



*UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
DPTO. GESTIÓN EMPRESARIAL  
INGENIERÍA COMERCIAL*

*MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL*

**ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA DE  
SUSTENTABILIDAD DE LAS PYMES CHILENAS**

---

ALUMNO:  
Marjorie Herrera Jara

DOCENTE:  
Pr. Froilán Quezada Q.

AÑO  
2013

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*



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

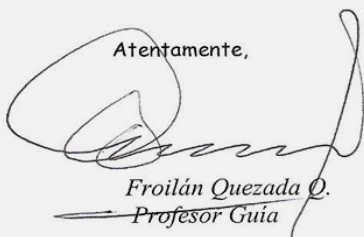
Chillán, Febrero 24 de 2014.

**Informe: Memoria de Título**

En relación a la evaluación de la Memoria para optar al Título de Ingeniero Comercial, denominada "ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA DE SUSTENTABILIDAD DE LKAS PYMES CHILENAS" de las alumno Marjorie Herrera Jara.

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 6,1 puntos (escala de 1 a 7).

Atentamente,

  
Froilán Quezada O.  
Profesor Guía

  
Pedro Severino G.  
Profesor Informante

  
Omar Acuña M.  
Director de Escuela

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

## **AGRADECIMIENTOS**

*En primer lugar agradezco a Dios, por entregarme la fuerza necesaria para llegar a esta instancia de mi vida. Junto a Él agradezco a mis padres Cecilia y Horacio, y a mis familiares por brindarme el apoyo necesario para enfrentar todos los momentos difíciles de mi etapa como estudiante universitario.*

*En segundo lugar quiero agradecer a todos mis profesores por entregarme las herramientas necesarias para desempeñarme en el campo laboral y a su vez realizar esta memoria de título, en especial a mi profesor guía, Sr. Froilán Quezada, quien me apoyo en esta memoria.*

*No puedo dejar de mencionar a todas las personas que participaron y dieron el apoyo necesario para el desarrollo de este análisis, como son mis profesores del área técnica, y compañeros sin los cuales no se podría haber logrado finalizar esta etapa.*

*Esperando que éste sea sólo un paso dentro de mi crecimiento tanto como Persona como profesional y a su vez, que este trabajo deje una huella en las futuras Generaciones que integren la Facultad de Ciencias Empresariales, el cual fue el objetivo principal de esta investigación. Y hoy dejando atrás una hermosa etapa universitaria diciendo adiós a mis amigos y profesores, digo bienvenida etapa de trabajo y crecimiento personal.*

*¡Todo, esfuerzo tiene su justa recompensa!*

*Marjorie Herrera  
Diciembre, 2013*

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	6
INTRODUCCION.....	7
OBJETIVOS.....	8
METODOLOGIA.....	9
CAPITULO I: Antecedentes Generales .....	10
Antecedentes Generales de las Pymes Chilenas.....	10
1.1 Concepto de Pyme. ....	10
1.2 Origen y Evolución de las Pymes Chilenas .....	13
1.3 Normas Chilenas que regulan las Pymes .....	15
1.4 Características de las Pequeñas y Medianas empresas Chilenas .....	17
1.5 Ventajas de las Pymes.....	19
CAPITULO II. Análisis del surgimiento de las Pymes Chilenas.....	22
2.1 Clasificación de las Pymes según sector económico .....	22
2.2. Crecimiento de las Pymes en los últimos 10 años .....	24
2.3 Características de los mercados involucrados .....	27
2.4 Fuerzas competitivas de Porter .....	29
2.4.1 Mercado de productos Alimenticios .....	29
2.4.2 Mercado de las Bebidas Alcoholicas y Analcoholicas.....	32
2.4.3 Mercado de Actividades Deportivas, Diversion Y Ocio.....	36
2.4.4 Mercado de las Minas .....	39
2.4.5 Mercado de Bienes y servicios.....	43
2.4.6 Mercado de Asesoría Técnica y Financiera .....	46
2.4.7 Mercado Constructor.....	50
2.4.8 Mercado de los Vehículos y Medios de Transporte.....	53
CAPITULO III: Análisis del Financiamiento de las Pymes .....	58
3.1 Marco Legal de las Pymes .....	58
3.2 Financiamiento gubernamental de las Pymes.....	61

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

3.3 Financiamiento Bancario para las Pymes. ....	64
3.3.1 Características del los financiamientos .....	66
3.4 Internacionalización de las Pymes .....	69
CAPITULO IV: Análisis de la Supervivencia de las Pymes. ....	72
4.1 Análisis general de los problemas que afectan a las Pymes: .....	72
4.2 Análisis de los principales problemas de sustentabilidad de las Pymes. ....	75
4.3 Análisis de la supervivencia de las Pymes en los mercados actuales .....	78
CAPITULO V: Conclusiones.....	80
5.1 Conclusiones finales. ....	80
5.2 Recomendaciones. ....	82
ANEXOS .....	83
Anexo 1: Determinación de la muestra, Encuesta Actualidad Pyme 2013 y resultados de la Misma .....	83
Encuesta Actualidad Pyme 2013.....	84
Resultado encuesta: Actualidad Pyme 2013 .....	86
BIBLIOGRAFIA .....	94
BIBLIOGRAFIA WEB .....	94

## RESUMEN EJECUTIVO

Nuestra sociedad por muchos años ha tenido un espíritu emprendedor, lo cual nos ha llevado a crear nuevas oportunidades de progresos una y otra vez, una de esas formas de progresos son los estudios, método que nos permite aprender a ser útiles y eficientes en cada etapa de nuestra vida.

Podemos ser distintos tipos de personas con distintas características, con necesidades en común o bien muy distintas, pero que compartimos una tierra generosa en oportunidades para emprender. Esta es la razón por la que muchos compatriotas deciden formar empresas de menor tamaño, para así lograr cumplir los objetivos de crecimiento y desarrollo personal, estas empresas se denominan Pymes, "*Pequeñas y medianas empresas*".

Para conocer a este tipo de empresas que se desenvuelven en nuestro sociedad es que se ha realizado esta Memoria de Título, donde primeramente se ha definido el concepto de Pyme, se han estudiado las características e historia que envuelven a estas empresas. Además de las leyes y normas que regulan este tipo de mercado.

Este estudio tiene como fin analizar a las empresas para determinar su comportamiento durante los años pasado y de esta manera ver cual será su comportamiento en el futuro, para ello se ha realizado un estudio histórico de las Pymes, su composición, crecimiento, fortalezas, debilidades, etc., para lo cual se han aplicado una encuesta a las empresas chilenas de menor tamaño, leído variadas entrevistas de economistas y empresarios, que nos dan una idea más clara de lo que ocurre actualmente en mercado.

Y con todo el análisis realizado solo se puede concluir una cosa, que a pesar de los esfuerzos hechos por el gobierno en los últimos años de mejorar la calidad de las Pymes, a través de la creación de fondos de financiamiento, tanto estatal como privados, reformas de impuestos, etc., no ha cumplido con el objetivo final de proteger a las Pymes. Estas se consideran vulnerables a los cambios en la economía globalizaba, y tienen miedo que en un corto plazo sea irrecuperable la economía aportada por las Pymes al país.

## **INTRODUCCION**

¿Qué sucede con las Pymes Chilenas durante los últimos años? ¿Por qué se habla de una decadencia del sector?

En nuestro país hace ya varios años existen discusiones sobre la situación y destino de las pequeñas y medianas empresas. Variados economistas y parlamentarios sostienen que las pyme están en crisis, que la crisis es dañina para el desarrollo del país y que, por lo tanto, el estado debiera apoyarlas con crédito y programas de fomento. El debate se incremento en el año 2000, cuando más de 600 Pymes cerraron sus puertas debido a los TLC firmados entre Chile y diversos países, en conjunto con las faltas de financiamiento para las empresas más pequeñas del país.

La necesidad de apoyar el desarrollo de las PYME, ha sido tema de interés incluso de las últimas campañas presidenciales, pero sin embargo, la mayoría de estas propuestas se basan en una serie de creencias sobre el desempeño de las PYME y los problemas que éstas enfrentan más que de la realidad que viven las Pymes, y no han dado los resultados esperados.

Los constantes debates de cómo mejorar la sustentabilidad de las Pymes no solo se da en Chile sino en otros países del mundo donde el proceso de globalización de las últimas décadas ha suscitado un efecto negativo en el desempeño de las empresas más pequeñas. Por una parte, se argumenta que las empresas de menor tamaño relativo son afectadas negativamente por la mayor globalización debido a su posición desventajosa para enfrentar la creciente competencia en los mercados locales, y más aún en países en desarrollo que presentan variados problemas en el funcionamiento y profundidad de sus mercados de capitales.

Si bien es un hecho que en Chile el micro, pequeñas y medianas empresas fracasan a tasas elevadas y más que las empresas grandes, este patrón coincide con la dinámica del nacimiento, evolución y salida de empresas documentada para una serie de países, tanto en vías de desarrollo como desarrollados. Variados estudios muestran que la mayoría de las empresas nacen pequeñas y salen a los pocos años de haber sido creadas porque no logran

ser exitosas; sólo unas pocas tienen éxito y sobreviven y aún menos llegan a ser grandes luego de varios años. Pero la gran interrogante es porque están empresas dejan de ser eficientes y se convierten en ineficientes, cuáles son esos factores tan poderosos que han provocado que más del 40% de las Pymes en tan solo 10 años cierren sus puertas y ya no las abran. El propósito de esta Memoria de Título es descubrir esos factores, individualizarlos además de buscar las herramientas y tácticas que ayuden a evitar esta situación.

## **OBJETIVOS**

El objetivo general de este trabajo es “Analizar la situación habitual de los factores que inhiben en el desempeño y sustentabilidad de las Pequeñas y Medianas Empresas en Chile”. Tomando como referencia el comportamiento de este tipo de empresas durante los últimos 10 años, se buscara descubrir las causas y efectos que nos han llevado al comportamiento actual del mercado, y de esta manera proyectar un futuro para las Pymes de nuestro país.

Los objetivos específicos que orientan a esta investigación se pueden enumerar de la siguiente manera:

- Analizar la situación general de las Pymes Chilenas, en últimos 10 años. Para descubrir cuáles han sido los actuares seguidos por estas empresas.
- Analizar la oportunidad de financiamiento de las Pymes.
- Analizar los problemas que afectan la probabilidad de sobrevivencia de las Pymes.
- Proponer posibles soluciones a los problemas de sustentabilidad de las Pymes



## **METODOLOGIA**

Para llevar a cabo un trabajo investigativo más completo, se utilizara la tipología exploratoria, ya que, se pretende analizar la información existente en la red, entregada por distintos estudios realizados por terceros.

La información utilizada para el desarrollo de este estudio, se obtendrá de publicaciones relacionadas con el tema en las que se vean involucradas las empresas en cuestión, además de análisis realizados en forma particular directamente en entrevistas y encuestas a Pymes.

Con la información encontrada se realizara un análisis de las Pymes durante un periodo de tiempo, con el fin de descubrir los principales problemas que afectan a las pequeñas y medianas empresas Chilenas, una vez determinado el universo de problemas que enfrentan estas empresas se pretende generar una serie de posibles soluciones a dichas problemáticas.

El periodo de evolución del estudio, constara de 10 años desde 2001 hasta 2011, con el fin de hacer más precisa la investigación de crecimiento y desarrollo de las Pymes Chilenas.

## CAPITULO I: Antecedentes Generales

El objetivo de este capítulo es informar de los antecedentes generales previos necesarios para el desarrollo de esta Memoria. Dentro de este capítulo entregaremos las definiciones de algunos conceptos, como por ejemplo el significado del concepto Pymes, además de conocer el nacimiento de estas empresas, etc., entre otros. De esta forma se conocerá en forma más clara el tema principal de esta memoria y será más fácil comprender el desarrollo de las actividades posteriores.

### Antecedentes Generales de las Pymes Chilenas

#### 1.1 Concepto de Pyme.

No existe una definición única para el concepto de Pyme, pero muchas de ellas se entrelazan y entregan una idea clara sobre el concepto. A continuación algunas definiciones más relevantes.

*“En Chile el concepto Pyme, define a una empresa con características distintivas, y que posee dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados. Las Pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos.*

*La sigla PYME, representa en conjunto la “Pequeña y Mediana Empresa”, las cuales son entidades independientes que poseen participación en los distintos mercados comerciales, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial debido a las grandes cantidades de inversión necesaria además de la limitación legal que existen en nuestro país para las Pymes, ya sea por el volumen de negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa. Por todo ello una pyme nunca podrá superar ciertas ventas anuales o una cantidad de personal.”<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup>Chile. Biblioteca del Congreso Nacional, 2006  
Estatuto de las Pymes.  
<http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/estatuto-de-las-pymes>

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

*“Pyme es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados. Pyme también suele escribirse como PYME y PyME. Otro término semejante es mipyme o MIPyME, el acrónimo de micro, pequeña y mediana empresa. En este caso, se incluye además a las empresas más chicas, como las unipersonales.”<sup>2</sup>*

*“La definición de pyme varía según el país. En Argentina, por ejemplo, se clasifica a las empresas de acuerdo a sus ventas anuales y su rubro (una pyme industrial puede tener un volumen de facturación que, en otro sector económico, ubicaría a la empresa entre las más grandes). En otros países, el concepto de pyme se asocia a la cantidad de empleados. Entre 1 y 10 empleados, se habla de microempresa; entre 11 y 50, de pyme. Dichas cifras, de todas maneras, pueden variar de acuerdo a la región. Las Pymes tienen necesidades específicas que deben ser atendidas por el Estado. Este tipo de empresas genera, en conjunto, grandes riquezas para cada país además de ser uno de los principales motores del empleo. Sin embargo, por sus particularidades, necesitan protección e incentivos para competir frente a las grandes corporaciones. Las líneas de crédito con condiciones especiales, los beneficios impositivos y la consultoría sin cargo son algunos de los instrumentos que suelen ofrecerse desde el Estado a las Pymes para desarrollarse.”<sup>3</sup>*

*“La sigla PyME (también se puede encontrar como PYME) es la que se utiliza para hacer referencia a las pequeñas y medianas empresas que existen en el mercado de un país. Las pequeñas y medianas empresas o Pymes se caracterizan por ser diferentes a las grandes empresas, especialmente diferentes de las gigantescas multinacionales que son comunes en la actualidad. Las Pymes por lo general están compuestas por una cantidad limitada de personas o trabajadores, cuentan con un presupuesto mucho más reducido y por lo tanto reciben cierta ayuda o asistencia de los gobiernos correspondientes. Las Pymes son empresas que se caracterizan principalmente por contar con un nivel de recursos y posibilidades mucho más reducidas que los de las grandes empresas. El término se aplica además a las empresas que generan hasta determinada cantidad de dinero o ganancias anuales, por lo cual todas aquellas que no sobrepasen el límite o parámetro establecido (que varía de país en país) dejarían de ser consideradas como tales. Las Pymes*

normalmente cuentan con ayuda o subsidios de los Estados que buscan así reactivar áreas de la economía que están dejadas en blanco por las multinacionales o simplemente para favorecer la economía y la suba del empleo formal. Muchas de estas pequeñas y medianas empresas complementan actividades y áreas a las que no se llega formalmente, por ejemplo cuando se habla de empresas tercerizadas o subcontratadas.

Mientras que los beneficios de las Pymes son que necesitan una inversión mucho menor, al mismo tiempo que suelen estar dirigidas por los propios dueños o por cooperativas de trabajadores, los problemas que una pequeña o mediana empresa puede tener por lo general se relacionan con los movimientos del mercado y con la oferta y demanda de los productos o servicios que ellas ofrecen. Ante esta situación, las empresas multinacionales o de gran alcance poseen mucho mayor margen de maniobra mientras que algunas crisis o sacudones económicos pueden hacer desaparecer fácilmente a numerosas Pymes.”<sup>4</sup>

<sup>5</sup>“Pyme, es el concepto abreviado para definir a las pequeñas y medianas empresas oriundas de una región o país en particular. Si bien su tamaño es muy por debajo de las empresas que lideran los mercados, su participación no pasa desapercibida; son generadoras de un alto porcentaje de empleos, y entregan productos y servicios especializados. Su tamaño depende del nivel de ingresos y la cantidad de trabajadores que poseen, es así como se califican en micro, pequeñas, medianas o grandes empresas.

Estas empresas caracterizan especialmente a personas emprendedoras emergentes, que perteneciendo a los estratos medio y medio bajo, e incluso bajos, buscan la opción de volverse empresarios viendo en este negocio un crecimiento económico sustentable tanto en forma personal como para quienes los acompañan en este trabajo.

---

<sup>2</sup>Conceptode.Pyme, 2009  
<http://definición.de/pyme/>

<sup>3</sup> Wikipedia, 2012  
Pequeña y Mediana Empresa  
[es.wikipedia.org/wiki/pequeña\\_y\\_mediana\\_empresa](http://es.wikipedia.org/wiki/pequeña_y_mediana_empresa)

<sup>4</sup>Definicionabc. Definición de Pyme, 2011  
<http://www.definicionabc.com/pyme.php>

<sup>5</sup> Definición Pyme, definición propia, 2013

## **1.2 Origen y Evolución de las Pymes Chilenas**

### ***Origen***

Cuando analizamos el nacimiento del grupo de empresas denominadas Pymes, encontramos dos formas, de surgimiento de las mismas. Por un lado, aquellas que se originan como empresas propiamente tal, es decir, en las que se puede distinguir correctamente una organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial (propietario de la firma) y el trabajo remunerado. En su mayoría, son capital intensivas y se desarrollaron dentro del sector formal de la economía.

Por otro lado están aquellas que tuvieron un origen familiar caracterizadas por una gestión a lo que solo le preocupó su supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital, o la inversión que permite el crecimiento, y que la forma de nacimiento se produjo a través de concursos de financiamiento. Este tipo de Pyme es el más común y también el que más riesgos sufre.

En su evolución este sector tuvo tres etapas perfectamente definidas. Las "Pymes en general y las dedicadas al sector industrial en particular, comenzaron a adquirir importancia dentro de la economía Argentina en los años 50' y 60' durante la vigencia del modelo de sustitución de importaciones.

La segunda etapa de las Pymes está marcada por los limitantes de la época, los que fueron un aspecto lo suficientemente negativo para afectar tanto la productividad como la calidad de estas empresas, alejándola de los niveles internacionales y provocando que las mismas durante los 70', época de inestabilidad macroeconómica, se preocuparan únicamente por su supervivencia que las sumió en una profunda crisis que continuó en la década del 80'.

No obstante desde 1990 se provocan cambios positivos para las Pymes gracias a la disponibilidad de financiamiento externo y estabilidad económica interna, claro siempre con algunos obstáculos que debieron ser superados.

### ***Evolución.***

Durante la década de los '90 Chile fue afectado por los efectos devastadores de la crisis asiática. Si bien es cierto nuestro país resistió a dicha crisis, en 1997 el desempleo solo había sido superado en un 6% y el crecimiento económico había llegado tan solo hasta un 7% en dicho año. Los créditos se hicieron más caros, el consumo disminuyó y las industrias comenzaron a despedir gente. Las empresas más pequeñas, simplemente, quebraron y quedaron endeudados en Dicom. El nivel de desempleo por región llegó hasta los dos dígitos, y pese a que el número general de empresas disminuyó, el de las microempresas se mantuvo constante

En el discurso público se instaló la idea de que la coyuntura se había ensañado particularmente con las generadoras de más del 70% del empleo en Chile: las pequeñas y medianas empresas o Pymes. Y toda la culpabilidad apuntó hacia la banca, por su rigidez para tratar el endeudamiento de las Pymes, además del gobierno, por su aparente parsimonia frente a un potencial socio contra el desempleo.

Posteriormente y bajo la atenta mirada del gobierno, en el año 2002, la economía chilena comenzó a mostrar signos de recuperación parciales, ya que la tasa de desempleo se mantenía aun elevada. Chile pagaba su deuda externa, firmaba tratados de libre comercio y recibía divisas por un cobre, pero la retirada de la cesantía seguía demasiado lenta. Resurgía entonces la convocatoria a las únicas capaces de reclutar gran parte de la fuerza laboral, las Pymes, y volaban nuevamente los dardos de antaño. A tanto llegó su inclusión en el debate público, que las políticas pro Pymes integraron los programas de los tres candidatos a la presidencia en el 2005, Michelle Bachelet, Joaquín Lavín y Sebastián Piñera.

Cuando se inicia el segundo semestre de 2006 y a poco de que la presidenta Michelle Bachelet anunciara en el discurso a la nación del 21 de mayo un paquete de medidas para revitalizar a las Pymes, la Biblioteca del Congreso Nacional (BCN) reclutó al profesor de finanzas de la Universidad Católica de Valparaíso, Eduardo Cartagena, para revisar el estado actual, las oportunidades y los peligros que enfrentan las Pymes en un escenario económico expectante.

### *Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

El estudio del Comité gubernamental de Fomento de la Micro y Pequeña Empresa, de marzo de 2003, señala que ellas no alcanzan a generar el 13% de las ventas totales del país (PIB) y que participan de manera marginal en las exportaciones. Es así como el gobierno crea el apoyo financiero a través de concursos para el sustento de las Pymes convirtiéndose en una de las fuerzas más potentes a la hora de otorgar trabajo a la mano de obra existente en el país, dando trabajo a más del 70% de la población.

Dado que las Pymes, en su mayoría contratan manos de obra no calificada, el estado ha intentado beneficiar a los trabajadores a través de capacitaciones, cursos especializados en áreas de administración, finanzas, trabajo en equipo, coberturas de salud, etc., de esta forma lograr convertir a las pequeñas empresas en instituciones más serias y de reconocimiento frente a sus pares.

Hasta el año 2010 existió en el Congreso un proyecto de ley que libera una serie de procedimientos burocráticos para simplificar la tributación de las Pymes. Una ley como esta facilita las cosas al pequeño empresario, pues se evita un costo mayor. Esta ley promulgada durante el gobierno de la ex presidenta Bachelet, es la ley 20.416.

### **1.3 Normas Chilenas que regulan las Pymes**

En Chile existen variadas leyes y decretos que facilitan la creación de microempresas y otorgan créditos. A continuación las leyes y decretos de mayor relevancia a la hora de posicionar una Pyme en territorio nacional.

- Ley N° 19.857: “Autoriza el establecimiento de empresas individuales de responsabilidad limitada”

Promulgada el 24 de Enero de 2003 y publicada el 11 de Febrero del mismo año.

- Ley N° 19.749: “Establece normas para facilitar la creación de microempresas familiares”.

Promulgada el 16 de Agosto de 2001 y publicada el 25 de Agosto del mismo año.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

- Ley N° 18.989: En su título II (art. 7 al 16), crea el Fondo de Solidaridad e Inversión Social.  
Promulgada el 13 de Julio de 1990 y publicada 19 de Julio del mismo año, y actualizada el 01 de abril de 2012.
  
- Decreto Ley N° 2.974: Establece normas especiales sobre créditos que se otorguen a pequeños empresarios agrícolas y relativos a la prenda agraria.  
Promulgada el 05 de Diciembre de 1979 y publicada 19 de Diciembre del mismo año.
  
- Decreto Ley N° 825: Ley sobre impuesto a las ventas y servicios (IVA).  
Promulgada el 27 de Diciembre de 1974 y publicada 31 de Diciembre de dicho año, y actualizada 01 de Enero de 2013.
  
- Decreto Ley N° 824 : Ley de Impuesto a la Renta  
Promulgada el 27 de Diciembre de 1974 y publicada el 31 de Diciembre del mismo año, y actualizada el 02 de Marzo de 2013.

En conjunto a estas leyes y normas, existe una ley promulgada en el año 2010, denomina Ley 20.416.- promulgada el 13 de Enero de 2010. En ella se establecen los antecedentes preparatorios para la dictación de normas jurídicas generales que afecten a empresas de menor tamaño (artículo quinto, ley 20.416).

La ley 20.416 es una iniciativa del Ministerio de Economía, que en coordinación con distintas instituciones del Estado, levantaron la información, analizaron los distintos ámbitos y regularon en términos laborales, sanitarios, municipales, previsionales, entre otros, adecuando la carga regulatoria de las empresas de menor tamaño (EMT) de manera que sea consistente con la capacidad de cumplimiento de éstas.

El Estatuto Pyme marca un precedente al introducir una práctica regulatoria que marcará un antes y un después en la forma en que se diseñan las reglamentaciones para las EMT, ya que a partir de esta ley el regulador debe tomar en cuenta el impacto de su



propuesta en las Pymes, inculcando un concepto de costo- efectividad en la regulación para las empresas.

El artículo quinto de la ley 20.416 y su reglamento (D.S N°80 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo), establecen el procedimiento para la dictación de Reglamentos y Normas de Carácter General que afecten a Empresas de Menor Tamaño, disponiendo que aquellos organismos sujetos al procedimiento, deben publicar aquellos antecedentes preparatorios necesarios para la formulación de dichos reglamentos y normas.

#### **1.4 Características de las Pequeñas y Medianas empresas Chilenas**

“Una de las características principales de las Pyme, es la capacidad de generar grandes riquezas para un país, además de ser uno de los principales focos de empleo. Un análisis realizado por la División de Estudios del Ministerio de Economía concluye que un 90% del total de empleos asalariados creados durante los años 2011-2013 se generó en el segmento de las MIPYMEs, es decir, empresas con 200 trabajadores o menos, lo que concluyo que un 90% fue generado por las micro, pequeñas y medianas empresas, y un 10% en tanto fue explicado por las grandes empresas. Además pueden realizar productos individualizados, contrario a las grandes empresas que crean un producto estandarizado. Sirven de auxilio a las grandes empresas. Muchas de las grandes empresas se valen de menores empresas subcontratadas para realizar servicios u operaciones, como podría ser el transporte del producto finalizado. Existen actividades productivas donde es más apropiado trabajar con empresas pequeñas, como por ejemplo el caso de las cooperativas agrícolas”<sup>6</sup>

En los artículos de la biblioteca virtual de Derecho y Economía, los autores Mercado Vargas y Palmerín Cern, en su libro titulado “*La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*” del año 2007, hacen referencia a las características de las Pymes de la siguiente forma:

---

<sup>6</sup> Chile. Biblioteca del Congreso Nacional, 2006  
Estatuto de las Pymes.  
<http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/estatuto-de-las-pymes>

➤ **Creadores de la PYME:** La gran mayoría de quienes crean una pequeña y mediana empresa son estudiantes, recién egresados o personas que interrumpieron sus estudios, desempleados que optan por el autoempleo, hijos de empresarios, y trabajadores que buscan la independencia económica

➤ **Formas de propiedad:** Cuatro quintas partes (19.7 %) de las entidades tienen un solo dueño. El 17.5 % de las unidades se hallan organizadas como sociedad, lo cual ofrece fuentes alternas de capital y una base gerencial de operación más amplia siempre y cuando se trate de socios adecuados y confiables que agilicen la toma de decisiones, al no dividir la autoridad.

➤ **Localización:** Más de la mitad (52.6 %) de los establecimientos de la PYME, dicen estar ubicadas fuera de la residencia de los microempresarios, por requieren un nivel de operaciones más complejo debido a los gastos que esto genera, el 37.1 % se hallan ubicados en la residencia.

➤ **Tendencia local:** 26.2 % de los establecimientos de la PYME, son propietarios; 67.6 % son rentados; y el 8 % son de otro tipo.

➤ **Fuerza de grupo:** De acuerdo a los últimos registros, el 54 % de las microempresas, el 92.4 % de las pequeñas y el 96 % de las medianas están afiliadas a una cámara o asociación. De este universo, la distribución revela que el 62.5 % de las micro, el 77 % de la pequeña y el 74 % de la mediana, están adheridas a una cámara de comercio, a pesar de que términos prácticos la mayor parte del sector, no encuentra la utilidad de agruparse con otros empresarios. Aún cuando esta idea prevalece, las ventajas que los empresarios más lúcidos consideran como vital importancia, se ubican en el ámbito propio del negocio.

➤ **La comercialización:** El 60 % de los microempresarios señalan como ventaja de la agrupación este concepto, 64.5 % para las pequeñas y el 78 % para las medianas empresas. Estas cifras indican que entre mayor es el tamaño de la empresa, el factor de

comercialización a escala empieza a considerarse un elemento importante en la operatividad de la empresa.

➤ **Edad de las empresas:** La supervivencia en el mercado de las empresas indica que para micro la turbulencia del medio ambiente limita su supervivencia en el mercado, pues el 72 % tienen un promedio menor a los 10 años, la cifra es más favorable para las pequeñas al señalar 31.5 % Y 19 % para las medianas. De ello se desprende que las micro son el negocio más volátil del sector, lo que se traduce en una muerte prematura para un gran número de estas empresas.

➤ **Las PYME:** Son importantes generadoras de puestos de trabajo, pues el número de estos por unidad de inversión es mayor. Al mismo tiempo, contribuyen, a la distribución regional del ingreso. Como presenta cierta tendencia a la especialización, cuentan con las bases para actuar como proveedoras eficientes y competitivas de empresas grandes.

➤ **Las PYME:** No se consideran un pasivo en la estrategia para impulsar el desarrollo del país, sino todo lo contrario, sino como un gran activo para el crecimiento económico. Desde luego, su capacidad de respuesta dependerá de mucho de sus posibilidades de acceder a los recursos financieros, a la capacitación, tecnología, asesoría y a mecanismos de asociación empresarial.

### **1.5 Ventajas de las Pymes**

La mayor ventaja de una pyme es su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades de mercado, lo cual es mucho más difícil en una gran empresa, con un importante número de empleados y grandes sumas de capital invertido. Sin embargo, por el hecho de tener una cantidad reducida de clientes aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas., por lo que es importante que estas empresas amplíen su mercado o sus clientes.

Otras ventajas que diferencian a las Pymes de las grandes empresas, según artículo de estudio de SOFOFA, son:

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

- **El Trato personalizado:** Las Pymes, en comparación con las grandes empresas, tienen la ventaja de poder ofrecer una atención personalizada.
  
- **Mejor atención al cliente:** Las Pymes suelen estar más cerca de sus clientes, lo que les permite conocer mejor sus necesidades, gustos y preferencias, y, de ese modo, poder ofrecerles una mejor atención.
  
- **Mejor acceso a información del mercado:** El tamaño de su mercado y la cercanía con sus clientes, les permite a las Pymes conocer detalladamente a su público objetivo y estar al tanto de los nuevos cambios que surgen en mercado.
  
- **Mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado:** Al contar con una estructura sencilla, las Pymes tienen la ventaja de adaptarse mejor y más rápido a las nuevas necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.
  
- **Mayor flexibilidad para satisfacer necesidades, gustos y preferencias particulares:** Las Pymes tienen la ventaja también de poder adecuarse en forma precisa a los requerimientos particulares de sus clientes, o a hacer concesiones cuando éste las solicite.
  
- **Mayor capacidad de innovación:** Las Pymes tienen la ventaja de poder innovar constantemente, de poder lanzar al mercado nuevos productos, servicios o promociones sin correr demasiado riesgo.
  
- **Mayor capacidad de reacción:** Debido a su estructura sencilla y menos rígida que las grandes empresas, las Pymes tienen mayor rapidez para aclimatarse a los cambios del mercado, para satisfacer necesidades particulares, o para innovar.
  
- **Decisiones más rápidas y oportunas:** Gracias a su estructura sencilla y poco jerarquizada, las Pymes tienen la capacidad de tomar decisiones más rápidas y oportunas

que las grandes empresas, lo que les permite, a la vez, tener una mayor capacidad de reacción.

➤ **Mayor capacidad para corregir errores:** Debido al tamaño de su estructura, las Pymes tienen la ventaja de descubrir y mejorar sus equivocaciones rápidamente, por ejemplo, tienen mayor facilidad para remediar un producto que no tuvo éxito, una mala campaña publicitaria, o una mala elección del público objetivo.

➤ **Excelente manejo de reclamos:** Las Pymes pueden atender mejor las quejas o reclamos del cliente, por ejemplo, pueden procurar que un mismo trabajador se encargue rápidamente de las quejas o reclamos de un cliente, y que éste no tenga que consultar con varios empleados.

➤ **Mayor compromiso en los trabajadores:** Al ser la pyme una organización sencilla y no tener una marcada división de funciones, los trabajadores suelen tener un mayor aporte en ideas y sugerencias para el mejoramiento en general de la empresa, lo que los hace sentir más útiles y, por tanto, más identificados y comprometidos con ésta.

➤ **Mayor productividad en los trabajadores:** Al haber un mayor compromiso en los trabajadores y, además, al recibir un trato personal por parte del empresario y los altos mandos de la empresa, los trabajadores suelen estar más motivados y, por tanto, suelen ser más productivos.

## CAPITULO II. Análisis del surgimiento de las Pymes Chilenas

El objetivo de este capítulo es conocer más de cerca las Pymes chilenas, describir su clasificación según las leyes nacionales, analizar las características de cada uno de los mercados en los que se desenvuelven, además de identificar claramente el crecimiento de las Pymes en los últimos 10 años. Este capítulo entregara una información clara de la panorámica de los mercados en los que actualmente las Pymes tienen participación.

### 2.1 Clasificación de las Pymes según sector económico

Las leyes y normas chilenas estipulan que las empresas de menor tamaño pueden ser clasificadas por dos criterios, la primera de ellas es según el número de trabajadores y la segunda forma es a través de las ventas anuales.

**Tabla N°1**

<b>Clasificación por número de Trabajadores</b>	
Empresas Grandes	Más de 200 Trabajadores
Pyme	Entre 5 y 199 Trabajadores
Micro	Hasta 4 Trabajadores
Sin Identificar	Menos de 4 Trabajadores

**Fuente:** SOFOFA, <http://web.sofofa.cl/wp-content/uploads/2011/02/ClasificacionPyme.pdf>

De este modo podemos observar en la tabla anterior, que las pequeñas y medianas empresas, están en el rango de 5 y 199 trabajadores, es en este tipo de empresas donde se concentra la mayor cantidad de mano de obra existente en el país. La última encuesta de evaluación del trabajo realizada por el INE, en el mes de agosto de 2012, indica que más del 68,9% de la mano obrera, se desempeña en actividades que involucran las Pymes.

**Tabla N°2**

<b>Clasificación por ventas anuales en UF</b>	
Empresas Grandes	Más de 100.1001 UF
Mediana	Entre 25.001 a 100.000 UF
Pequeña	Entre 2.401 a 25.000
Micro	Menos de 2.400 UF

**Fuente:** SOFOFA, <http://web.sofofa.cl/wp-content/uploads/2011/02/ClasificacionPyme.pdf>

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

En la tabla N°2 se muestra los rangos de ventas anuales según unidad de fomento (UF), que deben cumplir las empresas para clasificarse en grandes, medianas, pequeñas o micro empresas.

Las normas Chilenas de Comercio dice que si una empresa sobrepasa el nivel de ventas de su clasificación, automáticamente sube de nivel, de este modo si una microempresa sobrepasa las ventas anuales de 2400 UF, se considerará una pequeña empresa para el año comercial próximo.

Mientras SOFOFA y el SII, poseen una clasificación de empresas más detallada, de esta forma cada una de las clasificaciones anteriores se subdivide de acuerdo a rangos de ventas dados en UF. A continuación en la tabla N° 3 se muestra la última clasificación realizada por SOFOFA en el año 2005, en este documento se muestra la cantidad de empresas existentes por tramos para dicho año.

**Tabla N°3**

<b>Tramos de Ventas en UF</b>	<b>Número de empresas Existentes</b>
Sin Ventas	146.756
Micro (0,1 - 200 UF)	262.686
Micro (200,1 - 600 UF)	153.994
Micro (600,1 - 2.400 UF)	162.557
Pequeña (2.400,1 - 5.000 UF)	55.962
Pequeña (5.000,1 - 10.000 UF)	34.393
Pequeña (10.000,1 - 25.000 UF)	25.728
Mediana (25.000,1 - 50.000 UF)	10.678
Mediana (50.000,1 - 100.000 UF)	6.641
Grande (100.000,1 - 200.000 UF)	3.811
Grande (200.000,1 - 600.000 UF)	3.006
Grande (600.000,1 - 1.000.000 UF)	679
Grande (más de 1.000.000 UF)	1.203
<b>TOTAL</b>	<b>868.094</b>

Fuente: SOFOFA, <http://web.sofofa.cl/wp-content/uploads/2011/02/ClasificacionPyme.pdf>

Basados en la clasificación de la tabla N°3, se realizarán los estudios pertinentes, para el análisis del desarrollo de las Pymes Chilenas en los últimos 10 años.

## 2.2. Crecimiento de las Pymes en los últimos 10 años

Tabla N°4

Tipo de Empresa	Cantidad de empresas existentes por año										
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>SIN VENTAS</b>	109.839	113.356	115.089	116.174	116.183	120.105	122.053	122.071	133.415	132.807	136.353
<b>MICRO 1</b>	278.160	273.513	267.130	265.010	264.849	266.465	264.023	262.512	259.411	254.980	252.266
<b>MICRO 2</b>	160.210	160.839	162.421	162.670	163.891	165.508	165.301	167.187	168.639	168.704	172.055
<b>MICRO 3</b>	152.289	152.639	153.842	157.292	173.314	177.578	181.099	185.116	186.337	193.160	202.989
<b>PEQUEÑA 1</b>	38.640	39.988	48.223	54.979	58.116	60.525	62.975	64.975	65.919	70.341	75.840
<b>PEQUEÑA 2</b>	30.318	31.059	32.800	34.564	35.355	37.224	39.435	40.987	41.112	44.494	48.218
<b>PEQUEÑA 3</b>	21.007	22.353	23.809	25.682	26.362	27.747	29.639	31.194	30.652	34.075	36.886
<b>MEDIANA 1</b>	9.115	9.616	10.309	10.451	10.755	11.380	12.207	12.910	12.525	13.956	14.946
<b>MEDIANA 2</b>	4.342	5.206	6.188	6.500	6.679	6.938	7.390	7.757	7.681	8.205	8.993
<b>GRANDE 1</b>	2.693	3.125	3.778	3.765	3.813	4.050	4.438	4.555	4.430	4.825	5.214
<b>GRANDE 2</b>	2.673	2.865	2.961	2.974	3.021	3.269	3.499	3.592	3.433	3.850	4.087
<b>GRANDE 3</b>	536	565	579	586	688	753	809	804	816	884	1.002
<b>GRANDE 4</b>	973	987	1.101	1.115	1.223	1.387	1.460	1.555	1.529	1.644	1.803
<b>Total general</b>	<b>810.795</b>	<b>816.111</b>	<b>828.230</b>	<b>841.762</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: Servicio de Impuestos Internos (SII)

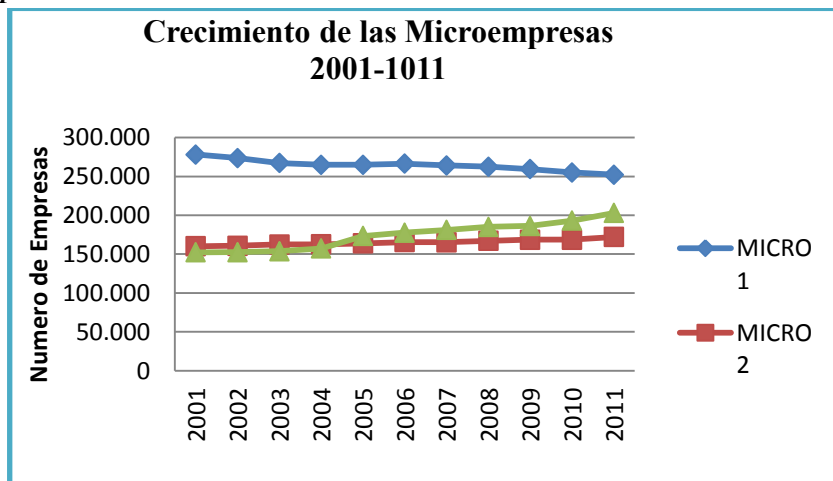
En la Tabla anterior se muestran las cantidades de empresas existentes para cada año, según la base de datos dada por el SII, en número de empresas crece a razón del 5% y 6% anual, cabe destacar que dicha información solo registra las empresas abiertas en durante los años que considera la tabla y no involucra las empresas cerradas, por sucesos de quiebra o cese de funciones comerciales. Dado que el INE establece un cierre de empresas entre 3% y un 35% en un lapso de 10 años. Podemos establecer que han cerrado más de 75.000 empresas en los últimos 10 años.

Además podemos observar que las empresas que no realizan ventas van en aumento llegando en el 2011 a las 136.353, las cuales para el 2012 dejaron legalmente de funcionar.



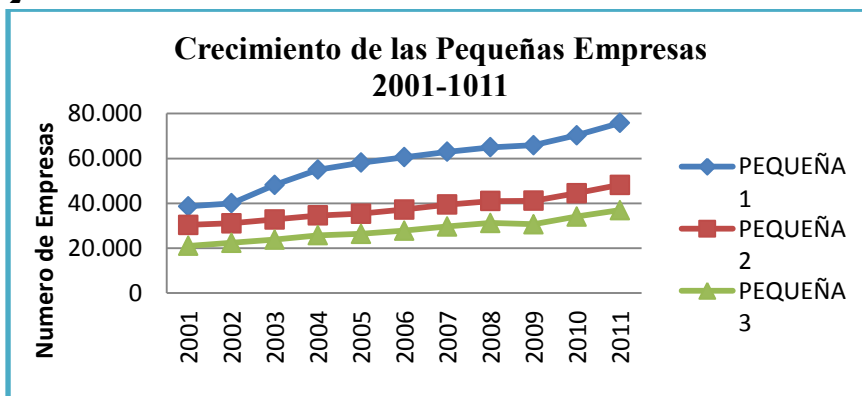
Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

Grafico N°1



En el grafico N°1 podemos observar que las empresas de Micro 1, ósea cuyas ventas fluctúan entre 0,1 y 200 UF, han disminuido notablemente desde el 2008 en adelante. Debido a la crisis Subprime que afecta en aquellos años a Estados Unidos, nuestro país se vio fuertemente afectado, provocando como consecuencia la disminución de participación en el mercado por parte de las pequeñas empresas, debido a la disminución de recursos de financiamiento para este tipo de empresas.

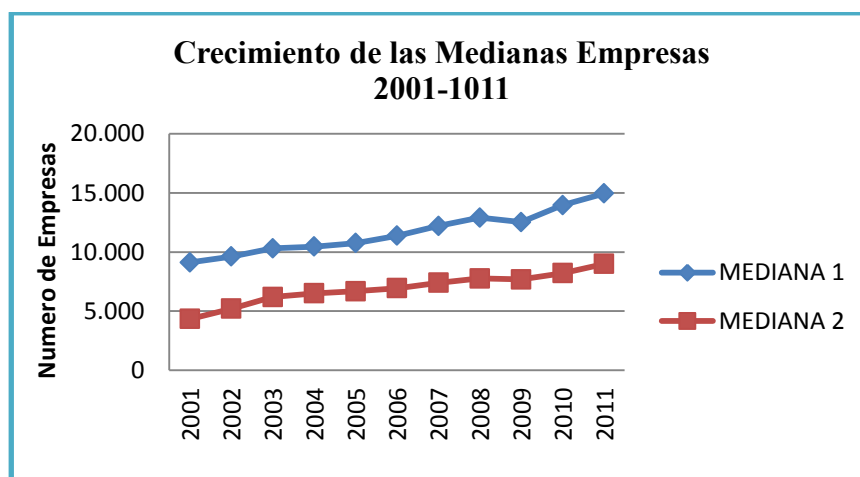
Grafico N°2



En el Grafico número 2 podemos observar un crecimiento exponencial en las pequeñas empresas tipo 1, cuyas ventas fluctúan entre las 2.400,1 y 5.000 UF, esto debido al constante nacimiento de nuevas empresas, mientras que las pequeñas de tipo 2 y 3 han obtenido un crecimiento más pasivo. Esto se debe a que en nuestro país la mayor cantidad de empresas de esta clasificación son de carácter familiar y especializadas en no más de

dos productos o servicios, por lo que es más fácil postular a los recursos gubernamentales que apoyan la creación y sustentabilidad de las pequeñas empresas. A diferencia de las microempresas durante la crisis Subprime las Medianas Empresas vieron un beneficio económico favorable para el desarrollo de sus productos, ya que los accesos materias primas tenían un menor costo y la facilidad de competencia con productos traídos desde el exterior era positiva para el crecimiento del mercado.

Grafico N°3



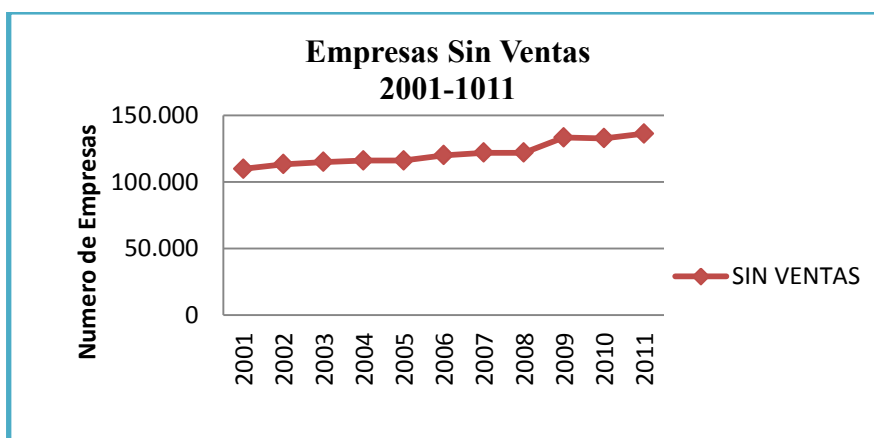
Por su parte en crecimiento de las medianas empresas, ha sido fluctuante a través del tiempo, manteniéndose al alza desde el año 2010, esto debido a los proyectos de ley nacientes desde este año que apoyan el nacimiento y desarrollo de estas empresas en el país.

Si bien es cierto la cantidad de empresas tipo micro, pequeñas y medianas, han tenido un desarrollo considerable en los últimos años, aumentando la cantidad en más de 1000 empresas por año, también de esta la forma miles de empresas no generan ventas, y/o deben cerrar por falta de recursos.

Según datos de SII, más de 5.000 Pymes realizan el término de giro al año, y casi 10.000 no realizan esta gestión pero dejan de funcionar, quedando en el rango sin registro de ventas, de este medo continúan en los registros como empresas pero no pagan impuestos.

Durante el primer semestre del año 2012, Sercotec recibió 25.637 postulaciones de proyectos para la creación de Pymes de las cuales 7.000 fueron aceptados, entre los cuales se distribuyeron más de \$50.000.000 millones de pesos, actualmente en los pagos de IVA del SII solo se han registrado 3465 empresas, por que se presume que el resto no continuo con el giro o simplemente se estancaron.

Grafico N°4



El número de Pymes que no han generado ventas durante los últimos años están registrados en el grafico 4, y como se puede observar desde el año 2008 ha mantenido un crecimiento constante, centrándose mayormente en las Pymes de la región Metropolitana, Séptima y Novena.

### 2.3 Características de los mercados involucrados

Para el año 2011 en nuestro país existían alrededor de 137.267 Pymes registradas en el SII, subdivididas en 19 categorías según la actividad económica que realizan, concentrándose el mayor número en el criterio de empresas dedicadas al comercio al por mayor y por menor.

Los sectores industriales más intervenidos, por este tipo de empresas, son aquellos dedicados a la venta de repuestos de vehículos motorizados y enseres domésticos, donde la

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

mayor cantidad de empresas presentes están en las pequeñas de tipo1, manejando el mercado con más de un 60% de participación a nivel nacional.

Tabla n° 5

Clasificación Por Mercado	Número de Empresas por sector Año 2011				
	Pequeñas 1	Pequeñas 2	Pequeñas 3	Mediana 1	Mediana 2
Agricultura, Caza, Ganadería Y Silvicultura	6.544	4.647	3.432	1.041	523
Pesca	302	242	237	58	37
Explotación de Minas y Canteras	625	510	451	212	118
Industrias manufactureras no Metálicas	4.316	3.043	2.597	1.084	703
Industrias manufactureras Metálicas	3.315	2.290	1.940	823	488
Suministro de electricidad, gas y agua	227	143	137	63	53
Construcción	7.594	5.008	4.069	1.595	905
Comercio al Por mayor y Menor	22.125	13.600	10.533	4.503	2.884
Hoteles y restaurantes	3.053	1.810	1.166	437	181
Transporte, almacenamiento y Comunicaciones	7.625	4.058	2.582	990	565
Intermediación Financiera	4.365	3.215	2.677	1.280	871
Actividades Inmobiliarias, empresariales y de alquiler	9.620	6.289	4.861	1.947	1.195
Administración Pública y defensa	17	10	8	6	4
Enseñanza	1.232	1.020	953	475	237
Servicios sociales y de salud	3.396	1.448	669	224	113
Otras Actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	1.474	883	572	207	115
Consejo de administración de edificios y condominios	6	1	0	0	1
Organizaciones y órganos extraterritoriales	1	0	1	1	0
SIN INFORMACION	3	1	1	0	0

En la tabla anterior se muestra claramente como el mayor porcentaje de empresas se establece en la venta de productos al por mayor y al por menor, dejando una clara participación de mercado nacional, a través de la entrega de productos de fabricación propia como de reventa de productos ya fabricados por terceros.

Dado que la clasificación anteriormente vista es muy diversa en cuanto a la cantidad de empresas existentes, es que para el análisis de los mercados se unirán algunas clasificaciones de sistemas similares.

## 2.4 Fuerzas competitivas de Porter

### 2.4.1 Mercado de productos Alimenticios

Dentro de este grupo de empresas se encuentran establecidas aquellas dedicadas a la fabricación y venta de los distintos productos alimenticios existentes en nuestro país. Este tipo de mercado ha crecido en forma constante en los últimos años, debido a que en la mayoría de los casos el tipo de fabricación es en forma artesanal. La venta de estos productos se considera sanos y nutritivos ya que su composición es de insumos más naturales que los comúnmente usados en las grandes cadenas, este tipo de Pymes vende sus productos en forma directa al consumidor sin intermediarios.

#### Barreras de Entrada:

Barreras De Entrada		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Economías de Escala	Pequeñas	X					Grandes
Diferenciación de Productos	Pocas					X	Muchas
Identificación de Marca	Bajas	X					Alta
Acceso a canal de Distribución	Amplio	X					Limitado
Necesidades de Capital	Bajas	X					Altas
Acceso de nueva tecnología	Amplio		X				Restringido
Acceso a materias primas	Amplio		X				Restringido
Protección gubernamental	No Existen				X		Alta
Efecto de experiencia	No Existen				X		Muy Importantes
Costo de Cambio	Bajos	X					Altos
<b>Conclusión Barreras de Entrada</b>	Bajas	X					Altas

**Conclusión:** Las barreras de Entrada son altas, debido a que existen muchos productos genéricos que ya son reconocidos por su marca y esta característica se convierte en una amenaza al intentar ingresar al mercado.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Rivalidad Competitiva:**

Rivalidad entre Competidores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
N° de Competidores igualmente equilibrados	Grande	X					Pequeño
Crecimiento del Sector	Lento		X				Rápido
Costos Fijos	Altos	X					Bajos
Tipos de Productos	Commoditis				X		Especializado
Manera de incrementar capacidad	Grandes	X					Continuos
Diversidad de competidores	Grandes	X					Pocas
Posiciones estratégicas en el sector	Fuertes		X				Débiles
Barreras para salir	Altas			X			Bajas
Conclusión Rivalidad competitiva.	Alta	X					Bajas

**Conclusión:** la rivalidad entre los competidores es media alta, Dado que existe la experiencia y la posición estratégica ya adquirida en el mercado.

**Barreras de Salida:**

Barreras de salida		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Especialización de Activos	Altas	X					Baja
Costo de Salida	Altos		X				Bajo
Interrelación con otras UEN	Altas			X			Baja
Barreras Emocionales	Altas		X				Bajas
Restricciones Gubernamentales	Altas				X		Bajas
Restricciones Sociales	Altas		X				Bajas
Conclusión Barreras de Salida	Altas		X				Bajas

**Conclusión:** Las barreras de salida son Medias altas lo que genera una gran amenaza media para quienes una vez estando dentro del negocio se quieran salir.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Poder negociador de los Compradores:**

Poder negociador de los compradores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
N° de Compradores importantes	Pocos				X		Muchos
Disponibilidad de Sustitutos	Muchos	X					Pocos
Costos de cambio para el comprador	Bajos	X					Altos
Posibilidad de integración hacia atrás del comprador	Alta	X					Baja
Amenaza de integración hacia adelante en el sector.	Baja				X		Alta
Contribución del sector a la calidad del producto del comprador	Pequeña		X				Grande
Contribución del sector a los costos del comprador	Grande		X				Pequeña
Rivalidad del comprador	Baja		X				Alta
Conclusión poder Negociador de los Compradores	<b>Alto</b>		<b>X</b>				<b>Baja</b>

**Conclusión:** El poder negociador de los compradores es medio alto. Lo que genera una amenaza para el negocio.

**Poder negociador de los proveedores:**

Poder negociador de los proveedores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
N° de Proveedores importantes	Pocos			X			Muchos
Disponibilidad de Sustitutos para los productos de los proveedores.	Baja			X			Altas
Diferenciación o costos de cambio	Altos			X			Bajos
Posibilidad de integración hacia adelante del proveedor	Alta			X			Baja
Amenaza de integración hacia atrás en el sector.	Baja			X			Altas
Contribución del Proveedor a los costos del sector	Grande			X			Pequeño
Importancia del sector para el grupo de Proveedores	Pequeña			X			Grande
Conclusión poder los Proveedores	<b>Alto</b>			<b>X</b>			<b>Bajo</b>

**Conclusión:** El poder negociador de los proveedores es neutro ya que este tipo de empresa Pyme, produce el 90% de sus productos y el resto los adquiere en el mercado de bienes y servicios.

**Matriz Resumen**

Matriz Resumen		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Amenaza de nuevos entrantes	Alta		X				Baja
Rivalidad Competitiva	Intensa		X				Débil
Poder negociador de los Proveedores	Alto			X			Bajo
Poder negociador de los Consumidores	Alto		X				Bajo
Amenaza de Productos sustitutos	Altas		X				Baja
Conclusión atractivo del Sector Industrial.	Bajo				X		Alto

**Conclusión:** Es un sector llamativo pero posee una amenaza alta debido al tipo de producto ofrecido, el cual es fácil de sustituir.

**Resumen:** Si bien es cierto la diferenciación de los productos ofrecidos por las Pymes radica, en la calidad de tipo artesanal, poseen mayores desventajas que los productos importados en cuanto a precio, costos de producción, además de los cambios constantes en los gustos y preferencias de los consumidores. El no estar en una contante reestructuración de los productos a raíz de las deficientes economías de escala que poseen, provocan un retraso en la adaptación de los productos a las necesidades actuales, los que las deja sin ventas u obsoletas. Las amenazas de este tipo de negocio son altas.

**2.4.2 Mercado de las Bebidas Alcoholicas y Analcoholicas**

Cerca de un 10% de las Pymes que actualmente se encuentran en funcionamiento se dedican a la venta de productos alcohólicos y a alcohólicos, llámense bebidas gaseosas, jugos naturales y licores de variados tipos, cosechados y fabricados tanto en forma artesanal como industrial.



Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Barreras de Entrada:**

Barreras De Entrada		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Medi a	Neutral	Medi a	Alta	
Economías de Escala	Pequeñas	X					Grandes
Diferenciación de Productos	Pocas	X					Muchas
Identificación de Marca	Bajas	X					Alta
Acceso a canal de Distribución	Amplio		X				Limitado
Necesidades de Capital	Bajas		X				Altas
Acceso de nueva tecnología	Amplio		X				Restringido
Acceso a materias primas	Amplio				X		Restringido
Protección gubernamental	No Existen				X		Alta
Efecto de experiencia	No Existen				X		Muy Importantes
Costo de Cambio	Bajos		X				Altos
Conclusión Barreras de Entrada	Bajas		X				Altas

**Conclusión:** Barrera de entradas altas, nivel de amenazas altas.

**Rivalidad Competitiva:**

Rivalidad entre Competidores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Competidores igualmente equilibrados	Grande					X	Pequeño
Crecimiento del Sector	Lento				X		Rápido
Costos Fijos	Altos		X				Bajos
Tipos de Productos	Commoditis				X		Especializado
Manera de incrementar capacidad	Grandes		X				Continuos
Diversidad de competidores	Grandes				X		Pocas
Posiciones estratégicas en el sector	Fuertes		X				Débiles
Barreras para salir	Altas		X				Bajas
Conclusión Rivalidad competitiva.	Alta		X				Bajas

**Conclusión:** Rivalidad entre los competidores es media alta, lo que genera una amenaza media alta.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Barreras de Salida:**

Barreras de salida		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Especialización de Activos	Altas		X				Baja
Costo de Salida	Altos		X				Bajo
Interrelación con otras UEN	Altas				X		Baja
Barreras Emocionales	Altas			X			Bajas
Restricciones Gubernamentales	Altas		X				Bajas
Restricciones Sociales	Altas		X				Bajas
Conclusión Barreras de Salida	Altas		X				Bajas

**Conclusión:** Barreras de salida media altas, lo que genera un alto costo económico para salir del mercado.

**Poder negociador de los Compradores:**

Poder negociador de los compradores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Compradores importantes	Pocos				X		Muchos
Disponibilidad de Sustitutos	Muchos		X				Pocos
Costos de cambio para el comprador	Bajos	X					Altos
Posibilidad de integración hacia atrás del comprador	Alta		X				Baja
Amenaza de integración hacia adelante en el sector.	Baja		X				Alta
Contribución del sector a la calidad del producto del comprador	Pequeña				X		Grande
Contribución del sector a los costos del comprador	Grande		X				Pequeña
Rivalidad del comprador	Baja				X		Alta
Conclusión poder Negociador de los Compradores	<b>Alto</b>				<b>X</b>		<b>Baja</b>

**Conclusión:** El poder negociador de los compradores es medio Alto, ya que al existir gran cantidad de compradores el mercado se ve saturado, obligado a entregar productos en mayor cantidad y calidad.

**Poder negociador de los proveedores:**

Poder negociador de los proveedores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutra l	Media	Alta	
N° de Proveedores importantes	Pocos			X			Muchos
Disponibilidad de Sustitutos para los productos de los proveedores.	Baja			X			Altas
Diferenciación o costos de cambio	Altos			X			Bajos
Posibilidad de integración hacia adelante del proveedor	Alta			X			Baja
Amenaza de integración hacia atrás en el sector.	Baja			X			Altas
Contribución del Proveedor a los costos del sector	Grande			X			Pequeño
Importancia del sector para el grupo de Proveedores	Pequeña			X			Grande
Conclusión poder los Proveedores	<b>Alto</b>			<b>X</b>			<b>Bajo</b>

**Conclusión:** El poder negociador de los proveedores es neutro, esto se debe a que el 95% de los productos que se encuentran en esta categoría, son productos de producción propia de las Pymes, tales como vinos y jugos naturales envasados o no.

**Matriz Resumen**

Matriz Resumen		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Amenaza de nuevos entrantes	Alta		X				Baja
Rivalidad Competitiva	Intensa		X				Débil
Poder negociador de los Proveedores	Alto			X			Bajo
Poder negociador de los Consumidores	Alto		X				Bajo
Amenaza de Productos sustitutos	Altas		X				Baja
Conclusión atractivo del Sector Industrial.	Bajo		X				Alto

**Conclusión:** El sector es considerado arriesgado, ya que las amenazas son medianamente altas.

**Resumen:** En el negocio de las bebidas alcohólicas y analcohólicas es un mercado con muchos riesgos, esto ocasionado mayoritariamente por la diferencia en la tecnología utilizada en la producción entre una Pyme y una gran empresa. El dominio de la marca y prestigio le juegan en contra a las pequeñas empresas que aun no han encontrado una forma de posicionarse completamente en el mercado, esto seguido con la gran dificultad para acceder a nuevas tecnologías hacen que este tipo de empresas no estén reestructurándose continuamente como lo exige este mercado.

### 2.4.3 Mercado de Actividades Deportivas, Diversion Y Ocio

En su mayoría son agrupaciones de personas que viven en comunidades, que se han formado para prestar servicios a todas la población, dentro de este grupo encontramos a las Pymes que desarrollan actividades tales como futbol calle, gimnasios, salas de Juegos infantiles, etc., entre otros. En nuestro país han ido creciendo en forma exponencial en las últimas décadas, esto debido a que el sedentarismo, obesidad y enfermedades derivadas de esto mismo, han obligado a la población a ejercer algún tipo de deporte que ayude a mantener una salud estable, de este mismo modo las Pymes de entretenición y ocio son consideradas como entidades favorables contra en stress, es así como entre los años 2010 y 2013 han surgido más de 1.000 empresas dedicabas a estos rubros.

#### **Barreras de Entrada:**

Barreras De Entrada		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Economías de Escala	Pequeñas	X					Grandes
Diferenciación de Productos	Pocas	X					Muchas
Identificación de Marca	Bajas	X					Alta
Acceso a canal de Distribución	Amplio		X				Limitado
Necesidades de Capital	Bajas		X				Altas
Acceso de nueva tecnología	Amplio		X				Restringido
Acceso a materias primas	Amplio		X				Restringido
Protección gubernamental	No Existen						Alta
Efecto de experiencia	No Existen		X				Muy Importantes
Costo de Cambio	Bajos		X				Altos
Conclusión Barreras de Entrada	Bajas		X				Altas

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Conclusión:** Las barreras de entrada son medias bajas, debido a que los costos de inversión no son tan elevados, muchas empresas pueden entrar al sector, generando una amenaza media a las Pymes que se encuentran en el mercado.

**Rivalidad Competitiva:**

Rivalidad entre Competidores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Competidores igualmente equilibrados	Grande		X				Pequeño
Crecimiento del Sector	Lento		X				Rápido
Costos Fijos	Altos		X				Bajos
Tipos de Productos	Commoditis		X				Especializado
Manera de incrementar capacidad	Grandes				X		Continuos
Diversidad de competidores	Grandes		X				Pocas
Posiciones estratégicas en el sector	Fuertes				X		Débiles
Barreras para salir	Altas		X				Bajas
Conclusión Rivalidad competitiva.	Alta		X				Bajas

**Conclusión:** La rivalidad entre los competidores es media alta. Ya que la gran mayoría se encuentra igualmente equilibrado.

**Barreras de Salida:**

Barreras de salida		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Especialización de Activos	Altas				X		Baja
Costo de Salida	Altos		X				Bajo
Interrelación con otras UEN	Altas				X		Baja
Barreras Emocionales	Altas			X			Bajas
Restricciones Gubernamentales	Altas				X		Bajas
Restricciones Sociales	Altas				X		Bajas
Conclusión Barreras de Salida	Altas				X		Bajas

**Conclusión:** Las barreras de salida bajas, lo que genera una oportunidad de carácter medio para una reestructuración del negocio.

**Poder negociador de los Compradores:**

Poder negociador de los compradores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Compradores importantes	Pocos		X				Muchos
Disponibilidad de Sustitutos	Muchos		X				Pocos
Costos de cambio para el comprador	Bajos		X				Altos
Posibilidad de integración hacia atrás del comprador	Alta		X				Baja
Amenaza de integración hacia adelante en el sector.	Baja				X		Alta
Contribución del sector a la calidad del producto del comprador	Pequeña				X		Grande
Contribución del sector a los costos del comprador	Grande				X		Pequeña
Rivalidad del comprador	Baja		X				Alta
Conclusión poder Negociador de los Compradores	<b>Alto</b>		<b>X</b>				<b>Baja</b>

**Conclusión:** El poder negociador de los compradores es medio alto, debido a que existe gran cantidad de empresas prestadoras de estos servicios y los compradores poseen mayor poder al tener mayor variedad para elegir.

**Poder negociador de los proveedores:**

Poder negociador de los proveedores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Proveedores importantes	Pocos			X			Muchos
Disponibilidad de Sustitutos para los productos de los proveedores.	Baja				X		Altas
Diferenciación o costos de cambio	Altos				X		Bajos
Posibilidad de integración hacia adelante del proveedor	Alta		X				Baja
Amenaza de integración hacia atrás en el sector.	Baja				X		Altas
Contribución del Proveedor a los costos del sector	Grande				X		Pequeño
Importancia del sector para el grupo de Proveedores	Pequeña				X		Grande
Conclusión poder los Proveedores	<b>Alto</b>				<b>X</b>		<b>Bajo</b>

**Conclusión:** El poder negociador de los proveedores es medio bajo, ya que en la mayoría de las Pymes dedicadas a este mercado los productos se adquieren en el extranjero y se renuevan según su vida útil o deterioro, por lo que genera una oportunidad para la empresa y una baja en los costos fijos.

**Matriz Resumen**

Matriz Resumen		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Amenaza de nuevos entrantes	Alta					X	Baja
Rivalidad Competitiva	Intensa		X				Débil
Poder negociador de los Proveedores	Alto			X			Bajo
Poder negociador de los Consumidores	Alto		X				Bajo
Amenaza de Productos sustitutos	Altas		X				Baja
Conclusión atractivo del Sector Industrial.	Bajo		X				Alto

**Conclusión:** Sector industrial medianamente llamativo, que requiere una gran inversión.

**Resumen:** Cuando hablamos de Pymes de deportes o dedicadas a la recreación y ocio, observamos que es un mercado llamativo principalmente para jóvenes que desean inculcar ciertas actividades dedicadas a los deportes, a las artes, a la diversión etc., la inversión debe ser alta para poder entrar a competir en forma directa con empresas ya existentes en el mercado, de no ser así la inversión solo generara perdidas y nunca ganancias, las amenazas son altas debido a esto ya que la competencia es muy equilibrada en varios aspectos.

Si bien es cierto el crecimiento ha sido exponencial en los últimos años, durante el año 2011 y 2012, 130 Pymes dedicadas a este comercio a lo largo del país, han cerrado sus puertas por la falta de recursos para mantener los constantes cambios que exige el mercado.

**2.4.4 Mercado de las Minas**

La pequeña minería aporta alrededor de 100 mil toneladas anuales, siendo formada por productores dueños de minas (60%) y arrendatarios (40%), centrándose principalmente en la extracción de cobre (84,6%) y oro (15,4%). La participación que esta actividad tiene en el PIB es de 1,2% aproximadamente.

La mediana minería agrupa a 35 empresas, que emplean a 10.000 trabajadores aproximadamente, de las cuales 18 venden su mineral a la Empresa Nacional de Minería (Enami), que en el caso de la pequeña minería alcanza el 100% de las faenas.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

Las Pymes mineras comenzaron un alza en la apertura de nuevos yacimientos, llegando en la actualidad a más de 4.000, superando ampliamente los 1.336 registrados en 2009.

**Barreras de Entrada:**

Barreras De Entrada		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Economías de Escala	Pequeñas				X		Grandes
Diferenciación de Productos	Pocas		X				Muchas
Identificación de Marca	Bajas			X			Alta
Acceso a canal de Distribución	Amplio			X			Limitado
Necesidades de Capital	Bajas					X	Altas
Acceso de nueva tecnología	Amplio				X		Restringido
Acceso a materias primas	Amplio				X		Restringido
Protección gubernamental	No Existen					X	Alta
Efecto de experiencia	No Existen					X	Muy Importantes
Costo de Cambio	Bajos					X	Altos
Conclusión Barreras de Entrada	Bajas					X	Altas

**Conclusión:** Las barreras de entrada son altas, debido a que el nivel de capital necesario es muy elevado sin considerar la especialización de mano de obra y los costos de maquinarias para la extracción del mineral.

**Rivalidad Competitiva:**

Rivalidad entre Competidores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Competidores igualmente equilibrados	Grande	X					Pequeño
Crecimiento del Sector	Lento		X				Rápido
Costos Fijos	Altos		X				Bajos
Tipos de Productos	Commoditis				X		Especializado
Manera de incrementar capacidad	Grandes		X				Continuos
Diversidad de competidores	Grandes				X		Pocas
Posiciones estratégicas en el sector	Fuertes				X		Débiles
Barreras para salir	Altas		X				Bajas
Conclusión Rivalidad competitiva.	Alta		X				Bajas



Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Conclusión:** La rivalidad es alta, ya que existen mayor cantidad de grandes empresas que abarcan más y de mejor forma el mercado en comparación a las Pymes.

**Barreras de Salida:**

Barreras de salida		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Especialización de Activos	Altas		X				Baja
Costo de Salida	Altos	X					Bajo
Interrelación con otras UEN	Altas		X				Baja
Barreras Emocionales	Altas			X			Bajas
Restricciones Gubernamentales	Altas		X				Bajas
Restricciones Sociales	Altas		X				Bajas
Conclusión Barreras de Salida	Altas		X				Bajas

**Conclusión:** las barreras de salida de son altas debido a los costos que genera salir del mercado.

**Poder negociador de los Compradores:**

Poder negociador de los compradores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
N° de Compradores importantes	Pocos	X					Muchos
Disponibilidad de Sustitutos	Muchos				X		Pocos
Costos de cambio para el comprador	Bajos		X				Altos
Posibilidad de integración hacia atrás del comprador	Alta				X		Baja
Amenaza de integración hacia adelante en el sector.	Baja		X				Alta
Contribución del sector a la calidad del producto del comprador	Pequeña				X		Grande
Contribución del sector a los costos del comprador	Grande		X				Pequeña
Rivalidad del comprador	Baja		X				Alta
Conclusión poder Negociador de los Compradores	<i>Alto</i>		X				<i>Baja</i>

**Conclusión:** El poder de los compradores genera una amenaza, ya que al ser pocos influyen en las Pymes dedicadas a este mercado.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Poder negociador de los proveedores:**

Poder negociador de los proveedores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Proveedores importantes	Pocos		X				Muchos
Disponibilidad de Sustitutos para los productos de los proveedores.	Baja				X		Altas
Diferenciación o costos de cambio	Altos		X				Bajos
Posibilidad de integración hacia adelante del proveedor	Alta				X		Baja
Amenaza de integración hacia atrás en el sector.	Baja		X				Altas
Contribución del Proveedor a los costos del sector	Grande				X		Pequeño
Importancia del sector para el grupo de Proveedores	Pequeña				X		Grande
Conclusión poder los Proveedores	<b>Alto</b>				<b>X</b>		<b>Bajo</b>

**Conclusión:** El poder negociador de los proveedores es bajo, ya que no influyen directamente en la explotación de minas, sino más bien solo ofrecen las maquinarias necesarias para dicha operación.

**Matriz Resumen**

Matriz Resumen		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Amenaza de nuevos entrantes	Alta				X		Baja
Rivalidad Competitiva	Intensa				X		Débil
Poder negociador de los Proveedores	Alto				X		Bajo
Poder negociador de los Consumidores	Alto		X				Bajo
Amenaza de Productos sustitutos	Altas				X		Baja
Conclusión atractivo del Sector Industrial.	Bajo				X		Alto

**Conclusión:** Es un mercado atractivo, que requiere de gran inversión.

**Resumen:** Cuando analizamos el comportamiento de este tipo de mercado, lo primero que podemos decir que es un mercado amplio, ya que la industria minera en Chile es grande, mayoritariamente en el norte de nuestro país. Es un mercado llamativo pero que requiere una gran inversión en maquinarias y capacitaciones.

### 2.4.5 Mercado de Bienes y servicios

Es el grupo en el cual se encuentran la mayor cantidad de Pymes, lo llamativo del mercado y su constante crecimiento hacen de él un mercado atrayente. Las ventas de productos de fabricación propia y de importación son las generadoras del casi el 30% del total de ventas. Por su parte los servicios prestados como jardinería y aseo entre otras forman parte del 13% del ingreso total de las Pymes en Chile.

Dentro de este mercado destacan las empresas de ventas al por mayor y por menor, quienes ofrecen productos importados a bajos precios gracias a los TLC que Chile posee.

#### Barreras de Entrada:

Barreras De Entrada		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Economías de Escala	Pequeñas		X				Grandes
Diferenciación de Productos	Pocas		X				Muchas
Identificación de Marca	Bajas		X				Alta
Acceso a canal de Distribución	Amplio				X		Limitado
Necesidades de Capital	Bajas		X				Altas
Acceso de nueva tecnología	Amplio		X				Restringido
Acceso a materias primas	Amplio				X		Restringido
Protección gubernamental	No Existen				X		Alta
Efecto de experiencia	No Existen		X				Muy Importantes
Costo de Cambio	Bajos		X				Altos
Conclusión Barreras de Entrada	Bajas		X				Altas

**Conclusión:** Las barreras de entrada son altas lo que genera una amenaza para nuevos entrantes, esto ocasiona un mercado más seguro para quienes participan de él.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Rivalidad Competitiva:**

Rivalidad entre Competidores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
N° de Competidores igualmente equilibrados	Grande	X					Pequeño
Crecimiento del Sector	Lento				X		Rápido
Costos Fijos	Altos		X				Bajos
Tipos de Productos	Commoditis		X				Especializado
Manera de incrementar capacidad	Grandes				X		Continuos
Diversidad de competidores	Grandes		X				Pocas
Posiciones estratégicas en el sector	Fuertes				X		Débiles
Barreras para salir	Altas		X				Bajas
Conclusión Rivalidad competitiva.	Alta		X				Bajas

**Conclusión:** Al existir gran cantidad de competencia, la rivalidad se vuelve una amenaza constante.

**Barreras de Salida:**

Barreras de salida		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Especialización de Activos	Altas					X	Baja
Costo de Salida	Altos				X		Bajo
Interrelación con otras UEN	Altas				X		Baja
Barreras Emocionales	Altas		X				Bajas
Restricciones Gubernamentales	Altas				X		Bajas
Restricciones Sociales	Altas					X	Bajas
Conclusión Barreras de Salida	Altas				X		Bajas

**Conclusión:** Las barreras de salida son bajas, lo que genera una oportunidad para quienes desean cambiar su negocio.

**Poder negociador de los Compradores:**

Poder negociador de los compradores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Compradores importantes	Pocos				X		Muchos
Disponibilidad de Sustitutos	Muchos		X				Pocos
Costos de cambio para el comprador	Bajos	X					Altos
Posibilidad de integración hacia atrás del comprador	Alta		X				Baja
Amenaza de integración hacia adelante en el sector.	Baja		X				Alta
Contribución del sector a la calidad del producto del comprador	Pequeña		X				Grande
Contribución del sector a los costos del comprador	Grande		X				Pequeña
Rivalidad del comprador	Baja		X				Alta
Conclusión poder Negociador de los Compradores	<b>Alto</b>		<b>X</b>				<b>Baja</b>

**Conclusión:** El poder negociador de los compradores es alto lo que genera una amenaza para las Pymes.

**Poder negociador de los proveedores:**

Poder negociador de los proveedores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Proveedores importantes	Pocos				X		Muchos
Disponibilidad de Sustitutos para los productos de los proveedores.	Baja		X				Altas
Diferenciación o costos de cambio	Altos				X		Bajos
Posibilidad de integración hacia adelante del proveedor	Alta		X				Baja
Amenaza de integración hacia atrás en el sector.	Baja		X				Altas
Contribución del Proveedor a los costos del sector	Grande		X				Pequeño
Importancia del sector para el grupo de Proveedores	Pequeña		X				Grande
Conclusión poder los Proveedores	<b>Alto</b>		<b>X</b>				<b>Bajo</b>

**Conclusión:** El poder negociador de los proveedores medianamente alto, debido al poder que poseen a la hora de generar los costos de los productos importados.

**Matriz Resumen**

Matriz Resumen		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Amenaza de nuevos entrantes	Alta		X				Baja
Rivalidad Competitiva	Intensa		X				Débil
Poder negociador de los Proveedores	Alto		X				Bajo
Poder negociador de los Consumidores	Alto		X				Bajo
Amenaza de Productos sustitutos	Altas				X		Baja
Conclusión atractivo del Sector Industrial.	Bajo		X				Alto

**Conclusión:** el mercado es poco atractivo en cuanto a Porter.

**Resumen:** Si bien es cierto el análisis de Porter muestra un mercado poco llamativo, debido a las grandes amenazas que este genera, la mayoría de las Pymes lo prefiere, por la rapidez en que se generan las utilidades aunque esto signifique el corto periodo por el que se mantienen activos. Aunque existen algunas empresas que logran posicionarse gracias a una buena administración y mantener el negocio por periodos extensos superior a los 3 años.

**2.4.6 Mercado de Asesoría Técnica y Financiera**

Este mercado está formado mayoritariamente por profesionales técnicos y universitarios, relacionados con los temas de finanzas, leyes, informática, etc., que ven en estos proyectos de empresas la posibilidad de comenzar un negocio propio generador de relaciones comerciales.

En nuestro país este tipo de mercado estuvo distante de las Pymes por muchos años, hasta que en el año 2008 marco su mayor auge, para el año 2012 ya casi 30.000 estudiantes de últimos años de carreras de Informática, Contadores Auditores, Ingenieros Comerciales, y Abogados, postularon a proyectos del área Emprende, para comenzar sus negocios, de los cuales 12.500 se encuentran activos actualmente y registrados en el SII.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Barreras de Entrada:**

Barreras De Entrada		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Economías de Escala	Pequeñas		X				Grandes
Diferenciación de Productos	Pocas					X	Muchas
Identificación de Marca	Bajas					X	Alta
Acceso a canal de Distribución	Amplio		X				Limitado
Necesidades de Capital	Bajas					X	Altas
Acceso de nueva tecnología	Amplio		X				Restringido
Acceso a materias primas	Amplio		X				Restringido
Protección gubernamental	No Existen				X		Alta
Efecto de experiencia	No Existen					X	Muy Importantes
Costo de Cambio	Bajos					X	Altos
Conclusión Barreras de Entrada	Bajas					X	Altas

**Conclusión:** Las barreras de entrada son altas, debido a las exigencias del mercado, sobre todo en el ámbito profesional.

**Rivalidad Competitiva:**

Rivalidad entre Competidores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Competidores igualmente equilibrados	Grande	X					Pequeño
Crecimiento del Sector	Lento		X				Rápido
Costos Fijos	Altos		X				Bajos
Tipos de Productos	Commoditis					X	Especializado
Manera de incrementar capacidad	Grandes					X	Continuos
Diversidad de competidores	Grandes		X				Pocas
Posiciones estratégicas en el sector	Fuertes		X				Débiles
Barreras para salir	Altas		X				Bajas
Conclusión Rivalidad competitiva.	Alta		X				Bajas

**Conclusión.** La rivalidad de los competidores es media alta. Lo que genera una amenaza para el mercado.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Barreras de Salida:**

Barreras de salida		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Especialización de Activos	Altas	X					Baja
Costo de Salida	Altos		X				Bajo
Interrelación con otras UEN	Altas		X				Baja
Barreras Emocionales	Altas			X			Bajas
Restricciones Gubernamentales	Altas		X				Bajas
Restricciones Sociales	Altas		X				Bajas
Conclusión Barreras de Salida	Altas		X				Bajas

**Conclusión:** Las barreras de salida son altas debido a la especialización de las Pymes en este negocio.

**Poder negociador de los Compradores:**

Poder negociador de los compradores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Compradores importantes	Pocos				X		Muchos
Disponibilidad de Sustitutos	Muchos					X	Pocos
Costos de cambio para el comprador	Bajos				X		Altos
Posibilidad de integración hacia atrás del comprador	Alta		X				Baja
Amenaza de integración hacia adelante en el sector.	Baja		X				Alta
Contribución del sector a la calidad del producto del comprador	Pequeña				X		Grande
Contribución del sector a los costos del comprador	Grande		X				Pequeña
Rivalidad del comprador	Baja				X		Alta
Conclusión poder Negociador de los Compradores	<b>Alto</b>				X		<b>Baja</b>

**Conclusión:** El poder negociador de los compradores es medio bajo, ya que son muchos los compradores y pocos oferentes de estos servicios, genera una oportunidad media para el negocio.



**Poder negociador de los proveedores:**

Poder negociador de los proveedores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Proveedores importantes	Pocos				X		Muchos
Disponibilidad de Sustitutos para los productos de los proveedores.	Baja		X				Altas
Diferenciación o costos de cambio	Altos				X		Bajos
Posibilidad de integración hacia adelante del proveedor	Alta				X		Baja
Amenaza de integración hacia atrás en el sector.	Baja		X				Altas
Contribución del Proveedor a los costos del sector	Grande				X		Pequeño
Importancia del sector para el grupo de Proveedores	Pequeña					X	Grande
Conclusión poder los Proveedores	<b>Alto</b>				<b>X</b>		<b>Bajo</b>

**Conclusión:** El poder negociador de los proveedores es bajo, ya que se consideran proveedores las casas de estudio donde se han adquirido los conocimientos relevantes para este tipo de negocio.

**Matriz Resumen**

Matriz Resumen		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Amenaza de nuevos entrantes	Alta		X				Baja
Rivalidad Competitiva	Intensa		X				Débil
Poder negociador de los Proveedores	Alto				X		Bajo
Poder negociador de los Consumidores	Alto		X				Bajo
Amenaza de Productos sustitutos	Altas				X		Baja
Conclusión atractivo del Sector Industrial.	Bajo		X				Alto

**Conclusión:** El mercado se registra poco llamativo.

**Resumen:** Este mercado posee una amenaza constante de nuevos entrantes debido que los profesionales egresan año a año, ya sea universitarios, técnico profesionales, etc., los que provoca que la competencia aumente con gran fuerza, es por eso que en Chile existen muchos profesionales contratados por terceros y no con negocios propio.

### 2.4.7 Mercado Constructor

En nuestro país cerca de 18.000 Pymes se dedican a la construcción, de este grupo solo el 30% cuenta con asistencia técnica, el resto solo se dedica a la construcción como tal. Para el año 2012, la agrupación de pequeñas empresas constructoras solicitó al gobierno un apoyo de capacitación administrativa, ya que en promedio el 5% de los proyectos de construcción no generaban la utilidad esperada por desconocer los movimientos bursátiles del mercado.

Dentro de este mercado se encuentran incorporadas las personas naturales que desempeñan actividades a través de sus habilidades en oficios; como los de estructuras metálicas por ejemplo, quienes comúnmente vemos fabricando enrejados, cierros, etc., y que han postulado a algún beneficio gubernamental lo que los ha obligado a realizar inicio de actividades. Consecuencia de esto su término de giro se registra más rápido que la de los demás mercados, ya que por el desconocimiento muchos ni siquiera emiten boletas, o pagan impuestos lo que les genera un problema mayor con el fisco.

#### Barreras de Entrada:

Barreras De Entrada		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Economías de Escala	Pequeñas				X		Grandes
Diferenciación de Productos	Pocas				X		Muchas
Identificación de Marca	Bajas		X				Alta
Acceso a canal de Distribución	Amplio				X		Limitado
Necesidades de Capital	Bajas				X		Altas
Acceso de nueva tecnología	Amplio				X		Restringido
Acceso a materias primas	Amplio				X		Restringido
Protección gubernamental	No Existen				X		Alta
Efecto de experiencia	No Existen				X		Muy Importantes
Costo de Cambio	Bajos				X		Altos
Conclusión Barreras de Entrada	Bajas				X		Altas

**Conclusión:** Barreras de entrada altas, genera oportunidades en el mercado.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Rivalidad Competitiva:**

Rivalidad entre Competidores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Competidores igualmente equilibrados	Grande	X					Pequeño
Crecimiento del Sector	Lento				X		Rápido
Costos Fijos	Altos		X				Bajos
Tipos de Productos	Commoditis				X		Especializado
Manera de incrementar capacidad	Grandes				X		Continuos
Diversidad de competidores	Grandes		X				Pocas
Posiciones estratégicas en el sector	Fuertes		X				Débiles
Barreras para salir	Altas		X				Bajas
Conclusión Rivalidad competitiva.	Alta		X				Bajas

**Conclusión:** Rivalidad competitiva medio alto.

**Barreras de Salida:**

Barreras de salida		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Especialización de Activos	Altas				X		Baja
Costo de Salida	Altos		X				Bajo
Interrelación con otras UEN	Altas		X				Baja
Barreras Emocionales	Altas				X		Bajas
Restricciones Gubernamentales	Altas		X				Bajas
Restricciones Sociales	Altas		X				Bajas
Conclusión Barreras de Salida	Altas		X				Bajas

**Conclusión:** Barreras de salida media altas, debido a los costos que esto genera.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Poder negociador de los Compradores:**

Poder negociador de los compradores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Compradores importantes	Pocos					X	Muchos
Disponibilidad de Sustitutos	Muchos		X				Pocos
Costos de cambio para el comprador	Bajos		X				Altos
Posibilidad de integración hacia atrás del comprador	Alta		X				Baja
Amenaza de integración hacia adelante en el sector.	Baja		X				Alta
Contribución del sector a la calidad del producto del comprador	Pequeña				X		Grande
Contribución del sector a los costos del comprador	Grande		X				Pequeña
Rivalidad del comprador	Baja		X				Alta
Conclusión poder Negociador de los Compradores	<i>Alto</i>		X				<i>Baja</i>

**Conclusión:** Poder negociador del comprador medio alto.

**Poder negociador de los proveedores:**

Poder negociador de los proveedores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Proveedores importantes	Pocos					X	Muchos
Disponibilidad de Sustitutos para los productos de los proveedores.	Baja				X		Altas
Diferenciación o costos de cambio	Altos					X	Bajos
Posibilidad de integración hacia adelante del proveedor	Alta		X				Baja
Amenaza de integración hacia atrás en el sector.	Baja				X		Altas
Contribución del Proveedor a los costos del sector	Grande		X				Pequeño
Importancia del sector para el grupo de Proveedores	Pequeña		X				Grande
Conclusión poder los Proveedores	<i>Alto</i>		X				<i>Bajo</i>

**Conclusión:** El poder negociador de los proveedores es medio alto ya que se consideran como proveedores quienes ofrecen al material para las construcciones, y en Chile son pocos los que lideran el mercado.

**Matriz Resumen**

Matriz Resumen		Amenazas		Neutral	Oportunidades		
		Alta	Media		Media	Alta	
Amenaza de nuevos entrantes	Alta	X					Baja
Rivalidad Competitiva	Intensa		X				Débil
Poder negociador de los Proveedores	Alto		X				Bajo
Poder negociador de los Consumidores	Alto		X				Bajo
Amenaza de Productos sustitutos	Altas				X		Baja
Conclusión atractivo del Sector Industrial.	Bajo		X				Alto

**Conclusión:** La matriz resume, muestra que el mercado no es llamativo.

**Resumen:** El sector de la construcción, es un mercado muy amplio, además de destacar que actualmente se encuentra en un crecimiento exponencial, pero para las Pymes no debería ser un mercado atractivo, debido al riesgo que posee. Aun así para las pequeñas y medianas empresas dedicadas a trabajos más personalizados puede volverse un mercado atrayente.

**2.4.8 Mercado de los Vehículos y Medios de Transporte**

Los vehículos cada vez son más necesitados por los usuarios, esto en conjunto con los bajos precios de vehículos importados gracias a los TLC, forman las características de un mercado que va en ascenso. De esta misma forma los medios de transporte de pasajeros han percibido una mayor demanda debido al aumento turismo en nuestro país, cercamos a las 8.000 Pymes nacionales se dedican a la venta y re-venta de medios de transporte.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Barreras de Entrada:**

Barreras De Entrada		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Economías de Escala	Pequeñas				X		Grandes
Diferenciación de Productos	Pocas					X	Muchas
Identificación de Marca	Bajas					X	Alta
Acceso a canal de Distribución	Amplio		X				Limitado
Necesidades de Capital	Bajas					X	Altas
Acceso de nueva tecnología	Amplio		X				Restringido
Acceso a materias primas	Amplio					X	Restringido
Protección gubernamental	No Existen				X		Alta
Efecto de experiencia	No Existen		X				Muy Importantes
Costo de Cambio	Bajos				X		Altos
Conclusión Barreras de Entrada	Bajas					X	Altas

**Conclusión:** Las barreras de entrada son altas debido a los costos de inversión.

**Rivalidad Competitiva:**

Rivalidad entre Competidores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Competidores igualmente equilibrados	Grande		X				Pequeño
Crecimiento del Sector	Lento				X		Rápido
Costos Fijos	Altos		X				Bajos
Tipos de Productos	Commodítis				X		Especializado
Manera de incrementar capacidad	Grandes				X		Continuos
Diversidad de competidores	Grandes		X				Pocas
Posiciones estratégicas en el sector	Fuertes		X				Débiles
Barreras para salir	Altas		X				Bajas
Conclusión Rivalidad competitiva.	Alta		X				Bajas

**Conclusión:** Rivalidad competitiva medio alto.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Barreras de Salida:**

Barreras de salida		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Especialización de Activos	Altas		X				Baja
Costo de Salida	Altos		X				Bajo
Interrelación con otras UEN	Altas				X		Baja
Barreras Emocionales	Altas				X		Bajas
Restricciones Gubernamentales	Altas		X				Bajas
Restricciones Sociales	Altas		X				Bajas
Conclusión Barreras de Salida	Altas		X				Bajas

**Conclusión:** Barreras de salida media altas

**Poder negociador de los Compradores:**

Poder negociador de los compradores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Compradores importantes	Pocos					X	Muchos
Disponibilidad de Sustitutos	Muchos		X				Pocos
Costos de cambio para el comprador	Bajos		X				Altos
Posibilidad de integración hacia atrás del comprador	Alta				X		Baja
Amenaza de integración hacia adelante en el sector.	Baja		X				Alta
Contribución del sector a la calidad del producto del comprador	Pequeña				X		Grande
Contribución del sector a los costos del comprador	Grande		X				Pequeña
Rivalidad del comprador	Baja		X				Alta
Conclusión poder Negociador de los Compradores	<b>Alto</b>		<b>X</b>				<b>Baja</b>

**Conclusión:** Poder negociador del comprador medio alto.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

**Poder negociador de los proveedores:**

Poder negociador de los proveedores		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Nº de Proveedores importantes	Pocos					X	Muchos
Disponibilidad de Sustitutos para los productos de los proveedores.	Baja		X				Altas
Diferenciación o costos de cambio	Altos	X					Bajos
Posibilidad de integración hacia adelante del proveedor	Alta		X				Baja
Amenaza de integración hacia atrás en el sector.	Baja		X				Altas
Contribución del Proveedor a los costos del sector	Grande		X				Pequeño
Importancia del sector para el grupo de Proveedores	Pequeña				X		Grande
Conclusión poder los Proveedores	<b>Alto</b>		<b>X</b>				<b>Bajo</b>

**Conclusión:** El poder de los proveedores es alto debido a que prácticamente el 100% de los vehículos son de importación.

**Matriz Resumen**

Matriz Resumen		Amenazas			Oportunidades		
		Alta	Media	Neutral	Media	Alta	
Amenaza de nuevos entrantes	Alta				X		Baja
Rivalidad Competitiva	Intensa		X				Débil
Poder negociador de los Proveedores	Alto		X				Bajo
Poder negociador de los Consumidores	Alto		X				Bajo
Amenaza de Productos sustitutos	Altas				X		Baja
Conclusión atractivo del Sector Industrial.	Bajo		X				Alto

**Conclusión:** Mercado poco llamativo.

**Resumen:** Por ser un mercado que requiere de gran inversión, y una constante reestructuración debido a los cambios tecnológicos, provocan un desanimo en participar del mercado para las Pymes, ya que no cuentan con grandes aportes de capital para invertir en el negocio.



*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

Considerando todos los mercados evaluados, se puede decir que su gran fortaleza, es el crecimiento constante de la economía chilena, lo cual hace posible la creación de cualquier negocio y su eventual crecimiento, por otro lado la gran debilidad de las pequeñas y medianas empresas chilenas es la falta de conocimientos técnicos y especializados que provoca un desequilibrio al interior de los negocios y su posterior quiebre. La falta de capacitaciones en planes de negocio, en leyes, o simplemente en comportamientos ciudadano, son debilidades que afloran al estudiar un negocio. Si bien es cierto nuestro país plantea alternativas para apoyar a estas empresas, los esfuerzos no son suficientes, basta con observar un negocio de barrio que nace un día por ganar un proyecto emprendedor y que al cabo de unos meses se cierra porque no obtuvo solvencia, esto se es posible debido a la falta de un estudio de mercado que mostrara realmente si era o no rentable el negocio.

Pero esto no solo ocurre con los negocios pequeños sino también con las grandes cadenas, ¿Por qué ocurre esto?, ¿Qué es lo que genera que una gran empresa cierre?, quizás pensamos que con todos los estudios de mercadeo y proyección deberían permanecer en el tiempo, pero no es así, podemos ver el ejemplo de supermercados Unimarc, que en solo tres años ha debido cerrar 23 sucursales a lo largo del país, esto por el hecho de que la inversión realizada no les ha generado la utilidad esperada. El problema no es de que los estudios hayan estado equivocados sino mas bien en la reestructuración constante del comercio nacional como extranjero, estos cambios constantes afectan al cliente el cual cambia sus necesidades y perspectivas, es por ello que variados economistas se preocupan de la evolución de las Pymes, ya pueden recibir mucha ayuda económica de parte del gobierno pero si no poseen una ley que las asegure, los cambios bruscos en la economía terminarían por eliminarlas, debido a la lentitud con las que estas cambian.

## **CAPITULO III: Análisis del Financiamiento de las Pymes**

El objetivo de este capítulo es identificar las posibles formas de financiamiento a las que pueden optar las Pequeñas y Medianas Empresas chilenas. En nuestro país existen variadas formas de poder financiar un negocio, en este capítulo se indicara cuales son las más usadas y el comportamiento de cada una de ellas.

### **3.1 Marco Legal de las Pymes**

Tal como ya se había mencionado en el capítulo I las leyes que regulan las Pymes Chilenas se han generado desde el año 1974, y la última promulgada bajo la cual son creadas las actuales empresas es la del 03 de febrero de 2010. Durante el año 2012 se denomino como el año del emprendimiento, por la cantidad de beneficios que se les otorgo a los nuevos negocios, es así como se crea el Sello ProPyme.

El Sello ProPyme se crea en el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo con el fin de garantizar mejores condiciones para las empresas de menor tamaño del país. Esta iniciativa tiene dos grandes objetivos:

- Velar por el pago en un plazo no mayor a 30 días corridos a los micro, pequeños y medianos empresarios del país.
- Destacar a las grandes entidades que se comprometen formalmente a apoyar a los emprendedores de Chile, realizando el pago efectivo de las facturas a sus pequeños proveedores en el plazo establecido por el Sello ProPyme.

Pueden certificar y usar el sello todas aquellas entidades públicas y privadas, con o sin fines de lucro, que adquieran bienes o servicios de empresas de menor tamaño, que voluntariamente deseen obtener este sello y cumplan con los establecidos en el reglamento que establece las condiciones de otorgamiento, uso, renovación, pérdida o retiro, y, en general, la administración del Sello ProPyme, además que cuenten con la “Certificación de Plazo de Pago Verificado”, vigente que muestre que ha pagado a sus proveedores MIPYME en un plazo inferior o igual a 30 días corridos.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

Para que una Pyme pueda funcionar, se les faculta a los servicios públicos para que puedan entregar permisos para el desarrollo de actividades empresariales. Solo podrán otorgar permisos provisorios a las PYMEs que los soliciten por primera vez. Si la empresa no registra ingresos ni actividades en el año calendario anterior a la solicitud del permiso, se entenderá que se trata de una PYME si su capital efectivo no supera las 5.000 UF. Este permiso provisorio se entregará por una vez, tendrá una vigencia máxima de un año y debe otorgarse a más tardar 60 días contados desde la fecha en que se solicita.

En este caso las Pymes cuentan con una ventaja en cuanto a normas sanitarias, ya que poseen con elementos para facilitar su gestión, como por ejemplo:

➤ **Declaración voluntaria de incumplimiento:** El titular o representante legal de una PYME que cuente con autorización sanitaria o informe sanitario favorable, podrá declarar voluntariamente que no está cumpliendo alguna disposición del Código Sanitario. Esto dará como resultado, según el caso, eximirse del pago de la multa que corresponda o rebajarla hasta en un 75%.

➤ **Régimen de permiso inmediato:** Las SEREMIs de Salud deberán otorgar los permisos sanitarios o autorizaciones en un procedimiento breve a PYMEs cuyas actividades no representen un riesgo grave para la salud o seguridad de las personas.

Por su parte si un proveedor le falla a una Pyme cuenta con protección, en ese ámbito la ley considera a las PYMEs como consumidores. Por ende, en sus relaciones con sus proveedores rigen las normas de la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores en elementos como la libre elección de bienes y servicios, derecho a reparación e indemnización y respeto a las condiciones de los contratos. No obstante, no podrán acudir al SERNAC en caso de conflicto con sus proveedores, sino directamente al juzgado de policía local.

Para las empresas que se encuentren en estado de insolvencia podrá solicitar voluntariamente un asesor económico de insolvencia, que tendrá como tarea hacer un estudio exhaustivo de la situación financiera de la empresa, para así hacer las gestiones pertinentes para reorganizarla y superar su estado de insolvencia, o para cerrarla si fuese necesario.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

A continuación en la tabla n°6, la lista de leyes bajos las cuales se regulan las empresas de menor tamaño.

Tabla n°6

Ley y/o Decreto	Comportamiento	Promulgación	Promulgadores
Ley 20416	Fija normas especiales para las empresas de menor tamaño.	03-feb-10	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, Subsecretaría de Economía, Fomento y Reconstrucción
Ley 20323	Modifica la Ley N° 19.983 con el objeto de facilitar la factorización de facturas por pequeños y medianos empresarios.	29-ene-09	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, Subsecretaria de Economía, Fomento y Reconstrucción.
Ley 20318	Faculta al Presidente de la República para realizar un aporte extraordinario de capital al Banco del Estado de Chile y amplía el patrimonio del DL 3.472 que creó el Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios.	02-ene-09	Ministerio de Hacienda
Ley 20289	Incrementa transitoriamente un incentivo tributario a la inversión en activo fijo de las micro pequeñas y medianas empresas.	27-sep-08	Ministerio de Hacienda
Ley 20179	Establece un marco legal para la constitución y operación de sociedades de garantía recíproca.	20-jun-07	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, Subsecretaria de Economía, Fomento y Construcción, Subsecretaria de Economía, Fomento y Construcción
Ley 20170	Establece un régimen simplificado para la determinación del impuesto a la renta de los pequeños contribuyentes.	21-feb-07	Ministerio de Hacienda
Ley 19857	Autoriza el establecimiento de empresas individuales de responsabilidad limitada.	11-feb-03	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, Subsecretaria de Economía, fomento y Reconstrucción
Ley 19749	Establece normas para facilitar la creación de microempresas familiares.	25-ago-01	Ministerio de Hacienda
Ley 18989	En su título II (art. 7 al 16) crea el Fondo de Solidaridad e Inversión Social.	19-jul-90	Ministerio del Interior
Decreto Ley 3472	Fondo de garantía para pequeños empresarios.	02-sep-80	Ministerio de Hacienda
Decreto Ley 2974	Establece normas especiales sobre créditos que se otorguen a pequeños empresarios agrícolas y relativos a la prenda agraria.	19-dic-79	Ministerio de Agricultura
Decreto Ley 824	Ley de impuesto a la renta.	31-dic-74	Ministerio de Hacienda
Decreto Ley 825	Ley sobre impuesto a las ventas y servicios (IVA).	31-dic-74	Ministerio de Hacienda
Decreto Ley 830	Código Tributario.	31-dic-74	Ministerio de Hacienda

### 3.2 Financiamiento gubernamental de las Pymes

En nuestro país existe un amplio grupo de fondos concursables a los cuales se puede optar, algunos funcionan como préstamos y otros como subsidios. El objetivo de cada fondo es poder aportar con capital a nuevos negocios de carácter emprendedor, innovador o bien fortalecer a entidades ya existentes.

Para cada fondo existen fechas de postulaciones y requisitos con los que los postulantes deben cumplir. En su mayoría los beneficiados son personas con proyectos pequeños, ya que son mayoritariamente dirigidos a agrupaciones de personas de escasos recursos, tales como jefas de hogar o emprendedores recién egresados que no cuentan con capital para iniciar su negocio.

A continuación una lista de los programas a los cuales se puede postular en nuestro país, respaldados por el subsidio gubernamental.

Tabla n°7

	<b>Ministerio de Planificación y Coordinación</b>	<b>Fondo</b>	<b>Características del fondo</b>
<b>Ministerio de Planificación y Cooperación</b>	Instituto nacional de la juventud	Fondo Universitarios jugados por Chile	Fomentar el emprendimiento social, a través de proyectos específicos, para alumnos de educación superior.
		Fondo Regional A Mover Chile	Proyectos sociales, dedicados a salud, medio ambiente, etc.
		Proyecto Clave	Emprendimiento Joven
	CONADI	Fondo Tierras y Aguas Indígenas	Entregar subsidios para la adquisición de tierras a personas indígenas.
		Fondo de Desarrollo Indígena	Proyectos de desarrollo económico para personas indígenas de la localidad de Temuco.
	Servicio Nacional de Discapacidad	Concurso nacional Proyectos para la Inclusión Social de Personas con discapacidad	Proyectos de inserción social
<b>Ministerio Secretaría General de Gobierno</b>	Ministerio Secretaría General de Gobierno	Fondo de Fortalecimiento de la Sociedad Civil	Comportamiento cívico y ciudadano

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

		Fondo de Fomento de Medios de Comunicación Social Regionales, Provinciales y Comunales	Proyectos de comunicación masiva
	Instituto Nacional de Deporte	Fondo Nacional para el Fomento del Deporte	Proyectos deportivos
	Consejo Nacional de Televisión	Fondo de Fomento a la Calidad	Proyectos de mejoramiento de calidad de servicio
<b>Ministerio del Interior</b>	Ministerio del Interior	Fondo Nacional de Seguridad Pública	Subsidios de resguardo
		Fondo Nacional de Desarrollo Regional	Proyectos sociales de reinserción social
		Fondo Social	Apoyo a proyectos sociales
		Fondo Social Presidente de la República	Fondo para la seguridad
	CONACE	Programa de Prevención del Consumo de Drogas	Proyectos sociales
<b>Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</b>	Servicio de Cooperación Técnica	Iniciativas de Desarrollo de Mercado	Proyectos de crecimiento económico.
		Nuevo capital semilla empresa	Apoyo negocios ya existentes
		Nuevo capital semilla emprendimiento	Proyectos de emprendimiento
<b>Ministerio de Agricultura</b>	Ministerio de Agricultura	Concurso de Promoción de Exportaciones Silvoagropecuarias y Productos del Mar	Subsidio de apoyo a los pequeños pescadores.
		Proyectos de Innovación	Proyectos innovadores agrícolas.
<b>Ministerio de Educación</b>	Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica	Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico.	Subsidios para la investigación.
<b>Consejo de la Cultura y las Artes</b>		Fondo de Fomento Audiovisual	Proyectos de cultura.
<b>Ministerio Secretaría General de la Presidencia</b>	SENAMA	Fondo Nacional del Adulto Mayor	Inserción de adultos mayores
		Fondo de Iniciativas Locales para Organizaciones Sociales	Fondo para Agrupaciones sin fines de lucro
	Instituto Nacional del Deporte	Concurso FONDEPORTE	Subsidio para entidades deportivas.
<b>Ministerio del Medio Ambiente</b>	CONAMA	Fondo de Protección Ambiental	Subsidios a proyectos de protección ambiental.

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

	FOSIS	Innovación social	Proyecto I.D.E.A
<b>Ministerio de Desarrollo social</b>	SENADIS	Concurso Nacional de Proyectos	Proyectos de inserción para discapacitados.
	Ley de Donaciones con Fines Sociales	Fondo Mixto	Fondo que apoya en un 50%
	Instituto Nacional de la Juventud	Programa P.A.I.S. Joven	Proyectos de apoyo social
<b>Consejo Nacional de la Cultura y las Artes</b>		Fondo de Fomento Audiovisual	Proyectos de cortometrajes o cine.
	Ley Valdés	Ley de Donaciones Culturales	Proyectos de reestructuración cultural
	FONDART	Fondo Nacional de la Cultura y las Artes	Subsidio para el apoyo de expresiones artísticas
		Fondo Nacional de fomento del Libro y la Lectura	
		Fondo de la Música	
<b>INNOVA</b>		Innova Emprendimiento	Fondo concursable para emprendimiento

Todos los fondos anteriormente nombrados, son de carácter concursables, esto quiere decir que el gobierno utiliza distintas entidades tales como Sercotec, Mideplan, Municipios, etc., entre otras, para hacer llamados a postular a estos subsidios. Los periodos de postulación en su mayoría son limitados, y solo saldrán beneficiados aquellos que presenten proyectos directamente relacionados con cada programa, cabe destacar que unos de los factores de evaluación para la elección de los proyectos aceptados es el objetivo para el cual se postula, de este modo se priorizaran aquellos que ayuden a la estabilidad económico y crecimiento del país.

Tan solo durante este año se presentaron más de 25.000 proyectos pero solo salieron beneficiados aproximadamente 17.000, esto se debe a la falta de capacitación de cómo las personas deben postular a los beneficios, ya que según explico Sercotec, durante el mes de noviembre, muchos proyectos estaban mal evaluados, lo que significaba que no se podían acreditar.

Las necesidades son infinitas y los recursos limitados es por esto que las Pymes no solo se pueden lograr a través del gobierno sino también a través del endeudamiento en entidades bancarias, y a través del aporte de capital propio, el cual en muy pocas veces supera el 40% de la inversión total necesaria.

### 3.3 Financiamiento Bancario para las Pymes.

El ex ministro de Hacienda, Felipe Larraín, durante el año 2012 hizo la siguiente declaración:

*“Las micro y pequeñas empresas del país tendrán un camino más expedito para conseguir financiamiento gracias al programa Despega Pyme, iniciativa apoyada por el Ministerio de Hacienda, que entre sus medidas aumenta el tope en el nivel de ventas para la atención de las plataformas de microempresas de Banco Estado, pasando de 2.400 a 3.600 UF anuales.”<sup>7</sup>*

En 2009 y 2010 solo el 22% de las microempresas obtuvo algún préstamo por parte de entidades financieras, cifra que llega a 28% en el caso de las pequeñas empresas.

Por eso, a través de este plan el Ministerio de Hacienda espera:

- Aumentar la atención a este sector y llegar gradualmente a 500.000 pymes, que podrán ser atendidas de manera más expedita en la plataforma microempresas de la entidad estatal.
- Promover el uso de la factura electrónica para postergar el pago del IVA los días 20 de cada mes.
- profundizar el uso del beneficio tributario del 14 Quáter, lo que se traducirá en mayor financiamiento para sus inversiones.

Si bien un bajo porcentaje de empresas solicitaron préstamos bancarios, ocurre por la eventuales crisis financieras que ya en ese período estaban afectando a la banca, y no porque efectivamente las Pymes estaban más firmes.

---

<sup>7</sup>Felipe Larraín, 2011  
[http:// www.dfinanciero.cl](http://www.dfinanciero.cl)



Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

Tabla n°8

Entidad Financiera	Tipo de Crédito	características
<b>CORFO</b>	Crédito CORFO Micro y Pequeña Empresa	<p>Este crédito tiene como objetivo financiar inversiones y capital de trabajo de micro y pequeños empresarios. Se otorga a través de instituciones financieras no bancarias con recursos de CORFO.</p> <p>Orientado a personas naturales o jurídicas que destinen los recursos recibidos a actividades de producción de bienes y servicios, que generen ventas anuales no superiores a UF 25.000.</p> <p>Entrega un monto máximo de UF 5.000 a 120 meses de plazo máximo.</p>
<b>Scotiabank</b>	Crédito Pyme	Se exige una facturación entre 2.500 UF y 100.000 UF anuales
<b>Banco Santander</b>	Plan negocio transaccional	Venta anuales desde MM \$24, hasta MM\$96
	Plan PYME Transaccional	Venta anuales desde MM \$96, hasta MM\$2000.
<b>Banco Chile</b>	<p>Capital de trabajo y proyectos de inversión</p> <p>Créditos Comerciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea de Créditos Comerciales</li> <li>• Boletas de Garantía</li> <li>• Factoring</li> <li>• Comex</li> <li>• Proyectos de Inversión</li> <li>• Créditos Comerciales</li> <li>• Leasing</li> </ul> <p>Créditos Hipotecario</p>	<p>Este financiamiento está orientado a cubrir el déficit de caja, de capital de trabajo o la utilidad que el empresario o emprendedor quiera darle.</p> <p>Pueden ser solicitados en pesos o en UF y ser pagados en plazos que van de uno hasta 365 días, cuando se trate de créditos de corto plazo.</p>
<b>Banco Estado</b>	<p>Leasing</p> <p>Factoring</p> <p>Crédito de financiamiento</p>	Prestamos de apoyo a Pymes de fácil acceso.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

<p><b>BCI</b></p>	<p>Crédito Empresarial</p>	<p>Es un financiamiento de largo plazo, diseñado para las pymes dedicadas a producción, procesos o servicios que deseen cubrir las etapas de implementación y certificación que exigen las normas internacionales respecto a la Gestión de Calidad (ISO 9.000), Medio Ambiente y seguridad laboral (ISO 14.000). Cubre entre 400 y 600 UF (entre \$7,4 millones y \$11 millones), que corresponden a los costos reales que bordea la certificación, dependiendo de la empresa. Sirve para financiar: Implementación y Certificación</p>
<p><b>Banco del Desarrollo</b></p>	<p>Créditos para capital de trabajo. Crédito multisectorial Crédito para capacitación</p>	<p>Esta entidad ofrece créditos principalmente a microempresas. Financia a aquellas que tienen un año de antigüedad como mínimo y no cuenten con antecedentes en Dicom. No existe un monto tope para los créditos de capital de trabajo y multisectorial, el que dependerá y será aprobado por la entidad según los flujos o ingresos del negocio, con la finalidad de que el empresario no se sobre endeude cuando solicita el financiamiento.</p>

**3.3.1 Características del los financiamientos**

Si comenzamos a evaluar los préstamos que las entidades financieras hacen a las Pymes, descubrimos que existe un sinnúmero de demandas por los altos costos de tasas de interés demasiado elevados. Una de las problemáticas más significativas es el hecho de que la tasa de interés entre Pymes y Grandes empresas no es equitativa, y que en muchos casos las pequeñas empresas terminan pagando mucho más por un préstamo del mismo tamaño que una gran empresa.

Un dato que complica esta situación es el hecho que, estadísticamente, en un período de siete años, un 47% de las micro empresas desaparece y un 27% de las pequeñas.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

La Comisión sobre Micro, Pequeñas y Medianas empresas (Mipymes) de la Cámara de Diputados, analizó junto con la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) las causas que dificultan el acceso al crédito de las firmas y las diferencias de tasas entre las pequeñas y grandes compañías y según el informe de la SBIF, las pymes enfrentan condiciones de crédito más restrictivas que las grandes empresas debido a la asimetría de la información disponible, a los costos de evaluación crediticia y a la tasa de riesgo asociada a la incapacidad de pago en el mediano plazo.

Durante la crisis bancaria, esta restringió las condiciones de crédito y endureció sus políticas aumentando la brecha, dando lugar que en el primer trimestre de 2009, las pymes pagaban por sus créditos un 13,8% más de tasa de interés que las empresas de mayor tamaño.

Es por ello que para el año 2014, se esperan una reestructuración que genere recursos de apoyo a las Pymes con tasas de intereses más ajustables a la realidad en la que viven.

En cuanto al apoyo CORFO las tasas de interés para los créditos bancarios destinados a Inversión y Capital de Trabajo, fluctúan entre 15,82% y 19,64% anual para el segmento microempresa; entre 10,38% y 15,51% para el segmento pequeña empresa; y entre 10,61% y 13,94% para el segmento mediana empresa. Información que se encuentra publicada en su página web. Sólo están consideradas aquellas instituciones financieras que al 31/05/2013 cursaron más de 30 operaciones dentro del Plan Integral de Garantías CORFO para cada segmento Micro, Pequeña y Mediana Empresa).

Por su parte las tasas de interés para los créditos no bancarios destinados a Inversión y Capital de Trabajo con Garantía CORFO, fluctúan entre 22,03% y 28% para el segmento microempresa; entre 15,69% y 21,45% para el segmento pequeña empresa; y del orden de 15,43% para el segmento mediana empresa.

Por otro lado los préstamos bancarios, ya sea el Banco del Desarrollo, Banco Chile, etc., cobran entre un 13% y un 18% de interés anual, según el nivel de riesgo de las empresas.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

Actualmente se ha incorporado un nuevo fondo, “*El Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios (FOGAPE)*, es un Fondo estatal destinado a garantizar un determinado porcentaje del capital de los créditos, operaciones de leasing y otros mecanismos de financiamiento que las instituciones financieras, tanto públicas como privadas, otorguen a Micro/Pequeños Empresarios, Exportadores y Organizaciones de Pequeños empresarios elegibles, que no cuentan con garantías o que estas sean insuficientes, para presentar a las Instituciones Financieras en la solicitud de sus financiamiento”<sup>8</sup>

La administración del FOGAPE le corresponde a Banco Estado, siendo supervisado por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) y se rige por el Decreto Ley 3.472 de 1980 y por el Reglamento de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) Capítulo 8 y 9 de normas actualizadas.

Puede Financiar:

Beneficiario	Tipo Financiamiento	Ej. Financiamientos
<b>Micro-Pequeñas Empresas y Exportadores</b> <b>Medianas y Grandes Empresas</b>	Capital de Trabajo	Compra mercaderías, materias primas
		Pago proveedores
		Pago de remuneraciones, imposiciones
		Gastos de cultivo
		Gastos de capacitación y asesoría, etc.
	Proyectos de Inversión	Inversión en máquinas y equipos
		Desarrollo de plantas productivas
		Adquisición de local comercial
		Leasing, etc.
	Constitución y/o aportes a sociedades(*)	Creación y/o aportes a empresas
<b>Organizaciones de Pequeños empresarios</b>	Infraestructura productiva	
	Equipamiento	
	Proyectos de Riego y/o Drenaje	

<sup>8</sup> FOGAPE, 2013  
*Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios*  
[http:// www.fogape.cl](http://www.fogape.cl)

### **3.4 Internacionalización de las Pymes**

Durante los años 2009 y 2010 los efectos de la crisis económica internacional se comenzaban a reflejar en las cifras de exportaciones chilenas. Esto debido a que los principales demandantes estaban sumergidos en un periodo de recesión o desaceleración, disminuyendo los precios y las cantidades demandadas.

En enero de 2009, las exportaciones fueron de US\$ 3.833 millones, 41,3% menos que en enero del año 2008. En este marco, mientras las exportaciones de cobre disminuyeron 22,7%, las no tradicionales sólo retrocedieron un 11,9%, éstas últimas generadas principalmente por las Pymes.

La realidad de la Pyme en Chile es que ha tenido una escasa participación en los procesos de internacionalización. Según datos de ProChile, al año 2007 habían 4.050 Pymes exportadoras que representan un 58,8% del total de las empresas exportadoras, con sólo un 7.2% del valor total de las exportaciones. Sin embargo, sus exportaciones corresponden al 91.2% de los productos no tradicionales enviados por Chile.

Un análisis más a fondo entrega la encuesta longitudinal de la Pyme realizada por el Centro de Investigación de Políticas Públicas para la Pyme (CiPyME). Señala que para el año 2007 exportaron sólo el 2,8% de las pequeñas empresas y sólo un 7,9% de las medianas. Con relación a las exportaciones indirectas, es decir ser proveedora de alguna empresa exportadora, el 12,4% de la pequeña empresa y el 15,3% de la mediana empresa lo son.

Es por ello que para los años venideros se hizo muy difícil internacionalizar la Pyme y el desafío para lograrlo es mayor actualmente, debido a que las grandes empresas están presentes gran parte del mundo, por lo que los costos en comparación con las Pymes son muy bajos para el cliente, lo cual no abre las puertas del mercado a las pequeñas empresas.

La entidad ProChile, hace referencia en su comunicado 2012 que para que una Pyme pueda internacionalizarse debe poseer una estrategia de crecimiento expansiva, y posea un estructura organizacional capaz de sostenerse en el tiempo.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

También promueve un proceso de exportación por etapa, para quienes deseen internacionalizarse, de forma que sea paulatina y no de golpe, de forma que si no resulta, no provoque fuertes daños en la empresa, los pasos son:

- **Exportación ocasional:** En esta primera etapa la empresa exporta de forma esporádica, porque ha recibido pedidos del exterior, normalmente sin haberlos buscado.
- **Exportación experimental:** En esta segunda etapa la entidad decide iniciar el proceso y busca mercados a los cuales exportar sin depender de los pedidos ocasionales.
- **Exportación regular:** Si la empresa ha tenido éxito en la etapa de exportación experimental, empieza a realizar exportaciones a una base estable de clientes en el exterior y a reservar una parte de su capacidad de producción para la exportación.
- **Establecimientos de filiales de venta:** La decisión de llevar a cabo esta etapa es de gran importancia, porque va a suponer la inversión en recursos materiales (oficina, almacén, stock de productos acabados) y en recursos humanos.
- **Establecimiento de filiales de producción:** Esta es la etapa final del proceso de internacionalización y el inicio de la empresa multinacional.

En nuestro país hasta el año 2012 y principios del 2013, las Pymes internacionalizadas solo se encontraban en uno de los tres primeros niveles, esto significa que a pesar de haber encontrado clientes para los productos no ha sido de gran rentabilidad como para crear filiales.

Durante el año 2013 se realizaron 6 seminarios para la internacionalización de las Pymes, dictados por ProPyme y Chile Emprede, con el fin de apoyar a las pequeñas empresas que desean internacionalizar sus productos y/o servicios.

En último informe de ProChile de 2012 indica que el número de pequeñas y medianas empresas chilenas exportadoras a crecido un 38% en términos netos ha crecido en la última década. Ya que en 2003 un total de solo exportaban 2.717 empresas, con envíos anuales entre US\$60.001 y US\$7,5 millones, y al cierre de 2012 aumento a 3.763 empresas.

Dentro de las 3.763 empresas se considera la corrección de aquellas que solo exportaban a un lugar y actualmente lo hacen a varios.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

Las pequeñas y medianas empresas exportadoras, no solo han aumentado en cantidad sino también al número de países a los cuales están presentes, en América del Sur, en 2003 un total de 2.717 pymes chilenas llegaban a ese mercado y ahora lo hacen 3.763. Respecto de Asia, el salto fue de 573 a 1.089. El crecimiento en América del Sur ha sido heterogéneo. Sin embargo, la mayor presencia de pymes exportadoras chilenas en el continente asiático se centró en 2010 y 2011.

En Asia, China y Corea del Sur son los países en los que han ganado más terreno. Respecto a China, en 2003 ascendían a 192 las pymes chilenas que llegaban a ese destino, y esa cifra subió a 619 el año pasado. Y de acuerdo a ProChile, en 2012 el 67% de las empresas nacionales que exportaron a China estuvo en el segmento pyme.

En Corea del Sur, el aumento fue de 150 a 400 pymes. Durante el 2012, Corea se convirtió en el cuarto principal destino de las exportaciones chilenas. El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre ambos países, que entró en vigencia el 1° de abril de 2004, ha otorgado a las exportaciones de Chile en ese mercado importantes preferencias arancelarias, las que permitieron que durante 2011 un 93,4% del monto exportado por nuestro país a Corea ingresara libre de arancel.

Para el año 2014 cerca de un 99,8% de las exportaciones locales quedarán con arancel cero en Corea.

La globalización y los tratados de libre comercio generan puertas abiertas al tema de la internacionalización, pero la falta de sustentabilidad de más del 70% de las Pymes, provocan que no puedan proyectarse hacia fuera del país. La falta de factores como capacitación, recursos económicos, y especialización son influencias negativas a la hora de exportar.

## **CAPITULO IV: Análisis de la Supervivencia de las Pymes.**

Este capítulo, tiene como objeto evaluar el comportamiento de las Pymes a través de encuestas y entrevistas, de este modo saber en forma más precisa cual es el acontecer de las pequeñas y medianas empresas actualmente en nuestro país, Des esta forma generar un panorama predictivo del futuro de las Pymes evaluando los problemas que más las afectan.

### **4.1 Análisis general de los problemas que afectan a las Pymes:**

Cuando analizamos en profundidad las Pymes podemos descubrir un gran número de problemas que afectan a las Empresas Chilenas de menor tamaño, esto debido a la complejidad sobre la cual han sido fundadas, ya sea la falta de conocimientos técnicos y sobre todo del comportamiento del mercado. Un estudio de Prochile, realizado en diciembre de 2012, muestra que 18.000 pymes formales quiebran al año en Chile por abusos de la posición dominante de las grandes empresas.

Es necesario recordar que un gran porcentaje de las Pymes está administrada por personas que no poseen estudios técnicos, de gestión o emprendimiento, por lo que les cuesta desarrollar su actividad en forma eficiente, en base a esto podemos diferenciar 3 tipo de empresas del menor tamaño.

Primero aquellas empresas creadas por profesionales innovadores o recién egresados, este grupo es pequeño ya que el costo de inversión es alto, y mayoritariamente se financia por préstamos bancarios o pequeños aportes innovadores. Aquí se presentan los problemas de los costos fijos elevados, y las restricciones de financiamiento.

Los conocimientos técnicos y administrativos son fuertemente calificados, esto significa que el riesgo de quiebra de una Pyme de este sector es 3 veces menor en comparación al resto. Asimismo la inversión se considera más elevada y de riesgo medio para los bancos, los cuales por este concepto usan tasas de intereses de hasta el 15% al año. Este es una limitante para quienes comienzan un negocio ya que la falta de capital y los altos intereses, provocan que las ganancias obtenidas en los 2 primeros años sean muy por debajo de lo esperado, ya que se deben dividir entre el pago de impuestos, prestamos, y gastos necesarios para el correcto funcionamiento del negocio.



*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

Por otra parte tenemos las empresas creadas por grupos familiares, según la revista Pyme 2012, solo un 13% de este tipo de empresas logra prosperar y crecer con el lapso del tiempo, ya que solo este porcentaje maneja el uso de estrategias y mantiene una administración consecuente con la actividad que desarrollan. El resto de las empresas comienzan con problemas de liderazgo, donde los comportamientos emocionales afectan el buen actuar de las empresas. En 21% crecen en promedio las utilidades de las empresas familiares, mientras las no familiares lo hacen en 12,6%.

Si bien este tipo de empresas es más común en Chile, su auge se ha dado desde el 2010 con el derecho de propiedad, donde comenzaron a utilizar su propio hogar para impulsar el negocio.

Otro de los problemas que enfrentan estas empresas según la encuesta Pyme aplicada en febrero de 2012, es la carencia de conocimientos técnicos y legales, los altos impuestos, la desocupación de miembros de la familia y los incumplimientos de pagos por parte de sus clientes. Es por ello que las expectativas de crecimiento solo se dan hasta 6 años, las que logran sobrevivir son consideradas como pilares económicos para las demás empresas.

Y por último el tercer grupo, y quizás el más vulnerable, el de las empresas de estratificación de la pobreza. En este grupo encontramos a todos aquellos que postulan y dependen de un subsidio gubernamental para poder crear una Pyme.

Son todas aquellas postulaciones de agrupaciones que comienzan a prosperar desde las microempresas fundadas con recursos de Sercotec y plan puente. Es una ayuda social para poder salir de la pobreza, y están dedicados a los estratos más bajos de nuestra sociedad.

Aquí es donde se produce el mayor quiebre, debido a la falta de recursos económicos- financieros, además de la carencia conocimientos de administración, falta de capacitación en aspectos fundamentales para la mantención de las empresas, etc.

Tan solo en el año 2012 cerca de 20.000 empresas surgieron mediante este método de financiamiento gubernamental, donde se premiaron proyectos de innovación,

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

emprendimiento y reestructuración, pero en su contra portada cerca de 18.000 empresas se presentaron ante el SII para cerrar su negocio. Los fundamentos estuvieron marcados, por el alto valor de impuestos, las bajas en las ventas, y la poca accesibilidad a préstamos para continuar el negocio.

De estos tres tipos de empresas y los problemas que poseen podemos inferir un problema mayor, la falta de información comercial antes de abrir un negocio es fundamental, y las Pymes en su mayoría jamás han realizado un estudio de mercado para evaluar si es viable o no abrir una empresa con determinadas características. En el mundo globalizado en la que nos desenvolvemos se nos exige mantenernos a la vanguardia, presentando productos y servicios atractivos que satisfagan las necesidades actuales de las personas, que no queden obsoletos de un año a otro, sino por el contrario contar con la facilidad de reestructurarnos en forma rápida y constante de modo de estar al día con las exigencias de los mercados involucrados. La falta de un buen modelo de marketing, la asesoría técnica especializada, la carencia de capacitaciones actualizadas, los estudios de mercados constantes, la aplicación de estrategias adecuadas, son solo algunos de los problemas que más afectan a las Pymes en sus inicios, además de los tipos de financiamientos.

Tan solo en nuestro país más de un 40% de las Pymes no sabe estructurar un estado de resultado, o un balance, la falta de conocimientos técnicos provoca errores de muerte para las Pymes. Las entidades reguladoras se han encontrado con problemas enormes en los presupuestos de estas empresas que le han llegado a costar el cierre de ellas por los malos presupuestos. Algunos de los errores más comunes que se pueden vislumbrar son:

- Mal cálculo de las proyecciones de ventas.
- Cálculos incorrectos en el coste de venta.
- Errónea previsión de gastos generales
- Calculan datos dividiendo por 12 meses siendo que jamás una empresa tendrá mismo nivel de venta mensual.
- Usan solo datos históricos para presupuesto
- Marcan resultados que jamás serán alcanzables, etc., entre otros.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

Un buen manejo administrativo viene de una buena base de conocimientos, si tan solo las entidades de gobierno o privados se encargaran de capacitar a los futuros empresarios no habrían tantos quiebres, ya que las empresas con un real nivel de compromiso y conocimiento del mercado lograría crecer.

Pero no todo es malo, alrededor del 70% del total de las Pymes se mantiene por lo menos 10 años obteniendo ganancias, esto se debe al compromiso adquirido y a las constantes luchas por mejorar, entre ellas podemos mencionar a MESTRA, la cual es una empresa chilena de gran reconocimiento en la cerveza artesanal, tiene una participación del 30% en el mercado cervecero artesanal, con ventas sobre los 10.000 litros, este es un claro ejemplo de que las Pymes también pueden crecer una buena estrategia de mercado, hoy dicha compañía se ha internacionalizado, exportando un 20% de su producción. Las expectativas para las Pymes en cuanto a crecimiento soy muy buenas, dependiendo de su estructura y conocimiento del mercado. Como es posible que un bebe corra si primero saber caminar, una Pyme no puede lograr crecer si primero no se forma correctamente y para ello es esencial la información del mercado en que se desea desenvolver.

Pyme no es solo un concepto sino más bien un compromiso de vida, para aquellos que tienen sueños de prosperar y convertirlos en realidad, pero los sueños no se logran solo sino con ayuda y eso es lo que necesitan nuestras empresas chilenas, mayor cantidad de emprendimiento social, donde se pueda culturizar a los futuros emprendedores.

**4.2 Análisis de los principales problemas de sustentabilidad de las Pymes.**

Al realizar una encuesta de actualidad de las Pymes Chilenas, a una muestra de 382 Pymes nivel país, de un universo de 981.240 empresas legalmente constituidas, los resultados son variados, por un lado tenemos que el mayor numero de encuesta respondidas pertenecían medianas empresas con un 38% de participación, siendo estas las de mayor preocupación en cuanto al futuro que les espera.

El 41% de las Pymes, lleva entre 5 y 10 años funcionando legalmente, un muy bajo porcentaje lleva más de 10 años, según explican los encuestados sucede por factores de riesgo de empresa que los obliga a cambiar de rubro o simplemente cerrar el negocio, haciendo imposible llegar a cumplir más de 10 años funcionando.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

En nuestro país la mayor cantidad de Pymes se dedica a la venta de bienes y servicios y así lo demostró la encuesta aplicada liderando con un 30%, le sigue el mercado de los productos alimenticios, donde la calidad de los productos y el servicio prestado lideran. Estas empresas se concentran mayoritariamente en las regiones Metropolitana y Biobío, captando más del 60% del mercado total.

Cuando una Pyme cierra no solo quedan los dueños y administrativos sin ingresos sino también la fuerza laboral que se desempeña en las empresas. Un 40% emplea entre 9 a 45 trabajadores mensualmente, esto significa que más del 68% de la fuerza laboral chilena se desempeña en este tipo de empresas. Es por ello que se hace tanto énfasis en la mantención de las Pymes porque sin ellas nuestro país caería en una crisis laboral muy dañina para la economía.

De las empresas encuestadas un 34%, ha recibido un subsidio gubernamental, el resto ha abierto el negocio a través de préstamos bancarios y de aporte de capital, o como ellos le dicen sus ahorros natales, esto significa que un gran porcentaje de las empresas se encuentra endeudada. Las tasas de intereses son tal altas que llegado el momento de no poder cumplir con los préstamos la mejor opción es cerrar, ya que pedir un nuevo crédito significaría entregar prácticamente más del 60% de las ganancias a la entidad bancaria. Otro problema que subsiste es el de los impuestos, actualmente en el SII, más de 34.000 empresas se declaran sin ventas, esto debido a que el remanente es tan alto que lo pierden si cierran el negocio, o bien deben pagar impuestos muy altos, en cambio si se declaran sin ventas más adelante pueden realizar un cambio de giro y seguir funcionando.

Entre quienes han obtenido un beneficio gubernamental, destacan aquellos que han sido premiados por emprendimiento con un 57,6%, este es el mayor grupo que destaca a nivel país, a través de los proyectos apoyados por Sercotec y CORFO.

Actualmente el 49% de las empresas encuestadas esta activa, mientras que un 34% se registra sin ventas, mientras que el resto ya ha cerrado su negocio. Para quienes están activos el 25% dicen que su fortaleza ha sido la diferenciación en cuanto a calidad de producto y servicio.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

Para aquellos que han cerrado o se mantienen sin ventas, culpan a las bajas en las ventas por falta de protección de las empresas chilenas frente a las empresas y productos importados, además de los bajos recursos de financiamiento.

Si bien es cierto los economistas, ministros y otros dicen que lo mejor que le podría pasar a la economía chilena, es que las Pymes puedan exportar productos, los dueños no piensan lo mismo, un 46% piensa que mejor es mejorar y crecer a nivel país, y en un lapso superior a 5 años pensar en internacionalizarse, esto debido a lo complejo e inestabilidad en la economía para las pequeñas y medianas empresas.

Roberto Fantuzzi, presidente de Asexma, es uno de los que más insiste en la preocupación que se debe tener por las Pymes, para él son el foco de crecimiento económico del país. Hace dos años Fantuzzi tuvo una entrevista donde salía con un sarcófago demostrando el futuro de las Pymes, para el estas empresas en un futuro no muy lejano se perderán y desaparecerán.

*“Chile solo le da migajas a las Pymes”, esta es una de las frases más conflictivas del empresario, que trata de demostrar la necesidad de poner atención al comportamiento económico de las empresas de menor tamaño. “La necesidad de implementar a la brevedad políticas que permitan aplacar los efectos de las crisis financiera internacional la inyección de recursos para dicho sector «son casi migajas y éstas no son aceptables para un ámbito tan importante socialmente hablando.»”<sup>8</sup>*

Al evaluar las Pymes no se puede aceptar que estén pagando un 4% de tasa de interés mensual, lo que si se anualiza equivale al 53%, lo que es inviable para cualquier empresa pequeña, por lo que algunos dicen que hoy está pasando lo mismo que el año 82.

---

Roberto Fantuzzi, , Diciembre de 2013

Viña del mar, Chile

Entrevista, Pyme noticias

<http://www.propymechile.com/noticias/6436-pymes-en-chile-pro-pyme-chile-fantuzzi-llama-a-presidenta-electa-a-escuchar-mas-a-las-pymes-.html>.

### *Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

En resguardo de la información recopilada anteriormente se puede concluir que los mayores Problemas de las empresas más pequeñas, son la falta de leyes que resguarden su seguridad frente a los movimientos de la economía nacional e internacional, de este modo se regulen la rebaja en las tasas de interés y un ajuste de impuestos que sean beneficiosos para los pequeños empresarios.

Actualmente el presidente Sebastián Piñera ha realizado cambios en leyes de financiamiento, que recién en el año 2015 mostrarían verdaderos efectos en la economía de las Pymes. Pero aun así el gobierno concuerda con los economistas que falta trabajar en la ley Pro Pyme, de esta forma dejando entre ver que aun no hay un panorama de resguardo económico ni estabilidad para las Pequeñas y Medianas empresas chilenas.

No solo el problema de la adquisición de recursos económicos es preocupante, sino también la el desconocimiento de los mercados en los cuales se generan nuevas empresas, la falta de capacitación para emprendedores es un tema que genera discusiones pero nunca soluciones.

#### **4.3 Análisis de la sobrevivencia de las Pymes en los mercados actuales**

Año a Año las empresas nacionales van creciendo y las debilidades de los mercados involucrados afectan directamente las subsistencias de estas. No se puede decir en forma clara y precisa que pasara con las Pymes en un mediano plazo, pero es preciso decir que están en un peligro constante.

El gobierno decreto el año 2012 y 2013 como años de la innovación y emprendimiento respectivamente, donde el fin es apoyar a las empresas más pequeñas, a través de programas de financiamiento para los nuevos negocios, además ha creado fundaciones como Propyme, Chile avanza, ente otros, de manera de poder mantener constante el nacimiento y crecimiento de la economía del país a través de estas empresas.

El nivel de nacimiento es exponencial, del mismo modo que el nivel de cierre de las empresas, es preciso crear leyes y reglamentos que respalden a los pequeños empresarios.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

Las estadísticas indican que, en promedio, el 80% de las Pymes fracasa antes de los cinco años y el 90% de ellas no llega a los 10 años. Para los dueños de Pymes, las razones del fracaso es necesario buscarlas fuera de las empresas, pero los analistas empresariales se orientan más a identificar las causas del fracaso en las propias Pymes y, en particular, en la capacidad de gestión de sus responsables.

Para muchos los problemas que ocasionan el fracaso están directamente relacionados con el entorno económico-político-social. Esto se refiere al escaso apoyo oficial, deficientes programas de ayuda a las Pymes, casi inexistentes fuentes de financiación, excesivos controles gubernamentales, altas tasas impositivas, alto costo de las fuentes de financiaciones disponibles y similares.

Por otro lado se identifican los principales problemas internos que afectan la sustentabilidad de las Pymes los cuales son los problemas para vender, provocados por la competencia desleal, problemas para producir y operar, por la falta de acceso a tecnologías y capacitaciones, problemas para controlar, problemas en la planificación y Problemas en la gestión.

Las Pymes serán sustentables cuando haya una reestructuración sobre la base de ellas, sino seguirán naciendo y cerrando en lapsos muy cortos, y finalmente las Pymes serán solo un recuerdo.

## **CAPITULO V: Conclusiones**

### **5.1 Conclusiones finales.**

Chile es un país con una economía estable, que durante los últimos años ha mantenido un nivel de riqueza alto, donde la pobreza ha disminuido considerablemente en los últimos 6 años, el crecimiento ha sido constante y el nivel de desempleo es muy bajo. Estas cualidades han llamado la atención de variadas empresas extranjeras para invertir en nuestro país, los Tratados de Libre Comercio (TLC) han favorecido el ingreso de muchos productos a precios muy bajos, lo que han desatado una lucha con la economía local. Basta con ir a un supermercado o una tienda y comparar los precios de productos importados y productos nacionales, el precio de los primeros es muy por debajo de los chilenos, provocando la preferencia por lo extranjero y derivando una crisis en el comercio local.

En el caso específico de las Pymes, presentan una clara deficiencia en el mercado respecto de los comercios grandes y multinacionales, las falencias económicas, organizacionales y administrativas se hacen notables a la hora de evaluar este tipo de empresas.

Cada una de ellas posee los riesgos propios del mercado los cuales escapan de las manos de cualquier persona, pero existen algunos que deberían ser controlables, ya que se pueden percibir con unos buenos estudios de mercado. Muchas pequeñas empresas cierran antes de lo esperado, la falta de un estudio de mercado las hacen vulnerables a los cambios bruscos en los gustos y preferencias de las personas.

A pesar de los beneficios que el gobierno ofrece a las empresas y que el nivel de personas que desean crear Pymes es alto, los recursos no son suficientes, y los préstamos bancarios poseen una tasa de interés muy alta, esto provoca desánimo e inestabilidad en las empresas. Al revisar el historial de las Pymes, se denota que siempre han luchado por reglamentos y normas que las resguarden del excesivo cobro por parte de las entidades bancarias pero no se les ha oído.

Hoy Chile cuenta con entidades reguladoras y que establecen formas de estructuramiento para las empresas más pequeñas de modo de mantener su vida constante en el tiempo



y en un futuro lograr la internacionalización de estas, pero aun así el miedo y la inseguridad se hacen notar en las infinitas solicitudes que se le realizan al gobiernos y economistas.

Muchos dicen la economía crece, las Pymes crecen, el país crece, pero los registros no mienten, las pymes están en crisis y si no se les soluciona pronto el tema de financiamiento, capacitación e impuestos, chile de apoco irá perdiendo una de las entidades más poderosas proveedoras de mano de obra. El problema no es que las Pymes cierren y habrán otras nuevas, el problemas es la crisis laboral a la que una situación así puede llevar. Economistas como Franco Parisi y el empresario Ricardo Fantuzzi, concuerdan en la necesidad de crear un fondo de financiamiento Pyme, el presidente Piñera, pide un reajuste a los impuestos, Bachelet pide un alza a los impuestos a las grandes empresas. Solo son peticiones pero nada concreto, Chile necesita una seguridad, las Pymes necesitan saber en qué terreno pisan, y todos necesitamos saber que quienes nos gobiernan piensan en la estabilidad del todos.

## **5.2 Recomendaciones.**

A través de esta Memoria de Título se han podido identificar los mayores problemas que afectan a las Pymes chilenas, Chile necesita tomar medidas ante los problemas que las subsisten de forma inmediata.

Para enfrentar las debilidades de nuestras empresas es necesario:

1. Realizar una reestructuración a las leyes de protección a las pequeñas empresas chilenas, de esta forma crear un fondo de financiamiento para aquellas Pymes que requieran de ayuda en casos de crisis, problemas de financiamiento o de liquidez.

2. Organizar un comité de capacitación, en áreas técnicas, financiera y emprendimiento, de modo que cada pyme pueda realizar un estudio de mercado para ver si es viable o no la implementación y la mantención de un negocio. De modo de no generar inversiones que a la larga no serán reembolsados.

3. Se necesita reestructurar la ley de impuestos, de manera que la actual reestructuración no afecte directamente la productividad de las empresas chilenas.

4. Una reestructuración en el cobro de intereses de parte de los bancos a las Pymes. Si bien es cierto las Pymes poseen un riesgo mayor dado las características de los mercados en los que están inmersas, el cobro de impuestos debería ser equitativo en comparación a las otras empresas de mayor tamaño.

5. Se recomienda realizar estudios de comportamiento y crecimiento de las Pymes periódicamente de modo de evaluar constantemente los efectos que provocan en ella los TLC, las crisis y los distintos factores económicos nacionales y mundiales.

## ANEXOS

### Anexo 1: Determinación de la muestra, Encuesta Actualidad Pyme 2013 y resultados de la Misma

Para la determinación de la muestra, se utilizó un Informa entregado por el Servicio de Impuestos Internos de Chile, en el cual se identifican el número total de Empresas Pyme existentes en el país, Según tamaño y volumen de ventas. La estimación es la siguiente:

Tamaño de Empresas	Tamaño de la Población
Microempresas	627.910
Pequeña Empresa	164.371
Mediana Empresa	42.310
Sin Ventas	146.649
<b>Población Total</b>	<b>981.240</b>

Calculo de la Muestra:

Calculo de la Muestra		
95% de Confianza	Z=	1,96
5% de Error	E=	0,05
	P=	0,5
	(1-P)=	0,5
	N=	981.240
	n=	382

Por lo tanto, con un 95% de confianza y un 5% de error, la muestra para realizar la encuesta y que esta pueda ser válida es de 382 Empresas Pymes.

Una vez realizada la muestra, se procedió a realizar la encuesta, la cual fue procesada por el programa SPSS, los resultados obtenidos en esta se presentarán a continuación.

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*



Universidad del Bío-Bío  
Facultado de Ciencias Empresariales  
Ingeniería Comercial

**Encuesta Actualidad Pyme 2013**

Se solicita responder esta encuesta con las vivencias reales de las empresas en cuestión.

Marque con una (X) la alternativa que más se acomode a su situación.

1. Indique el tipo de Empresa que posee.

Microempresa       Pequeña empresa       Mediana empresa

2. ¿Cuántos años lleva en el mercado?:

Entre 3 y 5 años       Entre 5 y 10 años       Mas de 10 años

3. ¿En qué mercado Participa?

Mercado de productos Alimenticios  
 Mercado de las Bebidas Alcoholicas y Analcoholicas  
 Mercado de Actividades Deportivas, Diversion Y Ocio  
 Mercado de las Minas  
 Mercado de Bienes y servicios  
 Mercado de Asesoría Técnica y Financiera  
 Mercado Constructor  
 Mercado de los Vehículos y Medios de Transporte

4. ¿A qué región pertenece su negocio? \_\_\_\_\_

5. ¿Cuántos trabajadores contratados posee?

Menos de 9       De 9 a 45       más de 50

6. ¿Cómo financia su negocio?

Subsidio       Capital Propio       Ptmo. Bancario       Mixto

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*

7. Desde los inicios del negocio ¿ha recibido alguna Ayuda gubernamental?

\_\_\_\_\_ Si ¿Cuál? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ No ¿Por qué? \_\_\_\_\_

8. ¿Cuál es la condición actual de su negocio?

\_\_\_\_\_ Activo      \_\_\_\_\_ Registra como sin ventas      \_\_\_\_\_ Está en Quiebra

Si esta Activo conteste preguntas 9 y 10, si no registra ventas o está en quiebra valla a la pregunta 11.

9. ¿Cuál es la fortaleza de su negocio?

\_\_\_\_\_

10. ¿Ha solicitado algún préstamo para su Pyme alguna Vez?, ¿se lo han concedido?

\_\_\_\_\_ Lo pedí pero no me lo dieron      \_\_\_\_\_ Lo conseguí      \_\_\_\_\_ Jamás he solicitado Préstamo.

11. ¿Qué factores han influido en su condición Actual?

\_\_\_\_\_ Falta de capital      \_\_\_\_\_ Problemas de Gestión      \_\_\_\_\_ Disminución de Ventas

\_\_\_\_\_ Efectos de las Crisis económicas      \_\_\_\_\_ Falta de Conocimientos técnicos

\_\_\_\_\_ Otros. ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

12. ¿Cuál es su expectativa en un lapso de 5 años?

\_\_\_\_\_ Mantenerse sin cambios      \_\_\_\_\_ Cerrar      \_\_\_\_\_ Internacionalizarse

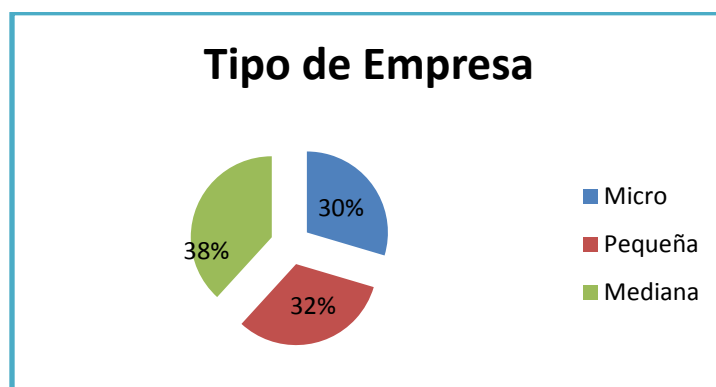
\_\_\_\_\_ Mejorar y crecer como empresa a nivel País.

¡Por su tiempo de atención Muchas Gracias, esta información será clave para una perspectiva de la Actualidad que están viviendo las Pymes de nuestro País!

**Resultado encuesta: Actualidad Pyme 2013**

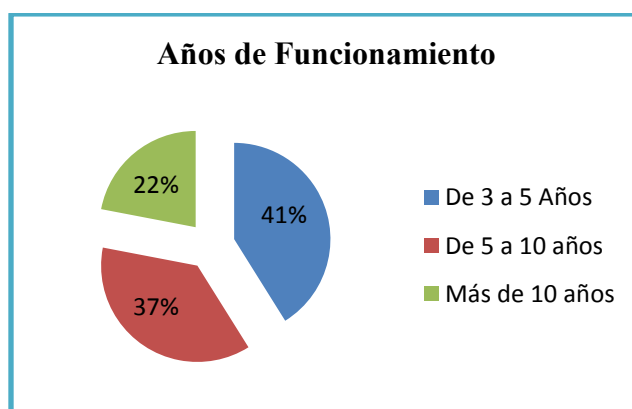
1. Indique el tipo de Empresa que posee.

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Micro	113	29,6	29,6	29,6
Pequeña	123	32,2	32,2	61,8
Mediana	146	38,2	38,2	100,0



2. ¿Cuántos años lleva en el mercado?:

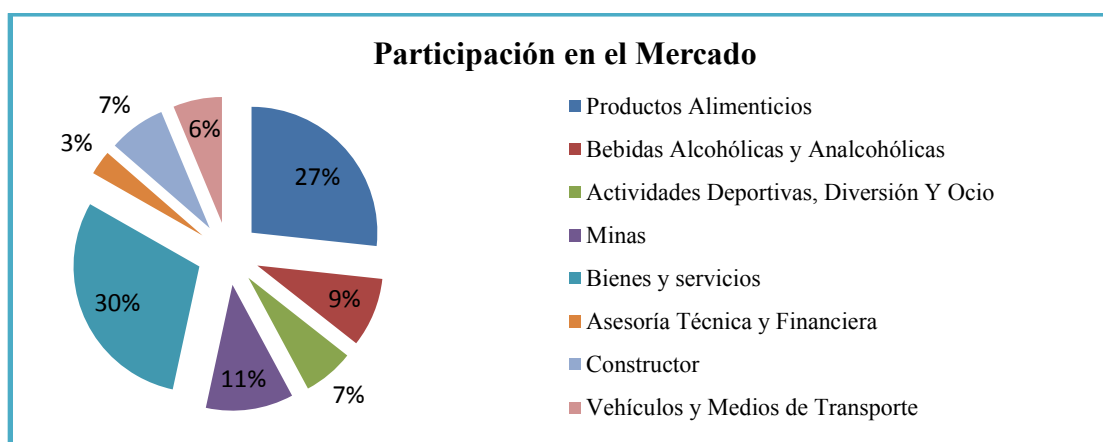
Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
De 3 a 5 Años	157	41,10	41,10	41,10
De 5 a 10 años	141	36,91	36,91	78,01
Más de 10 años	84	21,99	21,99	100,00



Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

3. ¿En qué mercado Participa?

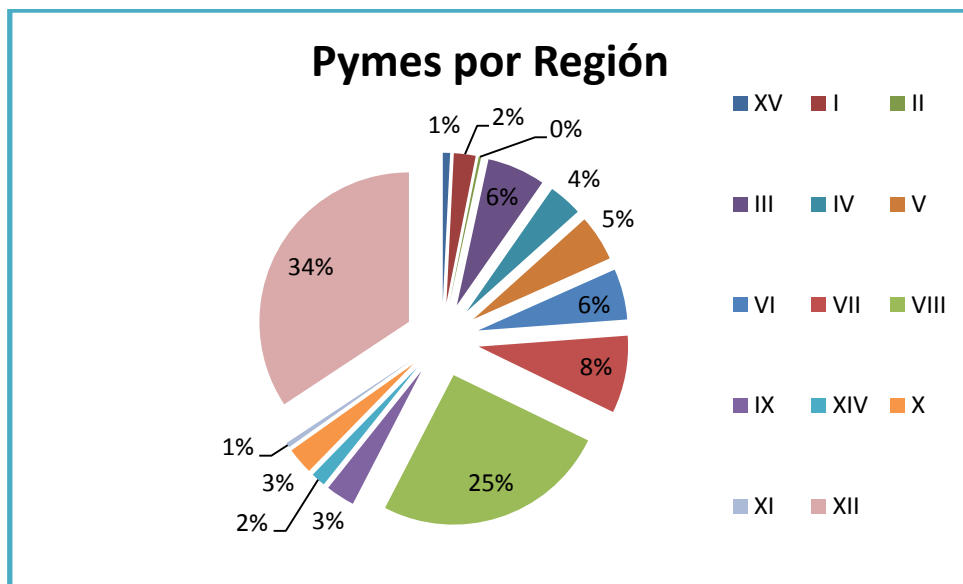
Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Productos Alimenticios	102	26,7	26,7	26,7
Bebidas Alcohólicas y Analcohólicas	34	8,9	8,9	35,6
Actividades Deportivas, Diversión Y Ocio	25	6,5	6,5	42,1
Minas	43	11,3	11,3	53,4
Bienes y servicios	114	29,8	29,8	83,2
Asesoría Técnica y Financiera	12	3,1	3,1	86,4
Constructor	28	7,3	7,3	93,7
Vehículos y Medios de Transporte	24	6,3	6,3	100,0



4. ¿A qué región pertenece su negocio?

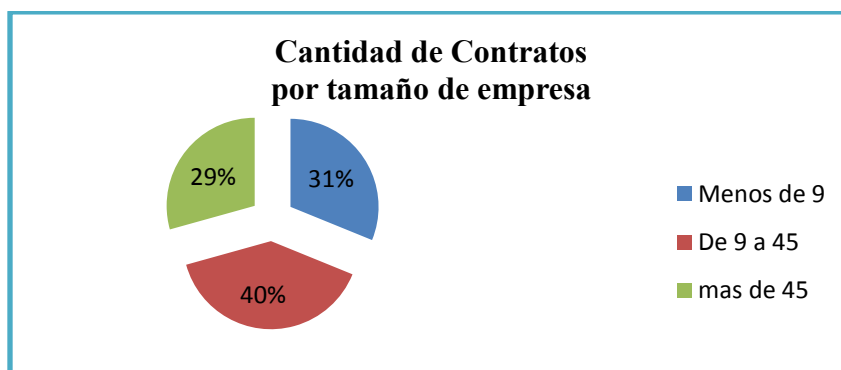
Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
XV	3	0,8	0,8	0,8
I	9	2,4	2,4	3,1
II	1	0,3	0,3	3,4
III	24	6,3	6,3	9,7
IV	14	3,7	3,7	13,4
V	19	5,0	5,0	18,3
VI	21	5,5	5,5	23,8
VII	32	8,4	8,4	32,2
VIII	97	25,4	25,4	57,6
IX	12	3,1	3,1	60,7
XIV	6	1,6	1,6	62,3
X	11	2,9	2,9	65,2
XI	2	0,5	0,5	65,7
XII	131	34,3	34,3	100,0

Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas



5. ¿Cuántos trabajadores contratados posee?

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Menos de 9	119	31,2	31,2	31,2
De 9 a 45	151	39,5	39,5	70,7
más de 45	112	29,3	29,3	100,0

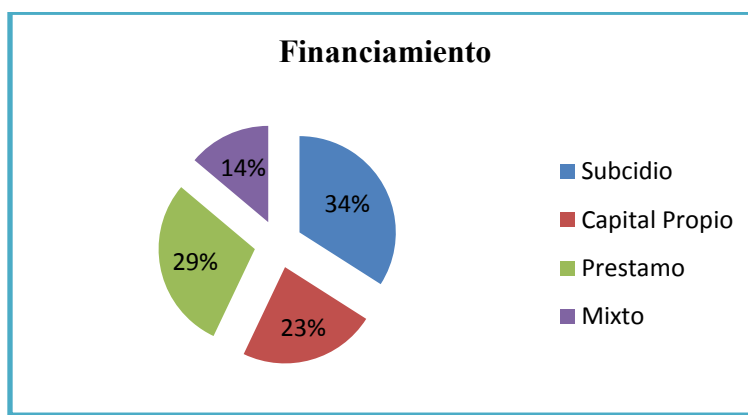




Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

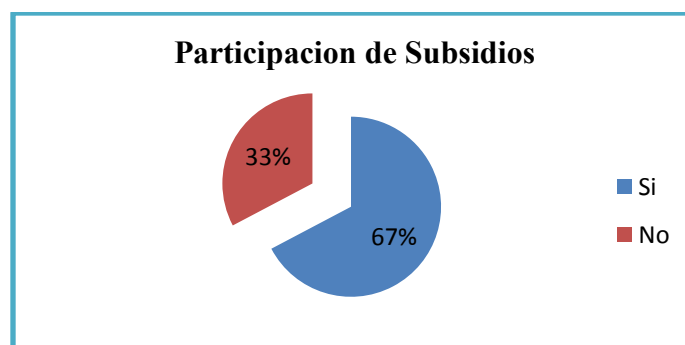
6. ¿Cómo financia su negocio?

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Subsidio	130	34,0	34,0	34,0
Capital Propio	88	23,0	23,0	57,1
Préstamo	111	29,1	29,1	86,1
Mixto	53	13,9	13,9	100,0



7. Desde los inicios del negocio ¿ha recibido alguna Ayuda gubernamental?

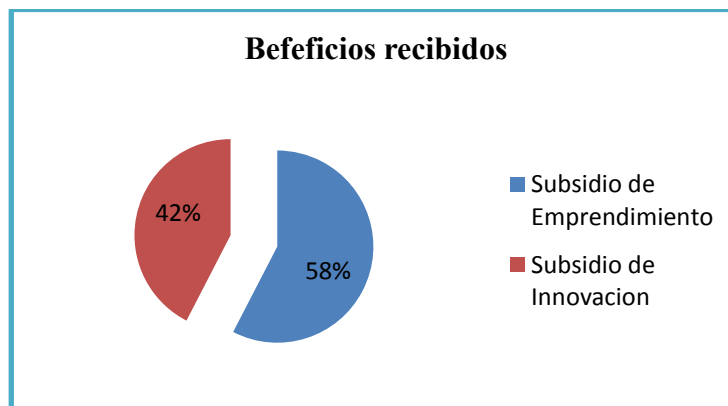
Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Si	257	67,3	67,3	67,3
No	125	32,7	32,7	100,0



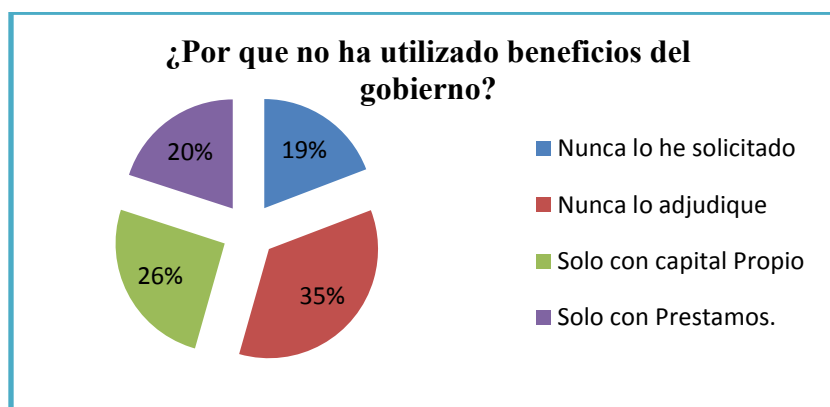
Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

Si la respuesta es sí. ¿Cuáles?

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Subsidio de Emprendimiento	148	57,6	57,6	57,6
Subsidio de Innovación	109	42,4	42,4	100,0



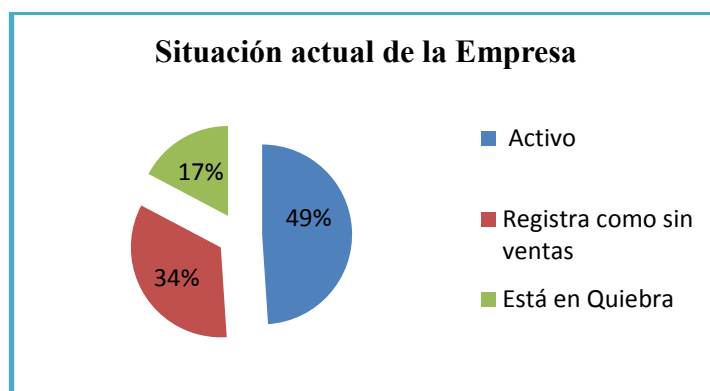
Si la Respuesta es no, ¿Por qué?



8. ¿Cuál es la condición actual de su negocio?

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Activo	187	49,0	49,0	49,0
Registra como sin ventas	129	33,8	33,8	82,7
Está en Quiebra	66	17,3	17,3	100,0

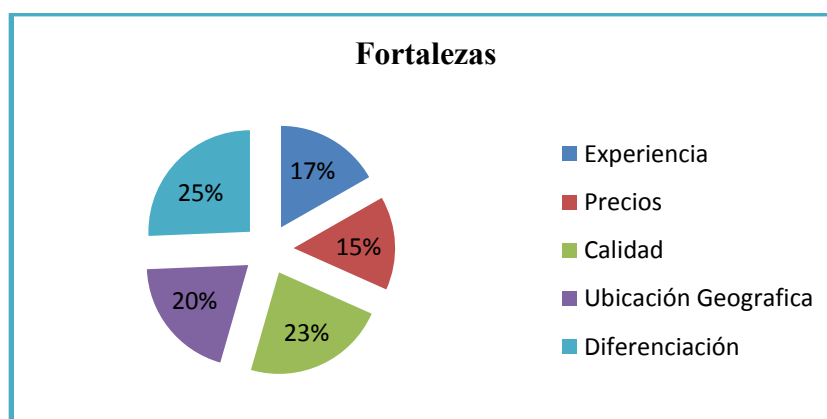
Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas



Si esta Activa conteste preguntas 9 y 10, si no registra ventas o está en quiebra valla a la pregunta 11.

9. ¿Cuál es la fortaleza de su negocio?

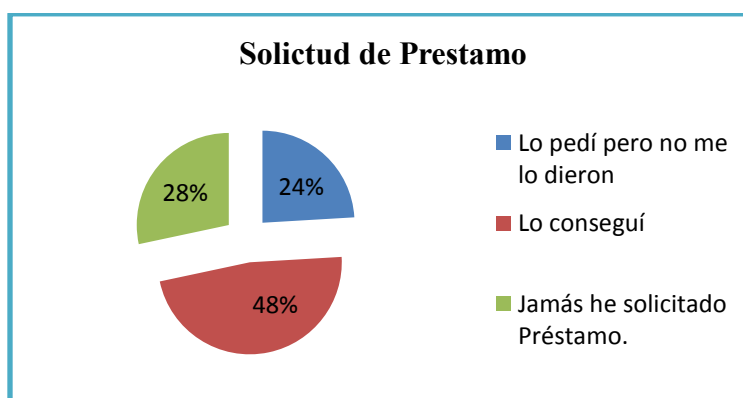
Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Experiencia	64	16,8	16,8	16,8
Precios	57	14,9	14,9	31,7
Calidad	87	22,8	22,8	54,5
Ubicación Geográfica	76	19,9	19,9	74,3
Diferenciación	98	25,7	25,7	100,0



Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas

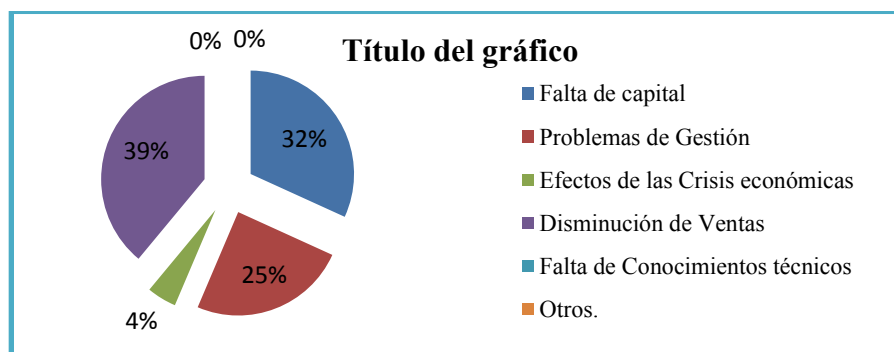
10. ¿Ha solicitado algún préstamo para su Pyme alguna Vez?, ¿se lo han concedido?

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Lo pedí pero no me lo dieron	45	24,1	24,1	24,1
Lo conseguí	89	47,6	47,6	71,7
Jamás he solicitado Préstamo.	53	28,3	28,3	100,0



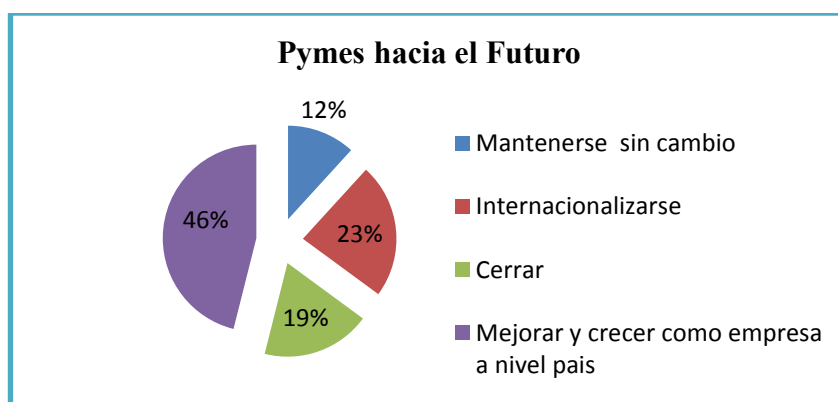
11. ¿Qué factores han influido en su condición Actual?

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Falta de capital	62	31,8	31,8	31,8
Problemas de Gestión	48	24,6	24,6	56,4
Efectos de las Crisis económicas	9	4,6	4,6	61,0
Disminución de Ventas	76	39,0	39,0	100
Falta de Conocimientos técnicos	0	0	0	100
Otros.	0	0	0	100



12. ¿Cuál es su expectativa en un lapso de 5 años?

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Mantenerse sin cambio	45	11,8	11,8	11,8
Internacionalizarse	89	23,3	23,3	35,1
Cerrar	72	18,8	18,8	53,9
Mejorar y crecer como empresa a nivel país	176	46,1	46,1	100



## BIBLIOGRAFIA

- Cleri, Carlos (2007) : “El libro de las Pymes”
- Scapini Sarradel, Juan Carlos (2008): “Las Pymes, más que un problema una solución”.
- Rozas Calderon, Ana (2004): “Impulsando el desarrollo de las Pymes”

## BIBLIOGRAFIA WEB

- Banco Central de Chile, Consulta en línea, octubre de 2013, *Tasa de crédito a Pymes*.  
<http://www.bcentral.cl>
  - Sofofa, consulta en línea, julio 2013, *Crecimiento de las Pymes Chilenas*.  
<http://www.sofofa.cl>
  - Empresas Pymer, consulta en línea, *Empresas por mercado*.  
<http://www.pymer.cl>
  - Pymes Chile, consulta en línea, *Comportamiento de las Pymes*.  
<http://www.pyme.cl/>
  - Biblioteca del Congreso Nacional, consulta en línea. *Definición de Pyme, y leyes de protección Pyme*.  
<http://www.bcn.cl/>
  - Sello ProPyme, consulta en línea, noviembre de 2013, *Definición del concepto*.  
<http://www.sellopropyme.cl>
  - Servicio de Impuestos internos, consulta en línea, *Empresas legalmente registradas*.  
<http://www.SII.cl>
- CORFO, Consulta en línea, *Métodos de financiamiento y compromiso Pyme*.  
<http://www.corfo.cl>

*Análisis de la Problemática de Sustentabilidad de las Pymes Chilenas*