	531.767
VI REGION DEL LIBERTADOR GENERAL.	47.789	346.155.867,8	325.888	48.336	320.851.123,1	311.946	49.109	312.476.094,2	324.246
VII REGION DEL MAULE	62.698	217.215.167,7	320.497	63.033	226.972.302,5	305.584	63.795	224.632.067,9	310.373
VIII REGION DEL BIOBIO	93.884	576.955.866,3	554.065	94.512	518.552.004,4	526.283	95.945	543.260.384,7	559.056
IX REGION DE LA ARAUCANIA	44.362	149.220.508,5	203.612	44.524	145.693.830,6	194.261	45.055	154.271.563,0	205.947
X REGION DE LOS LAGOS	44.509	366.049.886,3	287.601	46.246	280.058.883,4	260.721	47.172	305.777.915,3	252.164
XI REGION AYSEN DEL GENERAL CARLOS IBAÑEZ DEL CAMPO	6.504	29.023.410,1	26.476	6.647	23.736.362,9	25.546	6.820	26.108.785,8	25.799
XIII REGION METROPOLITANA	378.355	12.534.735.507,6	4.462.107	383.563	11.188.865.958,5	4.265.191	392.008	12.322.090.080,4	4.642.383
SIN INFORMACION	1.546	156.962,8	669	2.471	2.703.132,3	783	2.209	6.827.543,8	720
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>905.215</b>	<b>16.269.946.633,1</b>	<b>7.390.934</b>	<b>915.899</b>	<b>14.455.063.888,3</b>	<b>7.081.808</b>	<b>931.925</b>	<b>15.856.652.600,9</b>	<b>7.566.267</b>

Fuente: SII



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

	2011		
	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Trabajadores Dependientes Informados
I REGION DE TARAPACA	17.135	215.220.214,1	94.830
II REGION DE ANTOFAGASTA	27.213	556.146.220,2	172.004
III REGION DE ATACAMA	14.647	160.897.320,9	91.846
IV REGION DE COQUIMBO	36.098	212.166.896,4	194.388
V REGION DE VALPARAISO	96.423	1.185.371.464,3	566.238
VI REGION DEL LIBERTADOR GENERAL.	50.509	374.045.058,8	345.363
VII REGION DEL MAULE	64.945	276.798.108,0	328.161
VIII REGION DEL BIOBIO	99.005	737.190.041,9	588.156
IX REGION DE LA ARAUCANIA	46.383	172.901.972,0	228.926
X REGION DE LOS LAGOS	48.574	436.946.584,5	276.208
XI REGION AYSEN DEL GENERAL CARLOS IBAÑEZ DEL CAMPO	7.031	26.000.157,1	27.551
XIII REGION METROPOLITANA	405.797	13.715.588.757,1	5.065.583
SIN INFORMACION	2.071	2.829.550,0	756
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>960.652</b>	<b>18.294.188.360,5</b>	<b>8.181.970</b>

Fuente: SII



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**Anexo 2: Tabla estadística de empresas de la provincia de Ñuble**

PROVINCIA DE ÑUBLE	2005		2006		2007		2008	
	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Empresas	Ventas (UF)
Sin ventas	3.292	0	3.450	0	3.527	0	3.308	0
Pequeña	2.412	14.195.538	2.407	14.392.185	2.660	16.494.027	2.794	17.362.463
Micro	18.224	7.768.239	18.593	7.801.758	18.416	7.838.186	18.469	8.147.079
Mediana	261	7.960.578	270	8.676.927	282	8.873.234	282	8.597.408
Grande	63	3.217.234	70	2.941.244	90	3.871.591	96	4.493.225
<b>PROVINCIA TOTAL</b>	89.652	476.444.438,8	91.873	501.664.512,3	93.306	893.347.604,0	93.884	576.955.866,3

Fuente: SII

PROVINCIA DE ÑUBLE	2009		2010		2011	
	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Empresas	Ventas (UF)	Número de Empresas	Ventas (UF)
Sin ventas	3.459	0	3.380	0	3.439	0
Pequeña	2.719	16.943.921	3.043	19.187.904	3.323	20.926.661
Micro	18.539	8.094.935	18.613	8.513.613	18.933	9.015.480
Mediana	283	8.232.942	309	9.312.583	360	11.430.738
Grande	81	4.096.079	86	4.325.608	88	3.822.874
<b>PROVINCIA TOTAL</b>	94.512	518.552.004,4	95.945	543.260.384,7	99.005	737.190.041,9

Fuente: SII



**ANEXO 3: Instituciones Financieras que operan Crédito CORFO Micro y Pequeña Empresa.**

Coopeuch
Cooperativa Oriencoop
Caja Los Andes
Cooperativa Financoop
Cooperativa Coocretal
Cooperativa Chilecoop
Cooperativa Credicoop
Cooperativa Detacoop
Fondo Esperanza
Indes S.A.

Fuente: (CORFO), Tabla elaboración propia.



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

## Anexo 4: Encuesta Semi-Estructurada para empresarios y emprendedores de la Provincia de Ñuble

**Objetivo:** la presente encuesta, forma parte de una investigación que busca crear un “Manual de Fuentes de Financiamiento para empresarios y Emprendedores de la Provincia de Ñuble” bajo la supervisión de la Universidad de Biobío, en donde se busca identificar en los Empresarios y Emprendedores de la Provincia de Ñuble la percepción que se tiene acerca de las Fuentes de Financiamiento, junto a esto se pretende rescatar ciertas características que tienen en común los emprendedores. Para la realización de esta actividad, es necesario contar con la colaboración de diversas empresas que forman parte de la Cámara de Comercio de la ciudad de Chillán junto a emprendedores de la Provincia.

**Instrucciones para responder:** la siguiente encuesta consta de dos tipos de preguntas, un grupo de ellas corresponden a selección única, las que deben ser marcadas con una X, el otro grupo de preguntas corresponden a preguntas abiertas en donde deberá responder según su propia realidad u opinión.

### Identificación de la empresa y su dueño

Nombre emprendedor:
Profesión u oficio:
Nombre del Negocio
Rubro en el que opera

#### 1. ¿Cuál es su nivel educacional?

Básica	
Básica Incompleta	
Media Completa	
Media Incompleta	
Técnico Profesional	
Universitaria	
Universitaria Incompleta	
Post grado	

#### 2. ¿Cuántos años lleva en el rubro?

1- 5 años	
5-10 años	
10-15 años	
Más de 15 años	

#### 3. ¿A qué edad comenzó a emprender?

Antes de 25 años	
Entre los 25 y 35 años	
Entre los 35 y 45 años	
Entre los 45 y 55 años	
Más de 55 años	

#### 4. ¿Cuántas veces ha intentado realizar un emprendimiento?

Ninguna vez	
Sólo 1 vez	
De 2 a 3 veces	
Más de 3 veces	

Si su respuesta es ninguna pasar a pregunta 11.

#### 5. ¿Cuál fue su motivación para emprender?

Aumento de sus ingresos	
Independencia laboral	
Realización personal	
Crisis Familiar	
Satisfacer una necesidad de la Población	
Otra:	

#### 6. ¿De dónde surgió la idea de emprender en su negocio actual?

---



---

7. ¿Cuál es la principal dificultad que se presenta al momento de querer emprender?

---



---

8. ¿En cuántos proyectos emprendedores ha participado?

Sólo 1	
Sólo 2	
Sólo 3	
Más de 3	

9. Para iniciar su emprendimiento, ¿fue necesaria una gran suma de dinero? ¿Por qué?

---



---

10. ¿En qué lugar se encontraba cuando nace la idea emprendedora?

En su casa	
Paseo al aire libre	
En la locomoción	
En el trabajo	
Otra:	

11. ¿Cómo ha logrado que su negocio perdure en el tiempo?

---



---

12. ¿Cómo descubrió que su idea podía llegar a ser un negocio exitoso?

---



---

13. ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades que usted considera que presenta su negocio?  
Mencione 2 de cada una.

Fortalezas	Debilidades



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

14. ¿Cuál cree usted que es el factor clave de éxito (entendiéndose por tal como un elemento fundamental que permite alcanzar los objetivos trazados y distinguir a la empresa de la competencia) de su negocio?

---



---

15. ¿En qué se diferencia su negocio a otro del mismo rubro?

---



---

**Con respecto a la creación de un Negocio:**

16. ¿Qué aspectos considera de vital importancia al momento de crear una empresa?

Financiamiento	
Conocimiento	
Redes	
Apoyo estatal	
Otra:	

17. Cuando decidió emprender, ¿contaba con algún tipo de conocimiento del mundo de los negocios?

---



---

18. ¿Considera que es importante contar con una formación técnica o profesional para el mejor manejo de su negocio? ¿Por qué?

---



---

**En relación con el Apoyo y Fuentes de Financiamiento:**

19. ¿Considera importante contar con apoyo para iniciar un negocio? ¿Por qué? Si la respuesta es sí continúe con la pregunta 20, si la respuesta es no continúe con la pregunta 21

---



---



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

20. Si la respuesta anterior es sí, ¿a qué tipo de apoyo se refiere?

---



---

21. ¿Ha utilizado alguna Fuente de Financiamiento Público? Si la respuesta es sí, continuar con pregunta 22. Si la respuesta es no pasar a la pregunta n° 27.

sí	
no	

22. ¿Cuál?

Innova Biobío	Convocatoria de innovación emprendedora	
	Convocatoria de Innovación en Turismo	
	Habilitantes para la Pyme	
	Capital para emprendimiento innovador	
Fosis	Fortalecimiento de Asociaciones Nipes	
	-IDEAS- Negocios Inclusivos	
	Ámbito emprendimiento	
Sercotec	Capital Abeja Línea 1	
	Capital Abeja Línea 2	
	Capital Semilla Emprendimiento Línea 1	
	Capital Semilla Emprendimiento	
	Capital Abeja Empresa	
	Capital Semilla Empresa	
	Iniciativas de Desarrollo de Mercado	
CORFO	Crédito CORFO MyYPE	
	Innovación y Emprendimiento Social	

23. ¿Por qué utilizó esa Fuente de Financiamiento y no otra?

---



---

24. ¿Cuál fue su motivación para capturar recursos de una Fuente de Financiamiento?

---



---

25. ¿Cuánto tiempo dedicó a la captación de Fuente de Financiamiento Público?

Menos de 3 meses	
Entre 3 y 6 meses	
Entre 6 y 12 meses	
Más de 1 año	



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

26. **¿Recibió el Apoyo Solicitado? Si la respuesta es sí, continuar con la pregunta 28. Si su respuesta es no continúe con la pregunta 27.**

sí	
no	

27. **¿Por qué cree que no ha recibido recursos de alguna Fuente de Financiamiento? Continúe con la pregunta 31**

---



---

28. **¿En qué contribuyó a su negocio la adjudicación de dicha fuente de financiamiento? Continúe con la pregunta n°**

---



---

29. **¿Por qué no ha postulado a una Fuente de Financiamiento?**

---



---

30. **¿Cuáles fueron las principales dificultades que se presentaron al momento de postular a dicha Fuente de Financiamiento?**

---



---

31. **¿Qué organismo financiador le entrega mayor confianza?**

Innova Biobío	
Fosis	
Sercotec	
CORFO	
Otra:	



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

32. ¿Qué variables influyen en la confianza hacia dicho organismo?

Mayor Compromiso	
Mayor Transparencia	
Mayor Apoyo	
Todas las anteriores	
Otra:	

33. ¿Considera que existe poca información acerca de las Fuentes de Financiamiento?

sí	
no	

34. ¿Cómo considera que se entrega la información por las entidades Financiadoras?

---



---

35. ¿Cuáles son a su parecer las ventajas y desventajas que presentan las Fuentes de Financiamiento Público existentes?

---



---



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**Anexo 5: Empresas socias de la Cámara de Comercio**

EMPRESA	EMPRESA	EMPRESA
ABARROTOS SAN CARLOS	ESPERANZA	FUENTE ALEMANA
ACCESORIOS MAIPON	ESTABLECIMIENTO MI TIERRA	FUENTES JOYAS
AGENCIA DE LOTERIA DE CONCEPCION	FARMACIA CHILLAN – EL LEON	FULL SECURITY E.I.R.L.
AL EL ALMENDRO LTDA.	FARMACIA SANTOS	FUNERARIA RIO VIEJO
ALASAN LTDA.	FERRETERIA EL ARADO	GALERIA LA MERCED
ALIMENTOS VALLE CENTRAL S.A.	FERRETERIA IND. EL LIBERTADOR	GANADERA GOLFO DE ARAUCO LTDA.
ANASAC	FERRETERIA QUIRIHUE	GERARDO ZURITA Y CIA LTDA.
AREA SUR SERVICIOS SILVO AGROPECUA	FLORERIA LAS VIOLETAS	GERMAIN PARRA PARRA
ARTES – TUR	FORMULA UNO	GOMAS CHILLAN
ARTESANIA EMMANUEL	FRUTOS Y VERDURAS JUAN GALAXIA	GREZ Y ULLOA
ARVAL	E.C.M. INGENERIA S.A	GUILLERMO LEROY SANTA MARIA
ASCONT ÑUBLE S.A.	EL GALLO BLANCO	GW – CHINANEGOCIOS
ASEOS SAN FRANCISCO	EL MOLINO	HALCON SISTEMAS DE SEGURIDAD
ASERRADERO SAN JOAQUIN	EL PALACIO DE LAS PILAS	HAUTOLANDIA
AUTOCENTRO LOS CARMELITA	EL PALACIO DEL PERNO	HIDRAULICAS CHILLAN
AUTOMOTRIZ ANTUMALAL	EL POLLO HUASO	HIDROAVENTURA E.I.R.L
AUTOSHOW LTDA.	EL VENCEDOR	HIDROCATT
AVES SAN LUIS	ELECTRO CHILLAN LTDA.	HOJALATERIA LAS PALMAS
BARRACA DE FIERROS CHILLAN	ELECTRO MUSIC	HOTEL ALFEREZ REAL
BEACH MARKET	EMPRESA DE BUSES MONTECINOS	HOTEL GRAN HOTEL ISABEL RIQUELME
CAMEDUC LTDA	JUAN OLALDE E HIJOS LTDA.	HOTEL LAS TERRAZAS
CAR ÑUBLE LTDA.	KACTUS PUB	HOTEL LIB. BERNARDO O'HIGGINS
CASA DEL ACCESORIO	KARIM	HOTELERA ALICANTE S.A.
CASA MI CUMPLEAÑOS	KIOSCO ELY	IMPORTADORA PANAMA
CASA ZARZAR	L.L. AUTOS LTDA.	IMPRESA SAN FRANCISCO
CASINO FAMILIAR VILLA BAVIERA	LA ABUELITA	IMPRESORA ÑUBLE
CECINAS BENGUA	LA BOTA VERDE	INMUNO SALUD LTDA.
CECINAS VILLABLANCA M.R.	LA DISCUSION	INVERSIONES SAN SEBASTIAN S.A.
CENTRO FERRETERO MADRID	LA GRAN VIA	MULTICOMERCIAL CHILLAN
CENTROPTICA Y CONTACTOLOGIA G Y M	LA MUNDIAL	MULTIFOR
CHICHE'S	LABORATORIO 5 DE ABRIL	MULTIMAQUINAS LTDA.
CLINICA DENTALFAMILY LTDA.	LABORATORIO ARAUCO	MULTISERVIS LTDA.
CLINICA LAS AMAPOLAS	LABORATORIO FOLCH LTDA.	MULTIVENTAS
CLUB DE ÑUBLE	LEONARDO SAAVEDRA Y CIA LTDA	MUNDO PLASTICO
COMERCIAL AMV LTDA	LETELIER Y CIA LTDA.	NEW YORK





**UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

<b>COMERCIAL LUIS LAMA LAMA</b>	LGG SERV. TECNICO AUTOMOTRIZ	NICOCENTRO ARTIGUES
<b>COMERCIAL MAS VIDRIO LTDA</b>	LIBRERIA PANDORA	NUEVO MUNDO
<b>COMERCIAL NENITA</b>	LOUVRE RESTOBAR	ÑUBLE COLOR
<b>COMERCIAL SR LTDA.</b>	M Y M PROPIEDADES	OLYMPIA SERV. TECNICO AUTORIZADO
<b>COMERCIAL VAMOS A VER</b>	MAQUIFOR LTDA.	OPTICA CHILLAN EIRL
<b>COMERCIAL VIA LACTEA LTDA.</b>	MARCEL MERINO FUENTEALBA	OPTICA HECK
<b>COMERCIAL WORLDTEC</b>	MARIA CRISTINA GONZALEZ CALDERON	OPTICAS E.I.R.L
<b>COMERCIALIZADORA ORIENTE LTDA.</b>	MASTIK'S	PANADERIA LOS HORNOS
<b>COMPLEJO TURISTICO PARAISO</b>	MAURICIO FUENTES MADERAS	PANADERIA SANTO DOMINGO
<b>CONSULTORA F&amp;C LTDA.</b>	MINIMARKET ARALIA	PANADERIA Y PASTELERIA ÑUBLE
<b>COPEC SERVICENTRO AV.O'HIGGINS 613</b>	MOLINO RIO VIEJO	PARABRISAS VIDRIOS CONCEPCION
<b>COPELEC</b>	MORRIGAN BAR RESTORANT	PARRILLADA DE LUIS
<b>CORONADO E.I.R.L</b>	MUEBLES CAROLINEDUAR	PARRILLADAS EL PINAR
<b>CRISOL MARKET</b>	PETLINE	PASO'S
<b>DEPORTE TOTAL</b>	PLASTICOS LE PAPI	PELUQUERIA RAMIS
<b>DEVOR KING</b>	POLLOS SANTA ROSA	SUZUKI
<b>DEVORIN</b>	PRODUCTOS SAN SEBASTIAN	TALLER MAUREIRA
<b>DOLLAR</b>	PROINTEC	TENDENCIAS
<b>DISTRIBUIDORA LA ESCOBA</b>	PROPIEDADES ROZAS	TERBUCHI
<b>DITEC INDUSTRIAL STUDIO 3</b>	RAVAL ELECTRICIDAD RECTIFICADORA DE MOTORES BADILLA	TIENDA LA MEJOR TODO REPUESTO
<b>DONATELLO PIZZAS</b>	REINALDO ESPINOZA	TOSTADURIA Y HELADOS SALDAÑA
<b>EMPRESAS NUMERO UNO S.A.</b>	RELOJERIA Y JOYERIA HELLMAN	TRANSPORTES Y SERVICIOS MUNIZAGA
<b>ESERCOHEL LTDA.</b>	RENTA DE EQUIPOS PIEDRA LTDA.	TUTTO IL GELATO
<b>RODAMENDEZ</b>	REPUESTOS AUTOMOTRIZ GARCES	ULTRA ESTACION
<b>RyV LTDA.</b>	REPUESTOS ERIZA-EX CHANDIA	VALMART LTDA.
<b>SALVADOR JARUR</b>	REPUESTOS LIBERTAD	VENUS
<b>SEGURIVI LTDA.</b>	RESIDENCIAL 18	VIEL-LAND
<b>SELLOMAT</b>	RESTAURANTE Y PENSION VALDES	VISALA E.I.R.L.
<b>SERVICAR</b>	RODAFRENO	WETFREE
<b>SERVIPAN</b>	SUPERMERCADO VIEJO DEL RIO	SUPERMERCADO DOÑA FLORENCIA
<b>SOLMET LTDA.</b>	SUPERDESCUENTO	SUPERMERCADO MAIPON



**UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**