

**UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



**“DIAGNÓSTICO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LA  
REGIÓN DE VALPARAÍSO EN LA COMUNA DE SAN ANTONIO PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL”.**

**“ESTUDIO DE LA UNIVERSIDAD DE ENVIGADO”**

MEMORIA PARA OPTAR  
AL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS EN LA ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS Y  
AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

**Profesor Guía: SRTA. LESLIE BRIDSHAW A.**

**Alumnos: SR. FERNANDO DANIEL BURGOS CÁRCAMO  
SR. SEBASTIÁN EDUARDO FERRADA RAMOS**

**VIÑA DEL MAR, 2012**

## DEDICATORIA

Dedico esta memoria a mi madre Margarita Ramos, a mis hermanos Marco Ferrada y Edgard Ferrada los cuales fueron un apoyo importante en el desarrollo de mis estudios.

*Sebastián Ferrada*

Dedico esta memoria a mi familia en especial a mi madre Mónica Cárcamo y mis hermanos Víctor burgos y Sebastián burgos los cuales estuvieron apoyando en todo momento durante el transcurso de mi carrera.

*Fernando Burgos*

Agradecemos a los profesores de la universidad por la vocación y buenos métodos de enseñanza que mostraron a lo largo de los 5 años que estudiamos en la Universidad de Valparaíso.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	2
RESUMEN .....	14
INTRODUCCIÓN .....	15
1 CAPÍTULO I: CONTEXTUALIZACIÓN DE LAS PYMES EN LATINOAMÉRICA Y EN CHILE .....	17
1.1 Pyme en Latinoamérica .....	17
1.1.1 Participación de las empresas en Latinoamérica .....	17
1.1.2 Participación Laboral de las Pymes de Latinoamérica .....	18
1.2 Pyme a nivel nacional .....	19
1.2.1 Participación de las Pymes en Chile .....	19
1.2.2 Ventas de la Pymes a nivel nacional .....	21
1.2.3 Empleo a nivel nacional.....	22
1.3 Pyme a nivel regional.....	23
1.3.1 Participación Pyme Valparaíso.....	23
1.3.2 Ventas a nivel Regional.....	24
1.3.3 Empleo a nivel Regional.....	24
1 .....	25
1.4 Pymes Provincia de San Antonio .....	25
1.4.1 Participación Pymes San Antonio.....	25
1.4.2 Participación de las ventas de las empresas en la Provincia de San Antonio. ....	26
1.4.3 Participación del empleo en la provincia de San Antonio .....	26
1.5 Pymes Comuna de San Antonio .....	27
1.5.1 Participación empresas Comuna de San Antonio .....	27
1.5.2 Participación Pymes en las ventas en la Comuna de San Antonio ...	27
1.5.3 Participación del empleo en las Pymes de la comuna de San Antonio. 28	
1.6 Desarrollo económico .....	28

1.6.1	Actividades potenciales de la Provincia de San Antonio .....	28
1.6.2	Turismo .....	28
1.6.3	Actividades portuarias .....	29
1.7	Identificación de los sectores económicos regional y comunal .....	30
1.7.1	A nivel de empresas .....	30
1.7.2	A nivel de Ventas.....	31
1.7.3	A nivel de empleados .....	32
2	CAPÍTULO II: METODOLOGÍA .....	33
2.1	Diseño de la investigación .....	33
2.1.1	Método analítico sintético .....	33
2.1.2	Enfoque mixto.....	33
2.1.3	Alcance correlacional .....	33
2.1.4	Fuentes de información .....	34
2.1.5	Técnicas de recolección de la información.....	34
2.1.6	Procesamiento y análisis de la información.....	34
2.1.7	La muestra .....	34
2.1.8	Fórmula .....	35
2.1.9	Muestra regional.....	35
3	CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO DE LA TABULACIÓN DE DATOS DE SAN ANTONIO.....	36
3.1	Datos básicos sobre la empresa.....	36
3.2	Módulo 2 Clientes y proveedores.....	38
3.2.1	Contratos.....	38
3.2.2	Ventas .....	38
3.2.3	Proveedores .....	40
3.2.4	Subcontratación.....	40
3.2.5	Análisis módulo Clientes y Proveedores .....	40
3.3	Módulo 3 Gestión y Modernización empresarial .....	41
3.3.1	Certificación.....	41

3.3.2	Gestión empresarial .....	43
3.3.3	Misión y Visión.....	44
3.3.4	Estrategias .....	44
3.3.5	Equipos técnicos .....	44
3.3.6	Análisis del módulo Gestión y Modernización Empresarial .....	45
3.4	Módulo 4. Asociatividad .....	46
3.4.1	Acuerdo de colaboración y cooperación.....	46
3.4.2	Asociación Empresarial .....	47
3.4.3	Análisis del módulo Asociatividad.....	48
3.5	Módulo 5 Capital Humano.....	48
3.5.1	Empleados .....	48
3.5.2	Rotación .....	49
3.5.3	Capacitación.....	49
3.5.4	Áreas o Departamentos.....	50
3.5.5	Análisis del Módulo Capital Humano .....	50
3.6	Módulo 6. Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Producción y a la Comercialización.....	51
3.6.1	Equipos computacionales.....	51
3.6.2	Uso de tecnología de la información .....	52
3.6.3	Ventas y Compras por internet.....	53
3.6.4	Portal electrónico.....	54
3.6.5	Sitio Web .....	54
3.6.6	Análisis del módulo Nuevas Tecnología Aplicadas a la Producción y la comercialización .....	55
3.7	Módulo 7. Innovación.....	56
3.7.1	Fuentes de ideas .....	56
3.7.2	Inversión.....	57
3.7.3	Financiación .....	58
3.7.4	Departamento de investigación y desarrollo.....	58

3.7.5	Análisis del Módulo Innovación .....	59
3.8	Módulo 8. Ventas y Financiación .....	60
3.8.1	Ventas .....	60
3.8.2	Indicadores .....	60
3.8.3	Financiamiento .....	60
3.8.4	Programas y Sistemas de ayuda para las Pymes .....	61
3.8.5	Comparación con los competidores .....	61
3.8.6	Análisis de Módulo Ventas y Financiación .....	62
4	CAPÍTULO IV: ANÁLISIS COMPARATIVO DEL DIAGNOSTICO DE LA COMUNA DE SAN ANTONIO Y LA CIUDAD DE ANTOFAGASTA.....	63
4.1	Módulo 2. Sobre sus clientes y proveedores .....	63
4.1.1	Ventas .....	63
4.1.2	Contratos.....	64
4.1.3	Proveedores .....	64
4.1.4	Subcontratación.....	65
4.1.5	Análisis Clientes y Proveedores .....	65
4.2	Módulo 3. Gestión y Modernización empresarial .....	66
4.2.1	Certificación.....	66
4.2.2	Gestión empresarial .....	66
4.2.3	Estrategias .....	67
4.2.4	Análisis Módulo 3 .....	68
4.3	Módulo 4. Asociatividad .....	69
4.3.1	Acuerdos de colaboración .....	69
4.3.2	Formalidad de los acuerdos .....	69
4.3.3	Objetivos de los acuerdos .....	69
4.3.4	Asociación empresarial .....	70
4.3.5	Análisis Módulo 4 .....	70
4.4	Módulo 5 Capital Humano.....	71
4.4.1	Empleo .....	71

4.4.2	Capacitación.....	71
4.4.3	Contratación .....	72
4.4.4	Análisis Módulo 5. Capital Humano.....	72
4.5	Módulo 6: Nuevas tecnologías aplicadas a la producción y la comercialización. ....	73
4.5.1	Equipos computacionales.....	73
4.5.2	Usos de tecnología de la información.....	73
4.5.3	Internet .....	74
4.5.4	Sitio web.....	74
4.5.5	Análisis del módulo 6. Nuevas tecnologías aplicadas a la producción y la comercialización .....	75
4.6	Módulo 7: Innovación.....	75
4.6.1	Inversión.....	75
4.6.2	Departamento de investigación y desarrollo.....	76
4.6.3	Análisis innovación .....	77
4.7	Módulo 8: Ventas y Financiación .....	77
4.7.1	Análisis general Ventas Y Financiación.....	77
	CONCLUSIÓN .....	79
	BIBLIOGRAFÍA .....	83

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 .....	85
Anexo 2 .....	86
Anexo 3 .....	86
Anexo 4 .....	87
Anexo 5 .....	88
Anexo 7 .....	89
Anexo 8 .....	90
Anexo 10 .....	91
Anexo 12 .....	92
Anexo 14 .....	93
Anexo 16 .....	94
Anexo 17 .....	94
Anexo 18 .....	95
Anexo 19 .....	95
Anexo 20 .....	96
Anexo 21 .....	97
Anexo 22 .....	98
Anexo 23 .....	99
Anexo 24 .....	101
Anexo 25 .....	102
Anexo 27 .....	103
Anexo 29 .....	104
Anexo 30 .....	105
Anexo 31 .....	105
Anexo 32 .....	106
Anexo 33 .....	106
Anexo 34 .....	106
Anexo 35 .....	107
Anexo 36 .....	107

Anexo 37.....	108
Anexo 38.....	108
Anexo 39.....	109
Anexo 40.....	109
Anexo 41.....	110
Anexo 42.....	110
Anexo 43.....	111
Anexo 44.....	111
Anexo 45.....	112
Anexo 46.....	112
Anexo 47.....	113
Anexo 48.....	113
Anexo 49.....	114
Anexo 50.....	115
Anexo 52.....	116
Anexo 53.....	117
Anexo 54.....	117
Anexo 55.....	118
Anexo 56.....	118
Anexo 58.....	119
Anexo 59.....	120
Anexo 60.....	120
Anexo 61.....	121
Anexo 62.....	121
Anexo 63.....	122
Anexo 64.....	123
Anexo 65.....	124
Anexo 66.....	124
Anexo 67.....	125
Anexo 68.....	126

Anexo 69.....	127
Anexo 70.....	128
Anexo 71.....	129
Anexo 72.....	129
Anexo 73.....	130
Anexo 74.....	130
Anexo 75.....	131
Anexo 76.....	131
Anexo 77.....	132
Anexo 78.....	133
Anexo 79.....	134
Anexo 81.....	136
Anexo 82.....	136
Anexo 83.....	137
Anexo 84.....	137
Anexo 85.....	138
Anexo 86.....	139
Anexo 87.....	140
Anexo 88.....	140
Anexo 89.....	141
Anexo 90.....	141
Anexo 93.....	143
Anexo 94.....	143
Anexo 95.....	144
Anexo 96.....	144
Anexo 97.....	145
Anexo 98.....	146
Anexo 99.....	147
Anexo 100.....	147
Anexo 101.....	148

Anexo 102.....	148
Anexo 103.....	149
Anexo 104.....	149
Anexo 105.....	150
Anexo 106.....	151
Anexo 107.....	151
Anexo 108.....	152
Anexo 109.....	153
Anexo 111.....	154
Anexo 111.....	155
Anexo 112.....	156
Anexo 113.....	156
Anexo 114.....	157
Anexo 115.....	157
Anexo 116.....	158
Anexo 117.....	159

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Clasificación de las empresas de San Antonio .....	37
Figura 2: Porcentaje de venta que representa el principal cliente.....	39
Figura 3: Niveles en los cuales existe evaluación al personal.....	43
Figura 4: Resultados de las inversiones .....	57
Figura 5: Comparación de lugar de procedencia de los proveedores de las empresas de San Antonio v/s Antofagasta .....	65
Figura 6: Participación de las empresas que realizan las siguientes prácticas .....	67

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Participación de las distintas empresas en Chile .....	20
Tabla 2: Participación de las ventas anuales en Chile (UF) .....	21
Tabla 3: Participación del empleo de las distintas empresas en Chile .....	22
Tabla 4: Participación del empleo en la Región de Valparaíso .....	25
Tabla 5: Participación por zona .....	35
Tabla 6: Muestra comunal .....	35
Tabla 7: Tipos certificaciones de las empresas .....	42

## RESUMEN

La presente investigación identifica cómo se gestionan los principales procesos y tareas que realizan las empresas en la comuna de San Antonio en materias de clientes y proveedores, modernización empresarial, asociatividad, capital humano, uso de tecnologías de la información, innovación, ventas y financiamiento. Esto con el objetivo de diagnosticar la realidad de la zona para así poder, en otro estudio posterior, aplicar modelos de gestión empresarial que permitan el desarrollo y la supervivencia de las Pymes de la comuna. Además, los resultados de este estudio son comparados con una investigación similar desarrollada en las Pymes de la región de Antofagasta.

This research identifies how to manage key processes and tasks performed by firms in the town of San Antonio in matters of customers and suppliers, business modernization, partnership, human capital, use of information technology, innovation, sales and finances. The objective of this research is to diagnose the reality of the area in order to, in later study, apply business management models that enable the development and survival of PYMES in the commune. Furthermore, the results of this study are compared with similar research developed Pymes in the region of Antofagasta.

## INTRODUCCIÓN

Las Pymes a nivel nacional representan un 17,20% del total de empresas, las que presentan una alta heterogeneidad en su participación en los distintos sectores alrededor del país, pero aun así se concentran principalmente en la región Metropolitana, alcanzando un porcentaje superior al 50% de la participación total dando cuenta de un marcado centralismo.

En Chile las Pequeñas y Medianas empresas se clasifican de acuerdo a la facturación que generan durante el año, mientras que en el resto de América Latina se clasifican de diferentes maneras, dependiendo de las propias leyes que las restrinjan en los respectivos territorios.

Esta investigación realizada por la Universidad de Envigado se basa principalmente en los distintos módulos que contemplan las tareas y procesos que efectúan las Pymes de San Antonio en sus labores cotidianas. En ella el objetivo general es diagnosticar la realidad de las pequeñas y medianas empresas de San Antonio, para luego en otro estudio servir de fuente para crear un modelo de gestión empresarial en la zona que permita el progreso y supervivencia de las Pymes.

Los objetivos específicos son caracterizar las Pymes de la comuna en aspectos como variables demográficas, relaciones con clientes, prácticas de gestión y modernización empresarial, además de buenas prácticas y permanencia en el tiempo de las pequeñas y medianas empresas. También se busca identificar líneas comunes y diferencias entre las Pymes de San Antonio con las de la Región de Antofagasta en los tópicos ya mencionados.

El primer capítulo contempla el contenido teórico de la investigación, contextualizando a las Pymes a nivel a nivel internacional específicamente en Latinoamérica, nacional, regional, provincial y comunal de San Antonio,

identificando su participación en cuanto a empleo, venta y representatividad de acuerdo al número de Pymes respecto del total de ellas. En el segundo capítulo se presentará la metodología sobre el diseño de la investigación y la muestra donde en la primera parte se identifica el método analítico, el enfoque en el cual va a estar dirigido, el alcance correccional, las fuentes primarias y secundarias, las técnicas de recolección de estos mismo datos y luego el procesamiento y análisis de la información. En segunda instancia, se identifica el tamaño de la población y la muestra a encuestar de acuerdo a los niveles de confianza, el error y la variabilidad.

El tercer capítulo contempla el diagnóstico de los módulos aplicados a las 50 encuestas efectuadas en la zona, elaborados en gráficos y tablas, identificando la forma en que gestionan y efectúan sus procesos en las Pymes del sector.

.En el cuarto capítulo se efectúa una comparación de los distintos módulos analizados, entre las Pymes del estudio hecho anteriormente con las de la Región de Antofagasta.

Finalmente se logra una conclusión abarcando todos los temas en cuestión, llegando al diagnóstico de las Pequeñas y medianas empresas en el territorio de San Antonio y generando posibles mejoras.

# **CAPÍTULO I: CONTEXTUALIZACIÓN DE LAS PYMES EN LATINOAMÉRICA Y EN CHILE**

En este capítulo se contextualizan a las Pymes en un marco global a nivel de Latinoamérica, nacional, provincial y comunal en cuanto a su representatividad numérica, participación laboral y en el total de ventas.

La representatividad numérica se caracteriza por el porcentaje de Pymes respecto del total por cada nivel analizado, ya sea nacional, regional, provincial y comunal. Por el lado de la participación laboral se identifica de acuerdo al número de empleados respecto del total, mientras que en la participación de ventas se encuentran en el porcentaje respecto del total y medidas en Unidades de Fomento.

También se dará un enfoque al desarrollo económico a nivel de la provincia de San Antonio en cuanto a sus actividades potenciales como las actividades portuarias, al igual que la identificación de los sectores económicos a nivel regional y comunal. Estos factores logran contextualizar a las Pymes en la situación en la que se encuentran a la fecha indicada en el estudio.

## **1.1 Pyme en Latinoamérica**

### **1.1.1 Participación de las empresas en Latinoamérica**

En América latina<sup>1</sup> se contabilizó un total de 8.658.373<sup>2</sup> empresas de las cuales las Pymes, en Latinoamérica, representan el 4,46% de la participación

---

<sup>1</sup> Países considerados Chile, Colombia, Perú, Venezuela, Costa Rica y México.

<sup>2</sup> Fundes 2010, Marcos legales para el fomento a la MIPYME en América Latina [en línea] <<http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/2136344480.pdf>>[consultado 5 de Mayo 2011].

total. Las microempresas en Latinoamérica representan el 95,25% del universo, se destaca a Venezuela donde el 99,8% de las empresas es microempresa. Las pequeñas empresas, en Latinoamérica, corresponden al 3,71% (**Ver Anexo 1**). Se observó en Costa Rica un 25,5% de pequeñas empresas, lo que representa el porcentaje mayor de este tipo de empresas en la región latinoamericana. Por su parte, las medianas empresas corresponden al 0,75%, donde el país que se destaca es Costa Rica con un 4,7% de participación de dicho país. Las Grandes Empresas corresponden al menor porcentaje en Latinoamérica, considerando a penas el 0,29%; en Costa Rica se observó el más alto porcentaje de empresas en esta categoría.

### **1.1.2 Participación Laboral de las Pymes de Latinoamérica**

En América Latina<sup>3</sup> se contabilizaron 32.542.249<sup>4</sup> Pymes, las que generan el 27,5% del empleo a nivel latinoamericano. Las microempresas, generan el 42,2% del empleo, destacándose la participación de Venezuela, país en el cual las microempresas representan el 92,5% del empleo. Las pequeñas empresas representan el 15,1% del total de los empleos generados; se observó que en Perú estas empresas generan el 26,2% del empleo. Las medianas empresas generan el 12,4% en Latinoamérica, destacándose la participación de Perú, donde estas empresas generan el 19,3% del empleo. La gran empresa corresponde al 30,4% del empleo en Latinoamérica, donde en Chile la participación alcanza el 50,2% del empleo, **Ver Anexo 2**.

---

<sup>3</sup> Países considerados Chile, Colombia, Perú, Venezuela, Costa Rica y México.

<sup>4</sup> ibid

## 1.2 Pyme a nivel nacional

Las Pymes constituyen una gran importancia en la economía de nuestro país, en términos del empleo como en el desarrollo, y están presentes en la mayoría de los sectores de actividad económica, tales como el del comercio, agricultura, construcción, industria, pesca, servicios sociales etc. Según Servicio de Impuestos Internos (2009) las pequeñas y medianas empresas se clasifican según el número de ventas anuales que realicen, medidas en unidades de fomento (UF). La pequeña empresa tiene ventas anuales desde 2.401 a 25.000 UF, mientras que la mediana empresa tiene de 25.001 a 100.000 UF. Esto conlleva a que las PYMES se encuentren entre el rango de 2401 UF a 100.000 UF. Por otro lado existe la Micro empresa, que tiene ventas anuales de 0,1 UF a 2400 UF y la Gran empresa tiene ventas anuales superiores a 100.000 UF.

Según un estudio de Sercotec (2010), existe otra clasificación que rige de acuerdo al número de empleados que operan: la pequeña empresa posee de 10 a 49 empleados y la mediana empresa de 50 a 199. La Micro empresa, por su parte, posee de 1 a 9 empleados promedio y la Gran empresa de 200 a más. Sin embargo, esta clasificación se ocupa más a menudo para temas laborales relacionados con el código del trabajo.

### 1.2.1 Participación de las Pymes en Chile

Las Pymes a nivel nacional, según el Servicio de Impuestos Internos, representan un porcentaje importante para las empresas en el país, superando al número de grandes empresas pero menor a la presencia de las Micro empresas existentes. Para el año 2009, según la **tabla 1**, existen 157.477 Pymes, que representan el 20,3% del total de las empresas formales, porcentaje superior al observado en Latinoamérica donde sólo alcanza el 4,46%.

Las Pymes, desde el año 2005 al 2009, como se puede ver en la **tabla 1**, presentaron un crecimiento promedio de 3,5% anual, enfatizándose la expansión en la participación que se observó el año 2007, la cual fue de 5,5%. Se puede destacar que la Gran Empresa fue el tipo de empresas que más crecimiento tubo en el periodo ya mencionado, llegando al 3,9% de expansión promedio. Se observó que la Micro empresa fue el tipo de empresas que menos creció en el mismo periodo, llegando sólo al 0,5% de crecimiento promedio.

**Tabla 1: Participación de las distintas empresas en Chile**

	2005		2006		2007		2008		2009		Promedio Crecimiento periodo 2006-2009
	N	N	% Crecimiento	N	% Crecimiento 2007	N	% Crecimiento 2008	N	% Crecimiento 2009		
Grande	8742	9450	8,10%	10180	7,70%	10448	2,60%	10156	-2,80%	3,90%	
Pyme	137129	143709	4,80%	151593	5,50%	157711	4,00%	157477	-0,10%	3,50%	
Micro	596317	603434	1,20%	604589	0,20%	608826	0,70%	609047	0,00%	0,50%	
Total	742188	756593		766362		776985		776680		1,3	

Fuente: Elaboración propia, datos Servicio de Impuestos Internos, no se consideraron empresas sin información ni ventas.<sup>5</sup>

Las Pymes representan una alta heterogeneidad en su participación en los distintos sectores alrededor del país. El sector con mayor participación que ocupan las Pymes, es el sector de comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos automotores, enseres domésticos, que representa un 28,92%, seguido por el sector de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, ocupando el 14,53% del total. El sector con menor presencia es el Consejo de Administración de edificios y condominios con 0,004% del total, **Ver Anexo 3**.

<sup>5</sup> SII 2009. Estadística de empresas por región, comuna y rubro económico [En línea] <<http://www.sii.cl/estadisticas/empresas.htm>>.[Consultado 5 de Junio de 2012].

### 1.3.1 Ventas de la Pymes a nivel nacional

Las ventas en Miles de UF., como se observa en la **tabla 2**, presentan un crecimiento promedio positivo en el periodo 2006-2009, en el cual las Pymes presentaron un promedio de 3,7% de crecimiento de sus ventas en el periodo señalado. La gran empresa presentó el promedio de crecimiento más alto, en el mismo periodo, llegando a 5,8% de crecimiento por año, cabe destacar que el año 2009 se observó un decrecimiento importante en las ventas de este tipo de empresas, posiblemente debido al periodo de crisis económica mundial. Por otra parte, las micro empresas fueron el tipo de empresa que menos creció durante el periodo señalado, alcanzando sólo el 1,6% de crecimiento en ventas promedio anual.

**Tabla 2: Participación de las ventas anuales en Chile (UF)**

	2005		2006		2007		2008		2009		Promedio ventas periodo 2006- 2009
	N		N	% crecimien to 2006	N	% crecimien to 2007	N	% crecimien to 2008	N	% crecimien to 2009	
Grand e	9737215, 6		11143375 ,4	14,40%	11698046 ,7	5,00%	13278499 ,3	13,50%	11980476 ,9	-9,80%	5,80%
Pyme	1701043, 5		1785105	4,90%	1898251	6,30%	1990237, 2	4,80%	1965995, 2	-1,20%	3,70%
Micro	293634		300313,9	2,30%	305898,3	1,90%	311860,2	1,90%	313203,7	0,40%	1,60%
Total	11731893 ,1		13228794 ,3		13902196		15580596 ,7		14259675 ,8		1.4

Fuente: Elaboración propia, datos Servicio de Impuestos Internos<sup>9</sup>

Las Pymes de los sectores de comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos automotores, enseres domésticos y las del sector de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, representan la mayor participación en los rubros y también representan las mayores ventas registradas en el país, alcanzando los 588.489,1 y 290.045,2 UF respectivamente. **Ver Anexo 3.**

<sup>9</sup> SII 2009, Estadística de empresas por región, comuna y actividad económica [En línea] <<http://www.sii.cl/estadisticas/empresas.htm>>[Consultado 5 de Junio de 2012].

### 1.4.1 Empleo a nivel nacional

A nivel de empleo, las Pymes generan el 41,4% del empleo en Chile, Según Servicios de Impuestos Internos, porcentaje superior al observado en Latinoamérica, el cual alcanza a 27,5%. El motor principal del empleo en Chile son las Grandes Empresas con un 50,2% del empleo total, porcentaje mayor al observado en América Latina, el que alcanza un 30,4% del empleo. Cabe destacar que en Chile las Micro empresas, a diferencia de los países latinoamericanos, genera un porcentaje más bajo, que llega al 8,4%.

En cuanto al número de trabajadores en las Pymes en los años 2005 a 2009, como muestra la tabla 3, fue de un promedio de crecimiento de 2,8%, el cual presentó la mitad del crecimiento observado en las Grandes empresas. Por otra parte, las Micro empresas presentaron el menor crecimiento en el mismo periodo, alcanzando al 2,3% de crecimiento promedio. **Ver Tabla 3**

**Tabla 3: Participación del empleo de las distintas empresas en Chile**

	2005	2006		2007		2008		2009		Promedio periodo
	N	N	% Crecimiento to 2006	N	% Crecimiento to 2007	N	% Crecimiento to 2008	N	% Crecimiento to 2009	
<b>Grande</b>	2.600.854	2.886.769	11,0%	3.265.640	13,1%	3.511.775	7,5%	3.321.588	5,4%	6,6%
<b>Pyme</b>	2.462.721	2.631.050	6,8%	2.794.437	6,2%	2.847.090	1,9%	2.736.656	3,9%	2,8%
<b>Micro</b>	508.337	529.179	4,1%	546.656	3,3%	558.206	2,1%	556.676	0,3%	2,3%
<b>Total</b>	5.571.912	6.046.998		6.606.733		6.917.071		6.614.920		

Fuente: Elaboración propia, datos Servicio de Impuestos Internos

Los sectores que aportan la mayor cantidad de empleados dependientes e informados en la Pymes de Chile es el sector de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler con un 16,83%. Este rubro no es el principal en aportar la mayor cantidad de Pymes en el país, sin embargo es el que genera mayor cantidad de empleo, seguido por el sector de Agricultura, Ganadería, Caza y

Silvicultura, aportando un 16,11% del total de empleados en las Pymes. **Ver Anexo 4.**

## **1.5 Pyme a nivel regional**

### **1.5.1 Participación Pyme Valparaíso**

La región de Valparaíso se divide por ocho provincias, éstas se caracterizan por tener variadas actividades productivas, como por ejemplo la minería, que se encuentra en Petorca y los Andes; y la industria y el comercio, en Viña del Mar y Valparaíso. En definitiva, cada provincia posee sus propias actividades industriales, siendo por esta razón que en la región existe, según Pro Chile Valparaíso (2010), una amplia cobertura de servicios básicos como electricidad, agua potable, alcantarillado, gas natural, alta densidad de universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica; una moderna infraestructura en telecomunicaciones y la disponibilidad de fibra óptica. Es por estas características que se sitúa a la Región de Valparaíso en un atractivo escenario frente a inversionistas nacionales e internacionales, donde claramente la región es un motor importante para la economía del país.

En la región es posible encontrar una cantidad de 14.259 Pymes, las cuales representan a nivel nacional el 9,05% de las Pequeñas y Medianas Empresas en Chile, siendo la segunda región con mayor presencia de Pymes, a diferencia de la Región Metropolitana, que aporta con más de la mitad de las Pymes que hay en el país con un 50,5% del total existente. Esto da cuenta de un grado de concentración entre las dos regiones, dando como cobertura de un 40,4% a las demás Pymes de las 13 Regiones faltantes, **Ver Anexo 5.**

La presencia de las Pymes en la región desde los años 2006 al 2009, **ver Anexo 6**, presenta un crecimiento anual promedio de 3,2%, siendo el 2007 el año donde se observó una mayor expansión. Las Grandes empresas experimentaron

un crecimiento promedio de 6,2% anual en contraste con las Micro empresas las cuales presentaron un decrecimiento de 0,5% promedio anual.

### **1.5.2 Ventas a nivel Regional**

Las ventas anuales en la región, **ver Anexo 7**, durante el periodo 2006-2009, las Pymes experimentaron un crecimiento promedio anual de un 4,3% en las ventas, presentando el mayor crecimiento con respecto a las Grandes y Micro empresas, en las que se observó un escaso crecimiento que bordeó el 0,5% promedio anual.

En cuanto a la participación de las ventas en las Pymes de la región de Valparaíso para el año 2009, corresponden a un 21,6% de la participación en ellas. Por otra parte, a nivel nacional la región aporta un 11,9% de las ventas totales del país. Cabe destacar que el 2009 fue el año donde las empresas experimentaron el mayor decrecimiento en las ventas, sólo las Pymes crecieron ese año.

### **1.5.3 Empleo a nivel Regional**

La región de Valparaíso representa el 6,8% del empleo que se genera en el país, donde las Pymes de la región aportan con el 9,01% del empleo nacional generado por este tipo de empresas.

A nivel regional el empleo es diferente a la situación en la cual se ve envuelto a nivel nacional, ya que las Pymes en la Región de Valparaíso es el motor principal por aportar el mayor porcentaje del total de empleos, traducido en un 54,46%, mientras que la Gran empresa aporta un 33,19% y la Micro posee la menor cantidad de empleados, con un 12,35 % del total.

El comportamiento del empleo en el periodo 2006-2009 en las Pymes, según **tabla 4**, fue de un crecimiento de 2,8% promedio anual; la Gran empresa experimentó el más alto crecimiento, llegando al 6,5% promedio anual, mientras que la micro empresa obtuvo un decrecimiento de 1%.

**Tabla 4: Participación del empleo en la Región de Valparaíso**

	2005	2006		2007		2008		2009		Promedio Periodo
	N	N	%	N	%	N	%	N	%	
<b>Grande</b>	117.223	126.492	7,9%	143.388	13,4%	148.384	3,5%	150.225	1,2%	6,5%
<b>Pyme</b>	221.473	232.283	4,9%	246.799	6,2%	246.450	-0,1%	246.493	0,0%	2,8%
<b>Micro</b>	58.350	59.411	1,8%	58.273	-1,9%	59.224	1,6%	55.911	-5,6%	-1,0%
<b>Total</b>	397.046	418.186		448.460		454.058		452.629		

Fuente: Elaboración propia, datos Servicio de Impuestos Internos<sup>9</sup>

## 1.6 Pymes Provincia de San Antonio

### 1.6.1 Participación Pymes San Antonio

En el año 2009 se contabilizó un total de 8.207 empresas en la provincia de San Antonio, de las cuales el 16,7% corresponden a las Pymes, situándose por debajo del porcentaje de las que se ubican en la Región de Valparaíso, que alcanza el 18,1% de participación(**Ver Anexo 8**). Esta provincia representa el 10,1% de las Pymes que se ubican en la Región de Valparaíso.

En la provincia de San Antonio, se identificó que el año 2009 el porcentaje de decrecimiento en las Pymes fue de un 7,47% con respecto al año anterior, el cual bajaría el promedio de crecimiento del periodo 2006-2009 a un 3,79%. Este

<sup>9</sup> SII 2009, Estadística de empresas por región, comuna y actividad económica [En línea]  
<<http://www.sii.cl/estadisticas/empresas.htm>>[Consultado 5 de Junio de 2012].

último año la participación de las Pequeñas y medianas empresas rompe con la tendencia de crecimiento de esos 4 años. **Ver Anexo 9.**

### **1.6.2 Participación de las ventas de las empresas en la Provincia de San Antonio.**

Las ventas en la Provincia de San Antonio en el año 2009 totalizaron 37.310.000 de UF, lo cual aporta con el 4,9% de las ventas totales en la región. Las Pymes sumadas representan el 44% de las ventas de dicha Provincia, **Ver Anexo 10.** Además, aportan con el 2,2% de los ingresos totales de la Región de Valparaíso.

En la provincia de San Antonio, se identificó que el año 2009 el porcentaje de decrecimiento en las Pymes, de ingreso en Miles de UF, fue de un 4,13% con respecto a un mismo periodo del año anterior, lo que bajaría el promedio de crecimiento del periodo 2006-2009 a un 7,2%, **Ver Anexo 11.**

### **1.6.3 Participación del empleo en la provincia de San Antonio**

El número de empleados dependientes informados al año 2009 corresponde a 23.478 personas, el cual aporta con el 5,2% del empleo regional. Las Pymes representan el 62,1% del empleo provincial, muy similar al promedio regional, que se encuentra en 54,46%. **Anexo 12.**

En la provincia de San Antonio, como muestra el **Anexo 13**, se identificó que en el año 2009, en la participación, el porcentaje de decrecimiento en las Pymes fue de un 13,65% con respecto a un igual periodo del año anterior, el cual bajaría el promedio de crecimiento del periodo 2006-2009 a 1,02%.

## **1.7 Pymes Comuna de San Antonio**

### **1.7.1 Participación empresas Comuna de San Antonio**

Las empresas ubicadas en ésta comuna totalizaron en 5045, de las cuales las Pequeñas y medianas empresas representan el 16,93% de la participación comunal. Éste porcentaje es superior al observado en la provincia, ya que en ésta el 16,7% son Pymes. **Ver Anexo 14.**

Las Pymes en San Antonio presentan un decrecimiento de un 6,83% en el año 2009 con respecto al periodo anterior; sin embargo, presenta un promedio levemente positivo llegando al 1,35% de crecimiento en los últimos 4 años. **Ver Anexo 15.**

### **1.7.2 Participación Pymes en las ventas en la Comuna de San Antonio**

Las ventas de las empresas de la comuna de San Antonio fueron de 18.184.000 UF., donde las Pymes aportaron con el 40,62% (**Ver Anexo 16**) de los ingresos en ventas de dicha comuna. Este porcentaje se encuentra por debajo del promedio provincial, el cual llegó a un 44,11%.

Cabe mencionar que las ventas en el periodo 2009 presentaron un leve aumento de 0,59% con respecto al año anterior, explicado por el aumento de las ventas de las grandes empresas, las cuales alcanzaron un aumento de 28,43%. **Ver Anexo 17.**

### **1.7.3 Participación del empleo en las Pymes de la comuna de San Antonio.**

En la comuna de San Antonio se encontraron 16.154 empleos dependientes, de los cuales un 60,57% (**Ver Anexo 18**) son generados por las Pymes de la comuna, porcentaje inferior al 62,1% de participación en el empleo de la Provincia de San Antonio.

En el año 2009 (**Ver Anexo 19**) las pymes de la comuna presentaron una gran disminución del empleo, bajando un 21,65%; este porcentaje se podría explicar por el gran aumento de empleo generado por las grandes empresas.

## **1.8 Desarrollo económico**

### **1.8.1 Actividades potenciales de la Provincia de San Antonio**

En la Provincia de San Antonio se encuentra una gran cantidad de lugares turísticos, que son aprovechados por los turistas que visitan la zona. El litoral cuenta con un clima templado y cálido, el cual es propicio para el desarrollo del turismo, viéndose beneficiado por las playas que presenta la localidad.

### **1.8.2 Turismo**

Según datos del Sernatur, del turismo total de la Quinta Región el 11,2% es el que absorbe la zona; se puede identificar que El Quisco es la comuna con mayor afluencia de turistas con 28.769, que representan el 50,1% del total de visitantes del lugar en el año 2009 (**Ver Anexo 20**).

### 1.8.3 Actividades portuarias

#### 1.8.3.1 Empresa Portuaria San Antonio

Es una empresa autónoma del Estado, creada por ley en diciembre de 1997, cuyo objeto es la administración, conservación y desarrollo de la actividad marítimo-portuaria del Puerto San Antonio. La misión de la Empresa Portuaria San Antonio es promover una sana competencia al interior del puerto entre los operadores privados, siendo EPSA un facilitador de las inversiones de largo plazo que potencien el desarrollo de la infraestructura portuaria en San Antonio. (Fuente: Empresa Portuaria de San Antonio).

#### 1.8.3.2 Importaciones

En el año 2010 el puerto de San Antonio realizó 162.563<sup>13</sup> declaraciones de importaciones y 13.427,1 millones de dólares. Éstas representan el 25,5% de las importaciones del país, lo cual deja a la aduana de San Antonio en segundo lugar después de la aduana de Valparaíso. **Ver Anexo 21.**

#### 1.8.3.3 Exportaciones

En el año 2010 la aduana de San Antonio realizó 89.688<sup>14</sup> declaraciones de exportaciones, correspondientes a 6.226,9 millones de dólares. Éstas representan el 9,24% de las exportaciones del país, lo cual deja a la aduana de San Antonio en cuarto lugar después de la aduana de Valparaíso, como puerta de salida de los productos nacionales. **Ver Anexo 22.**

---

<sup>13</sup> Servicio Nacional de Aduanas, Informe estadístico,[en línea]  
<[http://www.aduana.cl/prontus\\_aduana/site/artic/20110512/pags/20110512172429.html](http://www.aduana.cl/prontus_aduana/site/artic/20110512/pags/20110512172429.html)>[consultado Junio 2011]

<sup>14</sup> Fuente: Servicio Nacional de Aduanas, Elaboración Propia, 2010.

## **1.9 Identificación de los sectores económicos regional y comunal**

### **1.9.1 A nivel de empresas**

Para el año 2009, según el Servicio de Impuestos Internos, existen en la región 93.557 Pymes distribuidas en diferentes sectores económicos, en donde la comuna aporta el 5.39% (**Ver Anexo 23**) del total de empresas de la región.

La mayor cantidad de empresas formales de la región, y al igual que en la comuna, se dedica al sector comercio al por mayor y menor, Reparación Vehículos Automotores y En seres Domésticos, correspondientes al 36,01% y 41.22% de los totales respectivos por zona. **Ver Anexo 23.**

En cuanto a la representatividad de números de empresas que aporta cada actividad económica a la región y a la comuna, el más parecido entre sí, es el sector de administración pública y defensa; planes de seguridad social y afiliación obligatoria, aportando cada una el mismo porcentaje de un 0,6%, mientras que los sectores más desiguales son los del transporte, almacenamiento y comunicación, donde la comuna supera en un 7.91% sobre la región y el sector de agricultura, ganadería, caza y silvicultura, superando la región a la comuna en un 6,25% respecto de cada total. **Ver Anexo 23.**

El comercio al por mayor y menor, reparación vehículos automotores y los enseres domésticos son las actividades económicas comunales que aportan la mayor cantidad de empresas con un 2.22% del total de empresas en la región. **Ver Anexo 23.**

El sector en la comuna que aporta el mayor porcentaje de empresas por actividad económica regional es la pesca, con un 27,27% del total de empresas a nivel regional. **Ver Anexo 23.**

### 1.9.2 A nivel de Ventas

En cuanto a la participación en las ventas anuales, la comuna de San Antonio aporta un 2,38% de las 30421,9 UF que factura la región. **Ver Anexo 23.**

El sector con mayor presencia en la región es la Industria Manufacturera No Metálicas, que representa el 32,91% de las ventas totales, mientras que en la comuna es el sector de Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones que aporta un 15,32% de las ventas en San Antonio. **Ver Anexo 23.**

En relación a la representatividad de las ventas totales que aporta cada actividad económica a la región y a la comuna, el más parecido entre sí es el sector de la construcción, aportando en cada una de ellas el 3,15% y 3,20% respectivamente, mientras que los sectores más desiguales son el sector de industrias manufactureras no metálicas, en donde la región supera en un 30,56% a la comuna; y el sector de Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones, en donde la comuna supera a la región en un 26,46% respecto de cada total. **Ver Anexo 23.**

El Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones también son las actividades económicas comunales que aportan la mayoría de las ventas con un 1% del total de empresas en la región. **Ver Anexo 23.**

Al igual que la representatividad en número de empresas, el sector en la comuna que aporta la mayor cantidad de ventas por actividad económica regional es la pesca con un 33,90% del total de empresas regionales. **Ver Anexo 23.**

### 1.9.3 A nivel de empleados

Existen en la región 68.112 trabajadores distribuidos en las 18 actividades contabilizadas por el Servicio de Impuesto Internos, en donde la comuna aporta el 3.53% del total regional. **Ver Anexo 23.**

La mayor cantidad de empleados en la región se encuentra en el sector de la agricultura, ganadería, caza y silvicultura, que representa el 13,37% del total regional, mientras que en la comuna es en el sector de Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones, que aporta un 27,11% de los trabajadores de San Antonio. **Ver Anexo 23.**

En relación a la representatividad del número de empleados total que aporta cada actividad económica a la región y a la comuna, el más parecido entre sí, son los sectores de suministro de electricidad, gas y agua, aportando cada una de ellas el 0.57% y 0,02% respectivamente, mientras que los hoteles y restaurantes aportan cada uno el 3,91% en la región y un 3,36% en la comuna. Obteniendo una brecha de un 0,55% de diferencia porcentual en los dos sectores por igual. Por su parte, los sectores más desiguales es el de Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones, en donde la comuna supera con una brecha de 17,48% a la región y el sector de agricultura, ganadería, caza y silvicultura, superando la región a la comuna en un 11%. **Ver Anexo 23.**

El Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones es la actividad económica comunal que aporta el mayor empleo con una 0,96% a la región. **Ver Anexo 23.**

La explotación de minas y canteras muestra la mayor representatividad en empleo que aporta cada sector comunal respecto de cada actividad regional. **Ver Anexo 23.**

## **CAPÍTULO II: METODOLOGÍA**

En este capítulo se presentarán los objetivos del estudio a continuación; en primera instancia se explicará el objetivo general y se continuará con los objetivos específicos, se determinará el “n” a encuestar, el cual se determinará en base a la ecuación correspondiente. Se identificarán los mecanismos de recolección de datos y, para finalizar, limitaciones del estudio a presentar.

### **2.1 Diseño de la investigación**

#### **2.1.1 Método analítico sintético**

Se orientará en el análisis de las Pymes de la comuna de San Antonio con la región de Antofagasta, identificando sus características en siete variables: clientes y proveedores, gestión y modernización empresarial, asociatividad, capital humano, nuevas tecnologías aplicadas a la producción y la comercialización, innovación y ventas y financiación.

#### **2.1.2 Enfoque mixto**

Se trabajará con datos cuantitativos en el procesamiento de los datos y el análisis estadístico, y cualitativos en la descripción de las características del objeto de investigación.

#### **2.1.3 Alcance correlacional**

Se realizará un ejercicio comparativo entre las Pymes de la Región de Antofagasta y la comuna de San Antonio.

#### **2.1.4 Fuentes de información**

Las fuentes primarias serán los propietarios o directivos de las empresas que tengan los conocimientos necesarios para poder entregar información fehaciente de la empresa.

Las fuentes secundarias serán las bases de datos existentes en el SII y datos ASIVA.

#### **2.1.5 Técnicas de recolección de la información**

Encuesta preestablecida ya utilizada en otros estudios internacionales (Universidad de Envigado Colombia) y nacionales (Universidad Católica del Norte), puesto que esta investigación es parte del proyecto “Diseño de modelos de gestión para pymes, a partir de la contrastación de diferentes regiones de Latinoamérica” realizado en Colombia, por lo que su análisis debe ser medido bajo el mismo instrumento. **(Ver anexo 117)**. En la encuesta se encontrarán los distintos tópicos de la investigación, **ver anexo 24**.

#### **2.1.6 Procesamiento y análisis de la información**

- Procesamiento en matrices de síntesis de información.
- Aplicación de modelos estandarizados para confrontación.
- Matriz de comparación de resultados entre las regiones.
- Modelación de aspectos comunes y diferencias.
- Tabulación de las encuestas en el Software SPSS V17

#### **2.1.7 La muestra**

El tamaño de la población en estudio comprende las siguientes comunas de la Región de Valparaíso **(Ver Tabla 5)**, de donde se sacó una muestra proporcional a la comuna de San Antonio.

**Tabla 5: Participación por zonas**

Comuna	San Antonio	Valparaíso	Quilpué	Villa Alemana	Quillota	La calera	Total
Número de pymes	756	2497	778	416	708	391	5546

Fuente: Elaboración propia

### 2.1.8 Fórmula

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1) \cdot E^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Con una confianza del 95%, una variabilidad positiva y negativa del 0,5, un tamaño de población de 5.546 y un porcentaje de error del 5% la fórmula queda de la siguiente forma:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 5.546}{5.545 \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

### 2.1.9 Muestra regional

$$359,334435$$

Esta investigación no sólo comprende la comuna de San Antonio, por lo tanto es necesario calcular la muestra de cada comuna a partir de la muestra regional. En la **tabla 6** se observa la muestra que queda para la comuna de San Antonio.

**Tabla 6: Muestra comunal**

Pymes a encuestar en San Antonio	Porcentaje de la Región	Número de Pymes Regional
49	13,63%	5546
		359,334435

Fuente: elaboración propia. Datos SII 2009.

## **CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO DE LA TABULACIÓN DE DATOS DE SAN ANTONIO**

A continuación se mostrarán los resultados del estudio, representados en gráficos y tablas, con sus análisis respectivos. La encuesta se aplicó a 50 empresas de la comuna de San Antonio, las cuales corresponden a Pymes de distintos rubros.

El presente capítulo entregará un diagnóstico de caracterización de las Pequeñas y medianas empresas de la comuna, identificando cómo gestionan los empresarios sus negocios en los distintos tópicos ya mencionados en el capítulo anterior.

### **3.1 Datos básicos sobre la empresa**

En San Antonio el 70%, de las empresas encuestadas, tiene una vida superior a 11 años de antigüedad, demostrando una perduración en el tiempo, pasando por las fluctuaciones y dinamismos de la economía nacional. Este dato es muy significativo, ya que el estudio reflejará las características que han hecho que las empresas perduren en el tiempo. **Ver Anexo 25.**

Como se puede ver en el **Anexo 25**, el porcentaje más representativo de las Pymes de San Antonio fueron creadas en la última década, en la cual se creó el 30% de las empresas en la provincia. Esto refleja un claro crecimiento en la comuna en los últimos años, mientras que la década con menor crecimiento en cuanto a cantidad de empresas fue entre el año 1961 y 1970 con un 6%.

La comuna presenta un 56%, de las empresas encuestadas, que posee solamente una actividad en sus operaciones, y el 44% sí posee una actividad

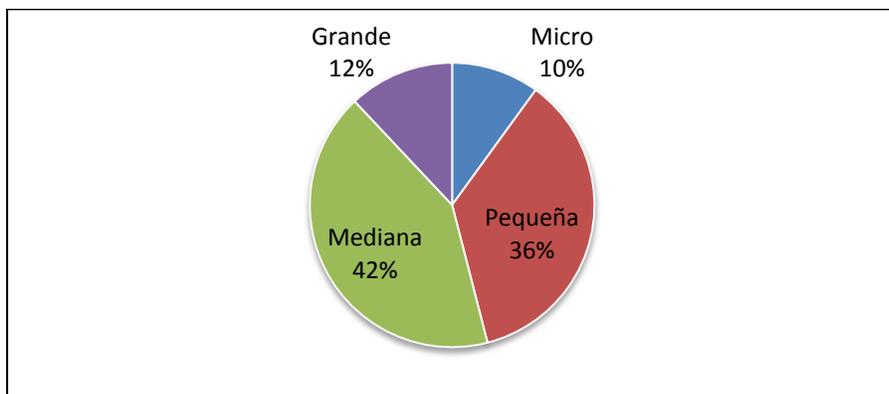
secundaria, **ver Anexo 26**. El 44% es una sucursal o parte de un grupo, mientras que el 56% es casa matriz. **Ver Anexo 27**.

De las empresas que son parte de un grupo o son sucursales, el 54,17% posee su casa matriz en la Región de Valparaíso, y el 45,83% la tiene en el resto de Chile. Las empresas que no son parte de un grupo o no son sucursales corresponden a 26 empresas, las cuales se encuentran ubicadas en la comuna de San Antonio. **Ver Anexo 28**.

En su mayoría no poseen otro lugar de producción, representando el 54%, sin embargo, existe un número importante de empresas que sí posee otra planta de producción o venta, equivalente a 23 empresas que corresponden al 46%, **ver anexos 29**, de éste el 56,5% posee esta planta en el resto de Chile y el 43,5% la tiene en la Región de Valparaíso. **Ver anexos 30**.

El 42% de las empresas encuestadas consideran que son medianas empresas, mientras que un 36% cree ser pequeñas, un 12% se consideran grandes y un 10% cree ser microempresa. Cabe destacar que es sólo una percepción de los administradores de las empresas encuestadas y no necesariamente representa la definición legal de Pymes. **Ver Figura 1**.

**Figura 1: Clasificación de las empresas de San Antonio**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## **3.2 Módulo 2 Clientes y proveedores**

El módulo de clientes y proveedores está compuesto por: Contrato, Ventas, Exportación, Pago de clientes, Proveedores, Subcontratación.

### **3.2.1 Contratos**

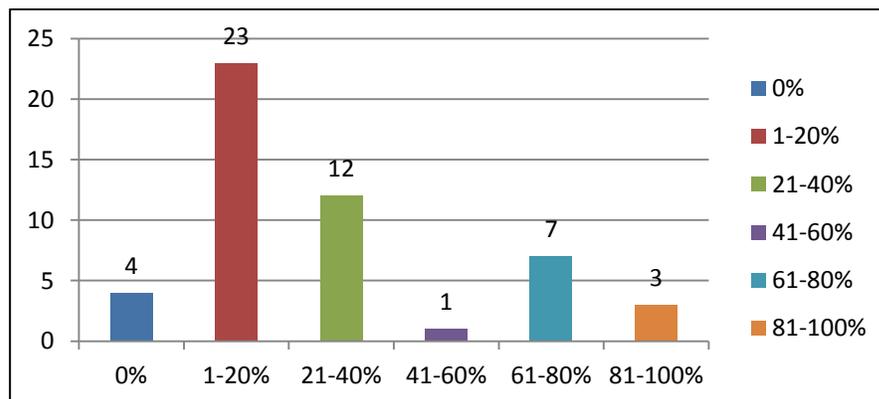
Respecto del aspecto de contratos en las Pymes de San Antonio, en su mayoría tienen contratos de corto plazo con un objetivo específico acorde a los intereses del cliente, los que sumados representan un 74% del total de contratos de las Pymes. **Ver Anexo 31.**

### **3.2.2 Ventas**

Las ventas en su mayoría se mantienen en el rango de 1001 UF a 5000 UF, las cuales representan un 46% del total de encuestados, según el grafico 11. En donde la mayoría son realizadas todas por contratos directos con los clientes alcanzando el total de 67,5% de las Pymes encuestadas. **Ver Anexo 32.**

Las ventas de su principal cliente en su mayoría representa entre un 1%-20% como se observa en la **Figura 2**, representadas por 23 de las empresas encuestadas. Cabe destacar que existen empresas en las cuales el cliente principal representa sobre el 61% de sus ventas, las que sumado representa a 10 empresas del total de encuestados.

**Figura 2: Porcentaje de venta que representa el principal cliente**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

Las Pymes de San Antonio en su mayoría venden a otras regiones del país, alcanzando el 56% de las empresas encuestadas. **Ver anexo 33**. La mitad de las empresas que venden a otras regiones posee ventas que significan entre un 1%-20% de sus ingresos. **Ver Anexo 35**. Mientras que las ventas en los últimos 3 años un 95,5% se han mantenido o aumentado sus ventas, esto da cuenta del sólido escenario de las ventas a otras regiones. **Ver Anexo 34**

El inicio de las exportaciones en su mayoría se dio en la década de los 70` representadas por el 53,8% de las empresas encuestadas **Ver Anexo 37**, las exportaciones se efectúan en una minoría en las Pymes de San Antonio ya que sólo un 26% exporta hacia el extranjero **Ver Anexo 36**, en su mayoría representan entre el 1% a 20% de las ventas totales al extranjero representadas por 58,30% de los encuestados **Ver Anexo 39**. Cabe señalar que las ventas de las exportaciones en su mayoría se han mantenido y aumentado en los últimos 3 años. **Ver Anexo 38**.

El pago de sus principales clientes en su mayoría es contra entrega y 30 días, lo que genera su principal fortaleza, los cuales sumados representan un 80% de los pagos totales. **Ver Anexo 40**.

### **3.2.3 Proveedores**

Los proveedores en su mayoría son del resto de Chile, representados por un 58% de las Pymes encuestadas (**Ver Anexo 41**), mientras que los principales tipos de bienes que se transan son productos intermedios y productos finales. **Ver Anexo 42**. Cabe mencionar que cada empresa escogió 2 alternativas.

### **3.2.4 Subcontratación**

En relación a las empresas que subcontratan algunas de sus actividades, es una minoría la que opera con este sistema, mientras que un 78% de ellas no requiere tales servicios. **Ver Anexo 43**.

### **3.2.5 Análisis módulo Clientes y Proveedores**

En el módulo de clientes y proveedores se observaron más debilidades. Dentro de los aspectos que representan mayor debilidades encontramos los contratos a corto plazo acorde a los intereses del cliente, las ventas a otras regiones y la falta de ventas en otras regiones y la subcontratación.

Respecto del contrato el 74% de las empresas encuestadas tiene contratos de corto plazo, impidiendo proyectarse en el largo plazo y obteniendo una poca relación y continuidad con los clientes.

Sobre el beneficio de la subcontratación, éste no es aprovechado por estas empresas, teniendo que asumir ciertos costos que no se identifican con el giro comercial de la entidad.

En cuanto a las ventas, existe una falta de ellas en otras regiones, reduciendo su universo de ventas y así mismo los tratados de libre comercio que Chile posee con el mundo, siendo desaprovechados por estas empresas, aumentando el costo de oportunidad.

Dentro de las fortalezas más importantes del módulo son el pago de los clientes y la falta de concentración de las ventas en un solo cliente.

Las ventas no dependen de un solo cliente puesto que el máximo cliente, en promedio, representa el 23% de sus ventas, por lo que sus ingresos no dependen de uno, sino de varios clientes, viéndose beneficiado su poder negociación.

El pago de las empresas encuestadas que recibe de los clientes en su mayoría es a contra entrega y a 30 días, dando mayor liquidez y favoreciendo el poder de compra de la empresa que le permite aprovechar descuentos por pronto pago.

### **3.3 Módulo 3 Gestión y Modernización empresarial**

Dentro del módulo se encuentran la certificación, gestión empresarial, misión y visión, estrategias y equipos técnicos.

#### **3.3.1 Certificación**

Respecto de la certificación en las Pymes, en su mayoría no cuentan con los certificados internacionales, representados por el 78% de los encuestados, mientras que una minoría del 22% de los encuestados restantes sí cuenta con alguna certificación, como la ISO 9001, ISO 9002, ISO 14000, OSHAS 18000, BASC u otros que acredite o avale la gestión de la empresa. El certificado ISO 9001 lo posee el 10% del total de empresas que tienen dicha certificación,

principalmente debido a empresas aduaneras del sector y sucursales de empresas grandes que operan en la comuna. Dentro de los “otros certificados” una minoría del 12% de encuestados posee dichos documentos, los cuales se nombraron Ansis e ISO 9000, **Ver tabla 7**. Cabe señalar que cada Pyme tuvo la opción de elegir más de una alternativa.

**Tabla 7: Tipos certificaciones de las empresas**

<b>Certificado</b>	<b>%</b>	<b>n</b>
No tiene	78%	39
ISO 9.001	10%	5
ISO 9.002	4%	2
ISO 14.000	2%	1
OSHAS18.000	0%	0
BASC	0%	0
Otros	12%	6

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

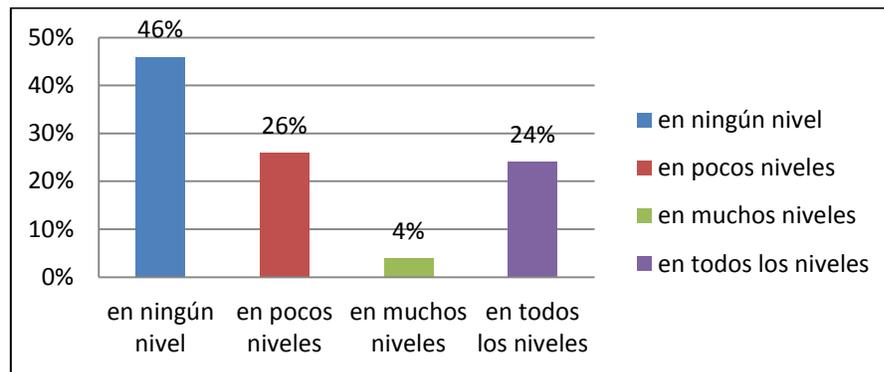
En cuanto al proceso de obtención de los certificados, la mayoría de los encuestados no se encuentran en proceso de obtención de los certificados nombrados anteriormente, siendo representados por el 94% de las empresas encuestadas. Sin embargo, una minoría del 6% de los encuestados sí se encuentra en obtención de los certificados. **Ver Anexo 44**.

Los motivos por los cuales no se han certificado, en su mayoría son otros tipos de opciones, representados por el 60% de los encuestados, es decir, 30 Pymes escogieron esta alternativa. De hecho, más de la mitad de los encuestados observó que no es necesario dichas certificaciones y cerca de un tercio no sabe cuáles necesita. **Ver Anexo 45**. Cabe mencionar además que cada empresa escogió 1 o 2 alternativas.

### 3.3.2 Gestión empresarial

Respecto a la gestión de personal, en las evaluaciones hacia éste, en su mayoría no se da en ningún nivel o, al menos, sólo en pocos niveles en las Pymes de la comuna de San Antonio, los cuales sumados representan un 72% de las empresas. En muchos o todos los niveles de los empleados se da en una minoría, donde sumados representan un 28% de los encuestados, esto debido a la alta formalidad de ciertas empresas de Agencias Aduaneras que operan en el sector. **Ver Figura 3.**

**Figura 3: Niveles en los cuales existe evaluación al personal**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

Respecto de los departamentos de calidad, o algún encargado que tiene dicha función en las Pymes de la comuna de San Antonio, son una minoría quienes lo poseen, siendo esto representado por un 42% de los encuestados. **Ver Anexo 46.** Mientras que estas empresas, que poseen el departamento de control de calidad, en su mayoría también poseen un sistema de evaluación para los insumos que compran, representado por un 64% de los encuestados, asegurándose del perfecto estado en el cual tengan que venir. **Ver Anexo 47.**

En una minoría las Pymes de San Antonio contratan servicios externos de auditoría de calidad, el cual, según la tabla, considera un 30% de las Pymes encuestadas, es decir a sólo 15 empresas.

Los reclamos de los clientes son atendidos por el 72% de las empresas encuestadas, es decir, 36 empresas de las 50 que participaron en el estudio. **Ver Anexo 48.**

### **3.3.3 Misión y Visión**

La misión y visión sí es aplicada en su mayoría en las Pymes de San Antonio, representadas por el 78% de los encuestados. **Ver Anexo49.**

### **3.3.4 Estrategias**

Las estrategias utilizadas en su mayoría por las Pymes de la comuna de San Antonio, es la estrategia de calidad, representada por el 72% de los encuestados, es decir, 36 empresas encuestadas consideran dicha estrategia como la más importante. Otra estrategia que estableció un gran margen de elecciones de los empresarios fue la satisfacción del cliente, alcanzando el 70% de de las elecciones; cabe mencionar que cada empresa escogió 2 alternativas. La estrategia en costos, representa el 28% de las elecciones de las Pymes de la zona, dejándola en tercer lugar en las estrategias utilizadas por estos empresarios. **Ver Anexo 50.**

### **3.3.5 Equipos técnicos**

El porcentaje de las empresas que utilizan equipos técnicos con una antigüedad superior a 3 años en su mayoría corresponde al 84% de las empresas

encuestadas, en las cuales, el porcentaje de los equipos técnicos superior a ese periodo corresponde entre el 1 y 20% de los equipos que utiliza la empresa.

### **3.3.6 Análisis del módulo Gestión y Modernización Empresarial**

En el módulo gestión y modernización empresarial existen más debilidades. Respecto a los aspectos que presentan mayores debilidades se encuentran la certificación, gestión de personal y la gestión empresarial.

La certificación de las Pymes en la comuna de San Antonio, en su mayoría, no poseen certificados internacionales y en un porcentaje representativo no están en proceso de obtención de alguno de éstos, por lo que las empresas no aprovechan la oportunidad de mejorar su imagen certificándose con normas de calidad en los procesos.

En cuanto a la gestión de personal, estas empresas en su mayoría no cuentan con un sistema de evaluación de personal en los distintos niveles de jerarquización, generando una nula retroalimentación de lo que los empleados o integrantes de la empresa hicieron bien o mal durante el año y si cumplieron o no con las metas propuestas.

La gestión empresarial reflejada por el departamento de control de calidad y servicios externos de auditoría, en la mayoría de los encuestados, no se encuentran presentes, lo que hace difícil llevar un control en los servicios que las Pymes de San Antonio ofrecen.

Dentro de los aspectos en que las empresas presentan mayor fortaleza se encuentra una parte de la gestión de personal, misión y visión.

Dentro de la minoría que posee un departamento de control de calidad la mayoría posee evaluación o control de los insumos que compra a sus proveedores. De esta manera se aseguran que el cliente reciba en producto en buenas condiciones, manteniendo el prestigio de la empresa y la fidelidad del cliente. Asimismo la mayoría de las empresas tiene procedimientos establecidos para tratar los reclamos de los clientes, estas empresas entienden que la satisfacción del consumidor y la calidad del producto o servicio es la mejor herramienta para que el cliente vuelva.

Finalmente las empresas sí poseen una misión y visión, por lo que cada una de ellas logra conocer su propósito básico, hacia dónde dirige sus actividades y visualiza las metas propuestas a mediano y largo plazo.

### **3.4 Módulo 4. Asociatividad**

El módulo asociatividad está compuesto por los aspectos de acuerdo a la colaboración, cooperación y asociación empresarial.

#### **3.4.1 Acuerdo de colaboración y cooperación**

Respecto de los distintos tipos de acuerdos de colaboración, en los últimos 3 años una minoría de las Pymes de San Antonio los ha realizado, en donde un 36% de estas empresas ha llevado a cabo acuerdos de colaboración con clientes, 34% acuerdos con proveedores, 10% acuerdos con otras empresas, 12% acuerdos con otras empresas de otros sectores, 14% acuerdos con organizaciones públicas y un 8% de las empresas ha hecho acuerdos con universidades o centros de investigación. Por lo tanto existe un número significativo de empresas que no realizan acuerdos, alcanzando el 46% de las empresas en San Antonio, lo cual

representa una de sus principales debilidades (**Ver Anexo52**). Cabe mencionar que cada empresa escogió más de una alternativa, de las que sólo respondieron 27 Pymes.

Los distintos grados de formalidad de estos acuerdos son realizados en una proporción muy similar, **Ver Anexo 53**, donde un 33,3% de la Pymes encuestadas determinó que todos sus acuerdos son formales, el 25,9% realiza algunos acuerdos informales, 22,5% de estas Pymes consideró que todos sus acuerdos son informales y el 18,5% que la mayoría de sus acuerdos son formales.

En su mayoría los dos objetivos principales de estos acuerdos son la comercialización del producto y la mejora del proceso, los cuales sumados representan el 81,4% de las empresas encuestadas. **Ver Tabla 8**.

**Tabla 8: Objetivos de los acuerdos de cooperación**

<b>objetivo</b>	<b>%</b>	<b>n</b>
Desarrollo o mejora del producto	18,5%	5
Desarrollo o mejora del proceso	33,3%	9
Comercialización de producto	48,1%	13
total	100%	27

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

### **3.4.2 Asociación Empresarial**

La participación de las Pymes en las asociaciones empresariales en San Antonio es muy escasa, ya que el 64% no participa en alguna asociación; como se puede ver en la tabla, corresponden a 32 de un total de 50 empresas encuestadas, siendo entonces sólo el 36% las que sí participan en alguna asociación. **Ver Anexo 54**.

### **3.4.3 Análisis del módulo Asociatividad**

Dentro del módulo asociatividad se encontraron debilidades en todos sus aspectos. En los aspectos que se encontraron mayores debilidades se encuentran los acuerdos de colaboración y la asociación empresarial.

En los distintos tipos de acuerdos de colaboración en las Pymes de San Antonio, la asociatividad que se puede generar tanto con los clientes, proveedores, otras empresas del sector, organizaciones públicas y universidades, se encuentra escasamente desarrollada, demostrando que no existen estrategias que logren desarrollar relaciones y que les permitan mejorar integralmente.

Respecto de las asociaciones empresariales que existen en la región, la mayoría no participa de ninguna, desaprovechando las ventajas que se podrían generar con acuerdos estratégicos de cooperación y de asociatividad.

## **3.5 Módulo 5 Capital Humano**

El módulo capital humano está compuesto por empleados, rotación, capacitación y áreas o departamento.

### **3.5.1 Empleados**

En cuanto a los empleados en la comuna de San Antonio, la mayoría de las empresas posee entre 1 a 50 trabajadores, alcanzando el 96% de las empresas encuestadas (**Ver anexo 55**), mientras que en la mayoría de las empresas encuestadas tienen entre 1 a 10 titulados universitarios representado por el 72% de los encuestados (**Ver anexo 56**) y también en su mayoría tienen entre 1 a 10

titulados de centro formación técnica o institutos según gráfico 6, representados por el 78% de las empresas encuestadas

En su mayoría el número de empleados dentro de los últimos 3 años se ha mantenido y aumentado, los cuales sumados representan el 88% de las Pymes encuestadas, mientras que sólo un 12% de las empresas ha disminuido la cantidad de sus empleados en los últimos años. **Ver Anexo 57.**

### **3.5.2 Rotación**

La rotación de los empleados, en más de la mitad de las Pymes encuestadas, ocurre entre el 1% - 20% de los trabajadores de las Pequeñas y medianas empresas de San Antonio en los últimos 3 años. Cabe señalar que aproximadamente un tercio de las empresas no ha rotado sus empleados en el último periodo. **Ver Anexo58.**

Respecto a la facilidad para encontrar trabajadores suficientemente calificados para sus necesidades, la mayoría demuestra tener dificultades, sumando el 62% de las empresas encuestadas, que dicen tener poca o ninguna facilidad para poder cubrir esas necesidades faltantes de personal, **Ver Anexo 59.**

### **3.5.3 Capacitación**

Respecto a la capacitación, las Pymes en la comuna presentan un escenario muy desfavorable, ya que el 58% de éstas no realiza entrenamiento interno, un 70% no realiza capacitación externa y un 66% no realiza rotación de tareas como medio de entrenamiento de sus empleados, **ver anexo60.** Por ende, el gasto que se utiliza en las capacitación en las empresas de la comuna es bajo, donde la mayoría de las Pymes destinan entre un 0% y 1% de proporción en sus

gastos en capacitación a sus trabajadores, las cuales sumadas representan el 80% de las empresas encuestadas. **Ver Anexo 61.**

#### **3.5.4 Áreas o Departamentos**

Las áreas en donde ocurren más problemas para contratar personal son en su mayoría en las actividades de ventas, gestión y administración, representadas cada una por el 50% de los encuestados. Mientras que donde ocurren menos problemas para contratar es en el área de recursos humanos, la cual presenta sólo el 10 % de complicación al encontrar profesional de esa área. Cabe mencionar que cada empresa escogió 2 alternativas. **Ver Anexo 62.**

#### **3.5.5 Análisis del Módulo Capital Humano**

Dentro del módulo capital humano de las Pymes, se observaron aspectos con mayores debilidades, entre los que se encuentran los empleados, la capacitación y la rotación.

Respecto de los empleados, la cantidad de titulados universitarios y titulados de centro de formación técnica o de institutos es muy baja. Esto demuestra que no existe demasiado profesionalismo en ciertas áreas de cada empresa, como en recursos humanos, operaciones, marketing, finanzas y administración.

Por el lado de la contratación, en los últimos 3 años se ha mantenido y aumentado, a la vez que existe demasiada rotación de empleados, influyendo demasiado en los resultados de la empresa. Esto afecta en la curva de aprendizaje del empleado y en la eficiencia en el corto plazo.

En términos de contratación, en el último año la mayoría de los empleados no participaron en capacitaciones internas, externas y de rotación de tareas, por lo que ha disminuido la eficiencia en las tareas operacionales, siendo los gastos destinados a estas formaciones por debajo del 1% de su totalidad.

Dentro de los aspectos que presentan mayor fortaleza se cuenta la facilidad para encontrar personal, ya que no tienen demasiada dificultad para contratar a personas que se adecuen a las necesidades de las Pymes.

### **3.6 Módulo 6. Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Producción y a la Comercialización**

El módulo de nuevas tecnologías aplicadas a la producción y la comercialización está compuesto por equipos computacionales, usos de tecnología de la información, internet, ventas y compras por internet, portal electrónico y sitio web.

#### **3.6.1 Equipos computacionales**

Respecto de los equipos computacionales las Pymes de San Antonio en su mayoría poseen algún computador en la empresa, las cuales sumadas representan un 88% del total de encuestados, correspondiente a 44 empresas. Sin embargo un 12%, que corresponden a 6 empresas, no posee aún algún computador que mejore su eficiencia operacional. **Ver anexo 63.**

El principal motivo de no ocupar computadores en el giro del negocio es porque no resulta necesaria en sus labores, mientras que la necesidad de personal y necesidad de cambios en la gestión del negocio, no son motivos para no obtener computadores en sus operaciones. **Ver Anexo 64.**

En cuanto a la sustitución de los computadores, se observa que un 40,9% de las empresas los reemplazan cada más de 3 años, mientras que la mayoría de los que poseen computador lo sustituyen en un periodo de tiempo de menos o igual a 3 años, los que sumados representan el 59,1% de los encuestados. **Ver Anexo 65.**

Con respecto a la formación de los trabajadores, en su mayoría no se han realizado actividades de capacitación para sus empleados en el uso de las tecnologías de la información, abarcando el 72,7%, de un total del 44 empresas que contaban con tal tecnología. Sin embargo el 27,3% ha implementado la capacitación a sus empleados para poder desempeñar de eficiente manera las labores. **Ver Anexo 66.**

En las Pymes de San Antonio que poseen computador, la mitad de sus encuestados dice utilizar uno entre el 61%-80% de sus empleados para realizar sus tareas laborales. Por otro lado, un 43% de los encuestados dice que entre el 61%-80% de sus empleados utilizan e-mail para realizar tareas laborales. En cambio, en la utilización de internet, un 40,4% de los encuestados dice que entre el 61%-80% de sus empleados lo usan para trabajar. **Ver Anexo 67.**

### **3.6.2 Uso de tecnología de la información**

Sobre el uso de tecnologías de la información, se observó que en el área de contabilidad, son utilizadas en la mayoría de las empresas de ese sector, las cuales sumadas representan el 64% de las encuestadas. En el área de compras y ventas por internet en su mayoría también son utilizadas, sumando el 76% de las encuestadas. Finalmente en el área de diseño de prototipos una mayoría no las realiza, las cuales sumadas representan un 70% de las encuestadas. **Ver Anexo 68.**

En la utilización de internet en las Pymes de San Antonio, en su mayoría se encuentra la búsqueda de información sobre proveedores y clientes, los cuales sumados representan un 52% de los encuestados, mientras que la comunicación con los clientes y proveedores por internet también se da en la mayoría de los casos, los cuales sumados representan un 80% de los encuestados. **Ver anexo 69.**

Por otro lado, internet nunca ha sido ocupado, mayoritariamente, para la búsqueda de información sobre competidores, lo que se representa con un 70% del total de los encuestados. Finalmente tampoco la mayoría utiliza otras opciones para el uso de internet, abarcando el 56% de los casos. **Ver anexo 69.**

Los principales motivos porque las empresas en su mayoría no utilizan internet son por qué no lo encuentran relevante para el giro del negocio, lo cual se representa en un 44,4% del total de empresas encuestadas; esto seguido por el riesgo de virus o hackers y falta de personas capacitadas, teniendo cada uno un 16,7% del total de encuestados, mientras que el motivo con menor relevancia es la comunicación de datos lenta. Otros motivos no clasificados ubicados dentro de la tabla, datan cada uno con un 5,6% del total respectivamente. **Ver Anexo 70.**

### **3.6.3 Ventas y Compras por internet**

Las ventas por internet en el último año, en su mayoría representan entre el 1%-20% de sus ingresos, lo que se ve representado por el 75% de las empresas encuestadas. **Ver Anexo71.**

Los clientes que compran por internet en su mayoría provienen de la región, abarcando un 68,8% de los encuestados y representado por 11 empresas,

mientras que los clientes extranjeros representan el menor porcentaje con un 6,3%, siendo representado por sólo una empresa. **Ver Anexo72.**

En cuanto a la proporción de gastos resultantes de las compras a través de internet en los últimos 12 meses, en su mayoría se compone entre el 1%-20% del total de gastos en los que incurren las empresas, representadas por un 54,5% del total encuestados. **Ver Anexo 73.**

Los proveedores provienen mayoritariamente del resto de Chile representando un 57%, que equivalen a 12 empresas, mientras que en muy pocos casos estos proveedores provienen del extranjero, abarcando un 4,8%, correspondiente a solamente una empresa. **Ver anexo 74.**

#### **3.6.4 Portal electrónico**

Respecto a la utilización de portal electrónico en las Pymes, éste no es muy frecuente, ya que un 86%, correspondiente a 43 empresas, no lo utiliza como vía para llegar a los clientes; sin embargo, el 14% sí lo hace. **Ver Anexo75.**

#### **3.6.5 Sitio Web**

Las Pymes de San Antonio, en su mayoría, no poseen páginas web, lo que se ve representado por el 60% de los encuestados (**ver anexo76**), mientras que el resto que sí las posee, en su mayoría identificó que los servicios que ofrecen en dicha páginas son informaciones que entregan acerca de la empresa, servicios de información online y publicidad, representadas por un porcentaje mayor al 80% de los encuestados. Por otra parte, los servicios más escasos que ofrecen los sitios web en las Pymes de la comuna son las capacidades para hacer transacciones seguras, abarcando un 15% de los encuestados y la información sobre

oportunidades de empleos, información contable y entrega de producto en forma digital, con un 20% de los encuestados cada una respectivamente. **Ver Anexo77.** Cabe mencionar que cada empresa eligió una o más alternativas.

### **3.6.6 Análisis del módulo Nuevas Tecnología Aplicadas a la Producción y la comercialización**

En el módulo de nuevas tecnologías aplicadas a la producción y la comercialización existen más debilidades.

Dentro de los aspectos que presentan mayores debilidades se encuentran equipos computacionales, portales electrónicos y sitios web, utilización de internet, así como las ventas y compras a través de este medio.

En San Antonio existe una gran cantidad de Pymes que poseen equipos computacionales, pero en la gran mayoría no se ha capacitado a los empleados en el uso de estos mismos.

Acerca de los portales electrónicos y los sitios web en las Pymes de San Antonio, en su mayoría éstas no cuentan con dichos servicios, por lo cual no potencian su comercialización, el posicionamiento de la marca y la publicidad.

La utilización de internet en las Pymes de San Antonio no se aprovecha en cuanto a la búsqueda de información sobre competidores, acceder a servicios del gobierno, vender bienes y servicios a clientes, servicios post-venta y otros servicios, no estipulados en la tabla 12, para poder generar ciertas fortalezas en el ámbito empresarial.

Dentro de los aspectos que presentan mayores fortalezas, se encuentran los equipos computacionales y el uso de las tecnologías de la información.

Los equipos computacionales se utilizan en la mayoría de las Pymes de San Antonio, otorgando una facilidad en la operatividad, lo que conlleva a una aceleración en los procesos de búsqueda de los documentos. Mientras que la renovación de los computadores llega a ser igual o superior a 3 años, por lo que no existe una constante renovación y actualización de ellos que vayan acorde con los nuevos cambios que pueda generar el mercado.

El uso en las tecnologías de la información se emplea en casi todas las áreas como producción, contabilidad, intercambio de información, administración de inventarios y compras y ventas, por lo que influye positivamente en el resultado de la productividad y la eficiencia en el negocio, según las Pymes de San Antonio.

### **3.7 Módulo 7. Innovación.**

El módulo innovación está compuesto por fuentes de ideas, inversión, financiación y departamento I +D.

#### **3.7.1 Fuentes de ideas**

Con respecto a las organizaciones, que han servido de fuente de ideas para innovar, en su mayoría lo han hecho al interior de la empresa, las cuales sumadas representan el 80% de los cambios efectuados, mientras que los clientes alcanzan un acumulado del 74% de las innovaciones de las empresas. Por otro lado, cabe destacar que las universidades e institutos en su minoría han sido fuente de ideas; esto posiblemente se debe a la falta de instituciones de estudios superiores en la comuna, ya que el 92% nunca ocupó dicha fuente de ideas para innovar.

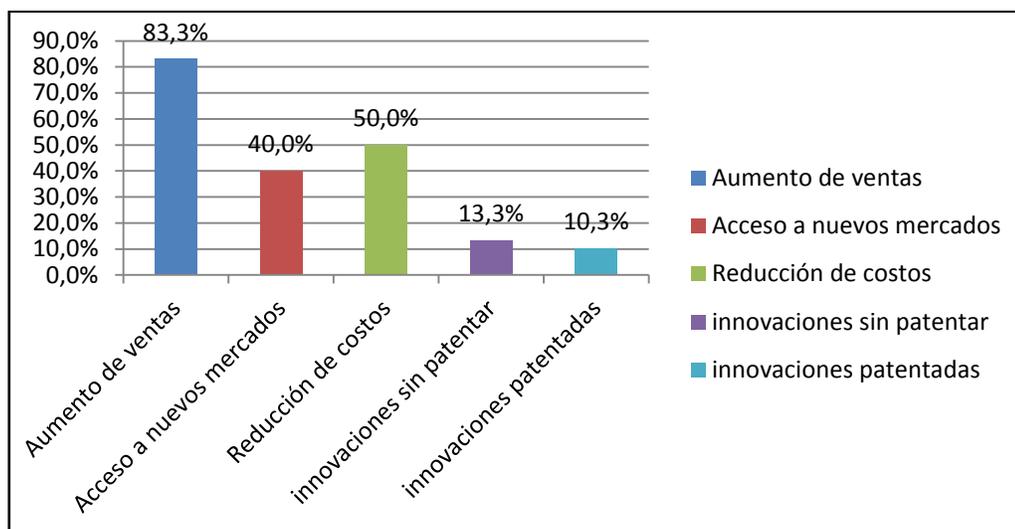
Mientras, con un porcentaje similar las organizaciones internacionales en un 90% no eran fuente de ideas para generar innovación. **Ver Anexo78.**

### 3.7.2 Inversión

Respecto a la inversión en los últimos 3 años en las Pymes, las adaptaciones de productos existentes logran el mayor porcentaje con un 42% de las empresas encuestadas, seguidas por el desarrollo de nuevos productos en el mercado con un 36% de las Pequeñas y medianas empresas encuestadas. **Ver Anexo 79.**

De acuerdo a los resultados de dichas inversiones realizadas en los últimos 3 años en la mayoría de las Pymes encuestadas demostró un aumento en las ventas con un 83,3%. Por otra parte, la mitad de las Pymes encuestadas destacó la reducción de costos como el resultado de las inversiones en innovación, con lo cual el porcentaje de marginación de estas empresas ha aumentado. **Ver Figura 4.** Cabe destacar que las empresas eligieron una o más alternativas.

**Figura 4: Resultados de las inversiones**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

### 3.7.3 Financiación

Toda la financiación de las inversiones en innovación se da, en su mayoría, por los recursos propios de las empresas con un 66,7% de las encuestadas, mientras que la mitad ha utilizado los créditos de los bancos para lograr financiarse. Esto da cuenta que la empresa le interesa financiarse con sus propios medios, donde sólo el 10% ha financiado todo sus inversiones con créditos bancarios, aprovechando el escudo fiscal que esta forma de financiamiento pudiese generar. Por otro lado, las organizaciones públicas, cooperaciones con clientes, cooperaciones con otras empresas, capitales de riesgo e inversión Ángeles, cooperación con universidades e institutos y otros, no son fuentes de financiamiento, ya que más de un 80% de las empresas encuestadas dice que en “nada” son fuentes de financiamiento. **Ver Anexo80.**

### 3.7.4 Departamento de investigación y desarrollo

Respecto a los departamentos de investigación y desarrollo en los últimos años, la minoría no lo posee, ya que solamente el 14% de las empresas encuestadas cuentan con el departamento I + D, **ver Anexo 81.** Estos departamentos, en su mayoría, no poseen más de 3 personas, representados con un 57% de la Pymes encuestadas. **Ver Anexo 82.**

Cabe destacar que los gastos destinados a la investigación y desarrollo, en su mayoría son hasta el 3% del total de egresos, representado por el 71,4% de las Pymes encuestadas. **Ver Anexo 83.**

### **3.7.5 Análisis del Módulo Innovación**

Dentro del módulo Innovación se encontraron más debilidades. Los aspectos que presentaron mayores debilidades, encontramos la inversión, las fuentes de ideas, financiación y el departamento de I + D.

En cuanto a las inversiones en innovación, éstas son una falencia en las Pymes de San Antonio, ya que en los últimos 3 años la mayoría de las empresas no han invertido para desarrollar nuevos procesos para el mercado ni tampoco en las adaptaciones de productos existentes y en los procesos existentes por lo cual no aprovechan los beneficios que estas innovaciones puedan traer para sus resultados financieros.

Las diversidades de las fuentes de ideas para innovar, como lo son los competidores, clientes, proveedores, universidad e institutos, feria y exposiciones al interior de la empresa, organizaciones públicas nacionales y organizaciones internacionales, no son utilizadas en su totalidad o aprovechadas totalmente por las Pymes de San Antonio, por lo que no pueden obtener un visión de innovación más amplia de lo común.

Esto ocurre porque en cierta medida las Pymes en San Antonio no poseen un departamento de I + D que oriente los nuevos procesos o productos, o no generan ideas para poder innovar en el negocio ni tampoco se aprovechan las diversidades de fuentes de financiamiento que pueden obtener de los diferentes tipos de financiamiento que se dan en el mercado.

Dentro de los aspectos con mayor fortaleza es la inversión, la cual generan resultados positivos en cuanto al aumento en las ventas y la reducción de costos por lo que el porcentaje de marginación de estas empresas ha aumentado.

### **3.8 Módulo 8. Ventas y Financiación**

El módulo ventas y financiación está compuesto por ventas, indicadores, financiamiento, programas y sistema de ayuda a las Pymes y comparación de los competidores.

#### **3.8.1 Ventas**

Respecto a las ventas anuales en el último año, como se puede ver en el **Anexo 84**, en su mayoría posee menos de 5000 UF, los cuales sumados alcanzan un 54% de las empresas de la comuna de San Antonio y el 46% restante posee ventas superiores a 5001 UF en sus ingresos por ventas anuales.

#### **3.8.2 Indicadores**

Respecto de los indicadores en cuanto al volumen de las ventas, la mayoría aumentó sus ingresos en los últimos 3 años, con un 54% de las empresas encuestadas. Sin embargo, la cuota de mercado ha sido mantenida en su mayoría , alcanzando el 56% de las empresas. Por otro lado, un 46% de las empresas encuestadas observó que su tasa de beneficio ha aumentado. Con respecto a su nivel de endeudamiento la mayoría lo ha mantenido, siendo representada por un 52% de las empresas encuestadas. **Ver Anexo 85.**

#### **3.8.3 Financiamiento**

Las formas de financiamiento que han usado las empresas para sus inversiones en planta y equipos durante los últimos 3 años, se refleja en un 75,5%, donde 49 empresas encuestadas han financiado sus inversiones con sus propios

recursos y el 42,9%, del mismo número de empresas encuestadas, los ha financiado con la ayuda de los bancos. **Ver Anexo 86**

#### **3.8.4 Programas y Sistemas de ayuda para las Pymes**

Sobre los programas y sistemas de ayuda para las Pymes en San Antonio, la mayoría dijo tener nada de información acerca de los sistemas de ayuda a las pequeñas y medianas empresas por parte de alguna organización estatal, viéndose esto reflejado en un 60% de las Pymes de la comuna. En contra parte, una minoría sabe mucho acerca de estos sistemas de ayuda a las Pymes representadas por sólo el 10% de los encuestados, **ver Anexo87**. Por ende, las Pymes en su mayoría no han accedido a los programas de ayuda, representadas por un 82,0% del total de encuestados. **Ver Anexo 88**.

#### **3.8.5 Comparación con los competidores**

Respecto a la comparación con los competidores en los distintos indicadores en la productividad, la mayoría se encuentra en el mismo nivel, representada por un 60% de las empresas, mientras que también en su mayoría se han mantenido al mismo nivel de acuerdo a los retornos de inversiones, alcanzadas por un 56% de los encuestados. Con respecto a la tasa de utilidad, el 52% se encuentra al mismo nivel que sus competidores y un 34% muy por encima de éstos. **Ver Anexo 89**

### **3.8.6 Análisis de Módulo Ventas y Financiación**

En el módulo de ventas y financiamiento se encontraron más debilidades. Los aspectos que presentaron más debilidades son los sistemas de ayuda para las Pymes, indicadores y financiamiento.

Respecto a los programas y sistemas de ayudas para las Pymes, los encuestados no aprovechan estas ayudas por el poco conocimiento que se obtiene de estos sistemas, lo que se ve reflejado en los demás puntos, tanto en el financiamiento como en el endeudamiento.

Respecto de los indicadores, destacamos el volumen de facturación, cuota de mercado y tasa de beneficios que se han mantenido o aumentado con el tiempo, pero no así el nivel de endeudamiento, ya que en su mayoría se ha mantenido, generando que sus deudas no tengan un modo de ser cubiertas a lo largo del tiempo.

Sobre el financiamiento para plantas y equipos, las empresas no aprovechan las demás opciones que pueda facilitar el Estado, como algún tipo de financiamiento público o los adelantos del proveedor o cliente, que puedan generar que no solamente se financien en su mayoría con sus propios recursos.

Dentro de la fortaleza más importante del módulo, se ubica la comparación que tienen las Pymes encuestadas con sus competidores.

Las Pymes de San Antonio se encuentran al mismo nivel de sus competidores en cuanto a la productividad, en los retornos de las inversiones y la tasa de utilidad.

## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS COMPARATIVO DEL DIAGNOSTICO DE LA COMUNA DE SAN ANTONIO Y LA CIUDAD DE ANTOFAGASTA.**

El Análisis a continuación permitirá contrastar los resultados obtenidos en la investigación anterior, con el objeto de identificar similitudes y diferencias entre las Pymes de la Comuna de San Antonio con la Región de Antofagasta.

### **4.1 Módulo 2. Sobre sus clientes y proveedores**

#### **4.1.1 Ventas**

Como se puede ver en **Anexo 90**, el mercado objetivo de las Pymes de San Antonio está en un 56% orientado a la región, cifra que representa a 23 empresas, mientras que las Pymes de Antofagasta están orientadas, en un 64,3%, hacia otras regiones, porcentaje que representa a 420 Pymes. En proporción de las pequeñas y medianas empresas que venden al extranjero, se observó que un 26% de las Pymes de San Antonio sí realiza tales ventas, porcentaje mayor al observado en Antofagasta, donde sólo el 6,3% de sus Pymes lo hace.

En forma particular se observó que un 50% de las Pymes de San Antonio ha mantenido su nivel de ventas a otras regiones y al extranjero en los últimos 3 años, mientras que en Antofagasta un porcentaje tanto menor ha mantenido tales ventas, alcanzando un 41,2% y un 34,9% de las ventas en regiones y al extranjero respectivamente. **Ver Anexo 91.**

En San Antonio un 45,5% y un 41,7% de las Pymes que venden a otras regiones y al extranjero respectivamente, ha aumentado sus ventas en los últimos 3 años, porcentajes menores a los observados en Antofagasta, donde el 49,4% y

el 45,1% ha aumentado tales ventas a otras regiones y a otros países, **Ver Anexo 91.**

En relación al pago de los clientes, se observó que en San Antonio éstos demoran un promedio de 27,6 días en pagar, tiempo menor al observado en Antofagasta, donde sus clientes se tardan un promedio de 34,4 días. **Ver Anexo92.**

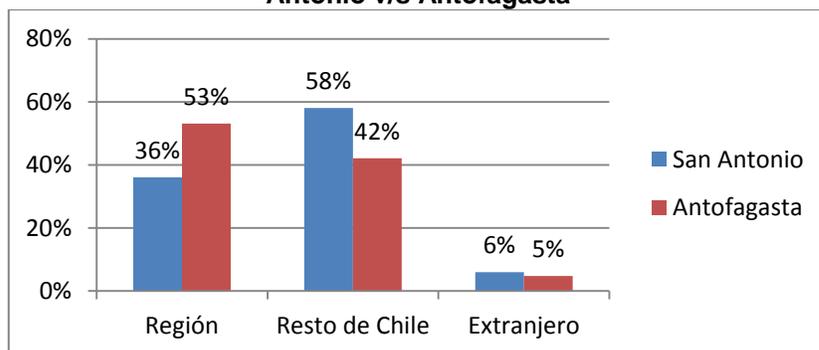
#### **4.1.2 Contratos**

Se identificó que la mayoría de las Pymes de San Antonio, en un 67,5%, realizan sus ventas “todas con contratos directos con los clientes”, porcentaje menor al observado en las Pymes de Antofagasta, el cual alcanza un 76,0%, **ver Anexo93.**

#### **4.1.3 Proveedores**

Se identifica que los proveedores de las Pymes de San Antonio se ubican mayoritariamente en el resto de Chile, a diferencia, de Antofagasta, donde un 53% de sus Pymes posee mayoritariamente a sus proveedores en la misma región. En casi similar porcentaje un 6 y 5% de las empresas compra a proveedores ubicados en el extranjero en San Antonio y Antofagasta respectivamente. **Ver Figura 5.**

**Figura 5: Comparación de lugar de procedencia de los proveedores de las empresas de San Antonio v/s Antofagasta**



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

#### **4.1.4 Subcontratación**

En la ciudad de Antofagasta existe un porcentaje mayor de Pymes, que alcanza al 34,6% que subcontrata alguna de sus actividades con respecto a las Pymes encuestadas en San Antonio, donde tal porcentaje alcanza el 22%. **Ver Anexo 94.**

#### **4.1.5 Análisis Clientes y Proveedores**

En el módulo de cliente y Proveedores se puede decir que las Pymes de Antofagasta presentaron una mejor posición frente a las Pymes de San Antonio, ya que se observó que: un mayor porcentaje de sus ventas es al resto de Chile, presentan un mayor aumento de las ventas a nivel nacional y al extranjero, presentan un mayor porcentaje de contratos directos con los clientes que las Pymes de San Antonio y, por último, presentan un mayor porcentaje de empresas cuyos proveedores son de procedencia de la misma región, dando mayor rapidez en la entrega de los requerimientos solicitados por las Pymes de la zona.

Se rescata que los clientes en las Pymes de San Antonio demoran menos en pagar que en las empresas de Antofagasta, dando una mayor liquidez a las Pymes de la Comuna.

## **4.2 Módulo 3. Gestión y Modernización empresarial**

La comparación de gestión y modernización empresarial entre Antofagasta y San Antonio se ve reflejada en varios conceptos, como el nivel de certificación internacional, el sistema de evaluación del desempeño de los empleados, el de calidad de los insumos que compra a sus proveedores, el procedimiento para tratar los reclamos de sus clientes, entre otros.

### **4.2.1 Certificación**

Las Pymes de San Antonio y Antofagasta, no presentan en un 78 y 82,5%, respectivamente, certificación internacional **ver Anexo 95**. El motivo principal por el cual las empresas de Antofagasta no han efectuado alguna certificación, a diferencia de San Antonio, prepondera en que la certificación no es necesaria en el giro de la empresa, con un 54,3%, a diferencia de San Antonio, en donde el motivo principal son otros factores, anexos a los estudiados, que influyen en la decisión de obtener una certificación. Sin embargo, el segundo motivo de no certificación es el mismo señalado por Antofagasta, **Ver Anexo 96**.

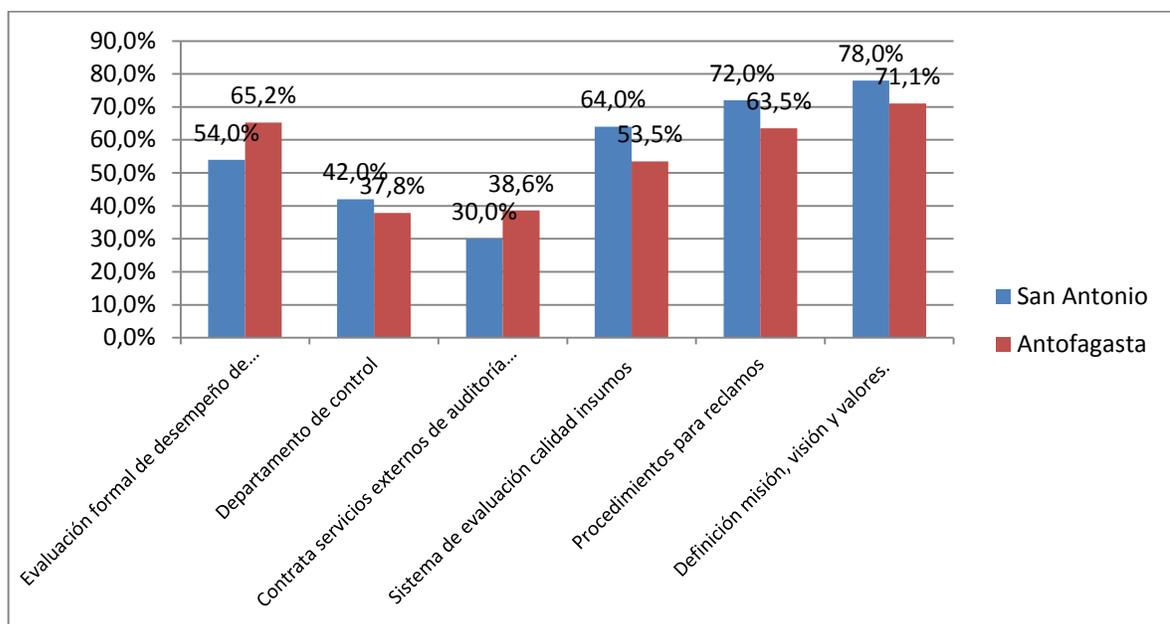
### **4.2.2 Gestión empresarial**

La gestión empresarial con mayor utilización en Antofagasta y en San Antonio es la definición de misión y visión de la empresa, en las cuales un 71,1% y un 78% de los encuestados utiliza dichas prácticas. Esto quiere decir que las

Pymes saben cuál es la razón de existir de sus negocios, también saben hacia dónde se dirige la empresa en el mediano o largo plazo. **Ver Figura 6.**

Las prácticas de gestión empresarial con menor implementación en las Pymes de Antofagasta son la contratación de servicios externos de auditoría de calidad, porcentaje que alcanza el 30% de las Pymes encuestadas, y la implementación de un departamento de control de calidad de los insumos y de los productos, visualizado en un 42% de los encuestados, mientras que en San Antonio también se ve reflejado por la misma gestión empresarial, pero con distinto porcentaje sobre el total. **Ver Figura 6.**

**Figura 6: Participación de las empresas que realizan las siguientes prácticas**



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

### 4.2.3 Estrategias

La mayor parte de las Pymes de Antofagasta posee una estrategia en relación a la satisfacción del cliente, representado en un 60% de los encuestados,

mientras que en San Antonio la estrategia con mayor participación es la de la calidad, con un 72%, siendo también la estrategia de satisfacción del cliente una de las primordiales en aquel lugar. Esto se refleja en que las estrategias de calidad van de la mano con una estrategia de satisfacción del cliente, ya que con una excelente calidad en los productos o servicios disminuye la probabilidad de insatisfacción por parte de los clientes.

En cambio, en San Antonio, la satisfacción de los empleados, la flexibilidad y otras estrategias anexas a las estudiadas, no son implementadas para ser competitivas en el mercado de las Pymes, mientras que en la Región de Antofagasta la satisfacción de los empleados, innovación en el producto o servicio y otras estrategias no son fundamentales en las Pymes para ser competitivas. **Ver Anexo 97.**

#### **4.2.4 Análisis Módulo 3**

Se observaron similitudes en la forma de gestión y modernización empresarial, debido a que las Pymes de San Antonio y Antofagasta no presentan alguna certificación, pues piensan que no son necesarias, no tienen conocimientos de los certificados que necesitan y cuentan con sistemas de reclamos para sus clientes.

Las estrategias más importantes utilizadas por las Pymes de San Antonio son, en primer lugar, la calidad y, en segundo lugar, la satisfacción al cliente; mientras que en Antofagasta es en primer lugar la satisfacción al cliente y, en segundo lugar, la innovación en productos o servicios, con lo cual en los dos lugares entienden que satisfaciendo las necesidades del cliente se pueden aprovechar las oportunidades de negocio necesarias para permanecer en el tiempo.

### **4.3 Módulo 4. Asociatividad**

#### **4.3.1 Acuerdos de colaboración**

Los Acuerdos de colaboración que se dan en San Antonio y Antofagasta son similares, debido a que existe una escasa cooperación entre todos los organismos involucrados, ya que en un 46,0% y 68,15% no se han realizados acuerdos de colaboración respectivamente. **Ver anexo 98.**

Los acuerdos de colaboración que existen en San Antonio, mayoritariamente son acuerdos con los clientes, alcanzando el 15,92% de las empresas encuestadas, porcentaje menor al observado en Antofagasta, ciudad en la cual se observó un 36%, siendo también el principal motivo de colaboración en ésta región, pero duplicando el porcentaje de San Antonio y alcanzando un 36,0% de las Pymes. **Ver anexo 98.**

La mayor similitud se encuentra en los acuerdos realizados con otras empresas, observándose en San Antonio y Antofagasta un 10 y 9,7% respectivamente de participación en este tipo de cooperación, **ver anexo 98.**

#### **4.3.2 Formalidad de los acuerdos**

Antofagasta presenta un 60%, como se puede deducir en el **Anexo 99**, de acuerdos con algún grado de formalidad, porcentaje mayor al observado en San Antonio, donde éste alcanza el 51,8% de las Pymes de dicha comuna.

#### **4.3.3 Objetivos de los acuerdos**

La comercialización de los productos es el objetivo principal de los acuerdos de cooperación en las Pymes de Antofagasta, al igual que San Antonio, abarcando

un 52,4% y un 48,1% del total de pymes respectivamente, presentando en ambas zonas un desarrollo o mejora de productos. **Ver Anexo 100.**

El objetivo con menor presencia en los acuerdos de colaboración por parte de las Pymes en Antofagasta y San Antonio, abarcando un 23,5% y 18,5% del total. **Ver Anexo100.**

#### **4.3.4 Asociación empresarial**

Existe una mayor proporción de empresas que participaron alguna vez en alguna asociación empresarial en San Antonio, alcanzando el 36%, porcentaje mayor al observado en Antofagasta, el cual alcanza el 16,5%. **Ver Anexo101.**

#### **4.3.5 Análisis Módulo 4**

Las Pymes de San Antonio presentan un mejor escenario en asociatividad, ya que éstas realizan acuerdos con clientes y proveedores que les permiten comercializar sus productos y servicios con otros empresarios y clientes, aumentando sus ventas significativamente. Cabe destacar que un 34% ha participado en alguna asociación empresarial, no así en Antofagasta, donde el 16,5% ha pertenecido alguna vez a alguna asociación empresarial.

## **4.4 Módulo 5 Capital Humano**

### **4.4.1 Empleo**

En los últimos 3 años, el empleo se ha mantenido en el 55,1% de las empresas de Antofagasta, (**Ver Anexo102**), porcentaje mayor al observado en San Antonio, donde el 44% de las empresas ha mantenido el empleo constante.

En San Antonio, el 44% de las empresas ha aumentado el número de trabajadores, (**ver Anexo102**), porcentaje mayor al observado en Antofagasta, donde el 30,9% de las empresas aumentó el número de trabajadores en el último periodo.

Se identificó que en el 76% de las empresas existe algún profesional universitarios, porcentaje mucho mayor al observado en Antofagasta, donde existe un 14,9% de empresas con algún profesional como trabajador, **Ver Anexo 103**. Además, en un 84% de las empresas de la comuna de San Antonio existe algún trabajador con estudios técnicos, porcentaje nuevamente mayor al observado en las Pymes de Antofagasta.

### **4.4.2 Capacitación**

En San Antonio existe una mayor proporción de empresas que han capacitado a sus trabajadores internamente, externamente y con rotación de tareas en comparación con las Pymes encuestadas en Antofagasta. **Ver Anexo 104**

**De las empresas que capacitan, el 42,9% de las Pymes de Antofagasta lo hace con el 1% del total de sus gastos, porcentaje superior al observado en San Antonio, donde solo el 26% de las empresas destina menos del 1% en capacitación, ver Anexo 105.**

#### **4.4.3 Contratación**

Las Pymes de Antofagasta presentan en un 37,1 % mucha dificultad para encontrar trabajadores calificados, porcentaje mayor al observado en San Antonio, donde el 28% de ellas presenta una dificultad para encontrar dichos trabajadores. **Ver Anexo 106.**

Para Antofagasta el área donde más dificultad tiene a la hora de encontrar trabajadores calificados es en la producción, abarcando el 59,9% de las Pymes, porcentaje mayor al observado en San Antonio, donde el 40% presenta problemas en esa área. En San Antonio, las Pymes presentan problemas para encontrar personal calificado en el área de ventas y gestión, y administración, alcanzando en ambas áreas el 50% de las empresas encuestadas “porcentaje superiores a los observados en Antofagasta”. **Ver Anexo 107.**

#### **4.4.4 Análisis Módulo 5. Capital Humano**

Se observó que las Pymes de San Antonio presentan una mejor posición en capital humano que las Pymes de la ciudad de Antofagasta, esto debido a que tienen un mayor aumento del empleo en los últimos tres años y presentan mayor proporción de empresas con algún profesional universitario o técnico.

Una de las grandes diferencias entre las Pymes de la comuna de San Antonio y Antofagasta es que en las primeras existe dificultad para encontrar trabajadores calificados en el área de ventas y gestión y de administración, mientras que en la segunda el mismo problema radica en el área de la producción.

## **4.5 Módulo 6: Nuevas tecnologías aplicadas a la producción y la comercialización.**

### **4.5.1 Equipos computacionales**

En las nuevas tecnologías aplicadas a la producción y la comercialización en las dos zonas de estudio, en cuanto a la adquisición de computadores, no existe una gran diferencia entre la brecha de inversión que se efectuó en esas tecnologías, ya que el 90,8% de las Pymes de Antofagasta posee un computador, mientras que en San Antonio es el 88,0% el que posee uno. (Estudio Antofagasta)

En la comuna de San Antonio la razón por la cual las Pymes encuestadas no han integrado computadores en sus procesos operativos, mayoritariamente es porque “no resultan necesarios”, motivo representado en un 71,4% y un 51,7% en Antofagasta. De igual forma, el segundo motivo para las dos zonas con mayor importancia fue la “falta de conocimientos en el uso de computadores”, con un 42,9% y 26,7% respectivamente. **Ver Anexo108.**

Existe diferencia entre el tiempo de sustitución en los computadores entre Antofagasta y San Antonio. En el primero, más del 75% de las Pymes encuestadas lo sustituyen al menos cada 3 años, mientras que en el segundo un 59,1% de las Pymes encuestadas los reemplaza al menos o igual cada 3 años, lo cual refleja que existe una mayor importancia en Antofagasta en invertir en las tecnologías de información para sus actividades.

### **4.5.2 Usos de tecnología de la información**

En relación a las áreas en las cuales se emplea una mayor utilización en las tecnologías de la información, no existe una similitud entre dichas zonas, ya que en Antofagasta se destaca la contabilidad con una mayor implementación,

alcanzando el 55% del total de empresas con computadores, mientras que en San Antonio la utilización de tecnologías de la información se centra en compras y ventas, como se puede ver en el **Anexo 109**.

#### **4.5.3 Internet**

Respecto a la utilización de internet en los computadores, tanto en Antofagasta como en San Antonio, más del 50% de empresas utilizan dicha herramienta en sus labores. Los principales motivos para las dos zonas son similares, ya que la búsqueda de información sobre proveedores y clientes, y comunicarse con ellos son los motivos primordiales para el uso de internet. **Ver Anexo110**.

#### **4.5.4 Sitio web**

En Antofagasta un 70% de las Pymes encuestadas cuenta con sitio web, a diferencia de las Pymes de San Antonio, donde sólo el 40% posee una plataforma web que le permite generar una mayor integración en el comercio electrónico y tener ciertas ventajas que se logran, como es en el caso de una mayor publicidad, información sobre los proveedores y competidores, comunicarse con clientes y proveedores, compra y venta de bienes y servicios.

El tipo de información que tienen los sitios web de las Pymes de San Antonio y Antofagasta presenta, en su mayoría, información acerca de la empresa y publicidad. En forma particular, las Pymes de San Antonio tienen en un 80% servicios de información on-line, porcentaje mucho mayor al observado en Antofagasta, donde sólo el 33% de las empresas cuentan con esta aplicación en sus plataformas web. **Ver Anexo 111**.

#### **4.5.5 Análisis del módulo 6. Nuevas tecnologías aplicadas a la producción y la comercialización**

Existen similitudes y diferencias en las zonas encuestadas en el uso de la tecnología en la producción y comercialización.

Dentro de las similitudes se encuentra que casi el 90% de las Pymes encuestadas cuenta con un computador en su empresa; en las dos zonas las Pymes utilizan internet para buscar información de clientes y proveedores.

Las diferencias se encuentran en que las empresas que no poseen algún computador aluden a que “no resultan necesarias”, lo que se identifica en un 71,4% de las Pymes encuestadas en San Antonio, porcentaje mayor al observado en Antofagasta, donde la participación a esta razón alcanza el 51,7% de las Pymes.

El 70% de las Pymes encuestadas de Antofagasta posee un sitio web, porcentaje muy superior al observado en las Pymes de la Comuna de San Antonio, donde el porcentaje de empresas encuestadas que tienen esta herramienta solamente alcanza el 40%.

### **4.6 Módulo 7: Innovación**

#### **4.6.1 Inversión**

Las inversiones de las empresas de San Antonio, en relación al desarrollo, se encuentran en desventaja con respecto a las empresas de Antofagasta, ya que todas las observaciones son menores. Las inversiones para desarrollar “adaptaciones de procesos existentes” presenta la mayor brecha entre las Pymes de Antofagasta que invierten v/s las Pymes de San Antonio que lo hacen,

alcanzado un 56 y un 32%, respectivamente. La menor brecha se encuentra en el desarrollo de “nuevos productos para el mercado”, donde un 36% de las Pymes de San Antonio invierte en esta mejora, porcentaje correspondiente a un 11% menor al observado en Antofagasta, donde la cantidad de empresas alcanza el 47%. **Ver Anexo112.**

#### **4.6.1.1 Resultado de la inversión**

Los resultados realizados en inversión en los últimos 3 años han sido, para ambas ciudades, el aumento en las ventas con un 83 y un 75% para San Antonio y Antofagasta, respectivamente. Cabe destacar que el 50% de las Pymes de San Antonio ha reducido sus costos a través de estas inversiones, aumentando el margen de utilidad. Este porcentaje es mayor al observado en Antofagasta, alcanzando solamente el 24%. Se observa también que en Antofagasta el 13% no identificó ningún resultado en las inversiones realizadas, a diferencia de San Antonio donde no existieron empresas que no identificaron algún tipo de mejora. **Ver Anexo113.**

#### **4.6.2 Departamento de investigación y desarrollo**

Las empresas que poseen departamento de investigación y desarrollo representan un 14% de las encuestadas en San Antonio, porcentaje superior al observado en Antofagasta, el cual alcanzó sólo un 4,1%. El gasto total destinado al departamento alcanza el 6% del total de gastos<sup>16</sup> para más del 70% de las Pymes de Antofagasta, cifra que dobla a la cantidad invertida en el mismo departamento en San Antonio. **Ver Anexo114.**

---

<sup>16</sup> Estudio Evolución de las Pymes de la región de Antofagasta. datos pág. 107

### **4.6.3 Análisis innovación**

Existe una mejor posición de las Pymes de Antofagasta sobre las Pymes de San Antonio en todas las inversiones para desarrollar nuevos productos para el mercado, adaptaciones de productos existentes, nuevos procesos para el mercado y adaptaciones de procesos existentes, donde evidentemente Antofagasta da el enfoque a la innovación en todos los ámbitos, en comparación a San Antonio.

Se observa que en San Antonio como en Antofagasta las Pymes han visto resultados positivos por las inversiones realizadas generando un aumento en las ventas.

## **4.7 Módulo 8: Ventas y Financiación**

Existen similitudes con respecto al financiamiento de las inversiones en planta y equipos durante los últimos 3 años, debido a que en Antofagasta el 70 % de los gastos en estas inversiones se financian con recursos propios, mientras que en San Antonio se utiliza el 59,6% de gastos totales de recursos propios. Esta diferencia menor se debe a que en esta zona existe un mayor financiamiento de sus gastos por préstamos bancarios, el cual alcanza el 33,87% del financiamiento, a diferencia de Antofagasta, en donde su porcentaje de créditos bancarios es de 23,53% de sus gastos totales. **Ver Anexo115.**

Existe similitud en las dos zonas respecto a que no poseen información de los programas de ayuda a las Pymes de los organismos gubernamentales. **Ver Anexo116.**

### **4.7.1 Análisis general Ventas Y Financiación**

Tanto las Pymes de Antofagasta como las de San Antonio financian sus inversiones y plantas en su mayoría con recursos propios, desaprovechando el escudo fiscal que se genera por el endeudamiento y perdiendo la oportunidad de poder invertir esos recursos en otros proyectos que les reporten rentabilidad.

Se observa que en las dos zonas encuestadas no existen conocimientos de ayudas de programas de Pymes impartidos por organismos gubernamentales, lo cual se desaprovecha.

## CONCLUSIÓN

A través de este estudio se desprende que los tópicos investigados y analizados caracterizan a las Pymes, logrando representar el estado actual en el cual se ven envueltas en el mercado.

Las Pymes de San Antonio poseen un escenario negativo en todos los tópicos tocados en esta memoria, debido a la escasa preparación técnica empresarial observada en la zona.

En forma particular, en clientes y proveedores se recomienda generar contratos con clientes a largo plazo, lo cual le permite a la empresa poder proyectar sus ventas, estimar sus inversiones de crecimiento, y fortalecer y generar más utilidades. Además se sugiere expandir el mercado de las Pymes de la comuna, ya que la mayoría se enfoca en la localidad propiamente tal y no en regiones ni en el resto del mundo. Esto le permitiría poder ampliar el mercado al cual la empresa ofrece sus productos.

En capital humano se sugiere generar mecanismos que permitan a las Pymes poder certificarse internacionalmente, de esta manera las podrán exportar sus productos al extranjero y podrán entrar a otro mercado, expandiendo sus posibilidades de ventas. Otra desventaja que se identificó es que las Pymes invierten muy poco en capacitar a sus trabajadores, por lo que se sugiere aprovechar la franquicia Sence , ya que descontará impuestos y recuperará parte del dinero invertido. De esta manera se tendrá trabajadores con competencias necesarias para hacer crecer a la empresa; si todas las Pymes se acogieran a esta medida, al momento de buscar personal, encontrarían personas más calificadas y con mejores competencias. Con respecto a la evaluación, se recomienda generar pautas de competencias, comportamientos esperados y metas de productividad.

En la gestión y modernización empresarial se propone que las Pymes obtengan certificados internacionales de calidad para lograr una mejor imagen, haciendo uso de estos documentos en sus procesos. También deben poseer un sistema de evaluación de personal que pueda evaluar la eficiencia de sus empleados, los logros del personal durante el año y verificar si se llegaron a cumplir los objetivos establecidos. Las Pymes están en conocimiento de que la satisfacción del cliente y la calidad de los productos y servicios ofrecidos son una buena herramienta para que exista una retroalimentación entre el cliente y las empresas, es por eso que se deben enfocar en un departamento de calidad que asegure ciertos atributos que el cliente exija.

La innovación es un concepto no explotado por las Pymes de la comuna, es por esto que se sugiere implementar la idea en los empresarios de la comuna, realizando talleres de innovación que les permitan aumentar las ventas por el desarrollo de nuevos productos o servicios y mejoras en los procesos. Además se deja en manifiesto que las universidades y centros de estudios de la región, no son parte de ideas para innovar, dejando en manifiesto el total abandono de estos centros en la comuna de San Antonio.

Las Pymes de San Antonio deberían generar acuerdos de cooperación formales para poder afianzar y crear lazos con una mayor fidelidad en el largo plazo, reforzando también una mejor participación en asociaciones empresariales para lograr una mayor asociatividad en la zona y aprovechar más ventajas en términos estratégicos.

En San Antonio se debería implementar sitios Web en donde la empresa pueda dar a conocer todas sus características y los servicios que pueda generar con dicha página, como información acerca de la empresa, publicidad, pagos online, información contable, seguimiento de pedidos, servicios post-ventas, información sobre oportunidades de empleos y capacidad para hacer transacciones seguras. Pero no tan sólo lograr una mayor integración en el

comercio electrónico con todos estos servicios que podría ofrecer el sitio web, sino también alcanzar cierto grado de complejidad organizativa. Esto debe ir de la mano también con la capacitación a los empleados en el uso de los computadores para poder implementar la utilización de las tecnologías de la información con mayor intensidad en las áreas de producción, intercambio de información y diseño de prototipo. Además, mejorando la renovación a los computadores en un periodo de tiempo que no supere los 3 años, para lograr una adaptación a los cambios que se pueda generar en el mercado.

Otro punto a favor y conveniente de considerar es un mejor uso de internet en las Pymes, para lograr tener conocimiento en distintos ámbitos como la búsqueda de información sobre competidores, acceder a servicios del gobierno, comprar bienes y servicios de proveedores, vender bienes y servicios a clientes, servicios post-venta y otros que dan soporte para generar ciertas ventajas en comparación al resto.

Como propuesta final, las Pymes deben obtener un mayor conocimiento y cultura sobre los programas de ayuda que genera la CORFO para potenciar a los pequeños y medianos empresarios, ya que solamente resulta beneficioso para las Pymes; esto se traduce en que el volumen de facturación y la cuota de mercado que obtienen las Pymes en la zona, solamente se eleve con el tiempo y el nivel de endeudamiento baje progresivamente.

Existen diferencias y similitudes en el tipo de gestión empleados por los empresarios de las Pymes de la ciudad de Antofagasta y las Pymes de la comuna de San Antonio.

Antofagasta presenta una mejor posición en tópicos como mayor proporción de ventas al resto de Chile, presenta aumento en los últimos 3 años en la ventas hacia el extranjero y hacia el resto de Chile, lo cual le da una sólida posición de

mercado a nivel país y a nivel regional. Sus clientes en su mayoría son de la región, teniendo mejores respuestas frente a las necesidades de stock, generando el modelo llamado “Just- in-time”. La mayoría posee un sitio web, por lo que cualquier persona puede saber acerca de la empresa en cualquier parte del mundo; y por último, presenta inversiones en nuevos productos y procesos para el mercado que va reposicionando el producto en un mercado cada vez más cambiante.

San Antonio presenta una mejor posición, lo cual se debe a que en su mayoría realiza acuerdos con clientes y proveedores, más de un tercio ha participado en alguna asociación empresarial, fomentando la cooperación entre los distintos tipos de empresarios de la zona. En capital humano presenta un aumento significativo en el empleo en los últimos 3 años, lo que genera oportunidades en una zona con una alta tasa de desempleo; y por último, presenta algún técnico o universitario en la mayoría de las empresas encuestadas, lo cual provoca que al tener personas mejor preparadas aumenta la competitividad de la empresa.

Las similitudes observadas en las Pymes encuestadas en Antofagasta y en San Antonio, son que las pequeñas y medianas empresas no presentan certificación internacional y piensan que no es necesario certificarse. Las Pymes encuestadas no identifican la importancia que les traería la certificación en la comercialización al extranjero. En atención al cliente poseen sistemas y procedimientos para tratar los reclamos de los clientes, entendiendo la importancia de tener un cliente feliz. En operaciones cuentan con algún computador en sus empresas, agilizando los procesos internos, además se identifica que utilizan internet para buscar información de sus clientes y proveedores. En inversiones se observó que éstas generan un aumento en sus ventas, siendo las inversiones financiadas generalmente por recursos propios; y por último, no conocen los programas de ayuda a las Pymes impartidos por el gobierno, desaprovechando recursos que les podrían generar mejoras en gestión, administración y producción.

## BIBLIOGRAFÍA

**Evolución de las Pymes de la región de Antofagasta**, Miguel Atienza, 2009, consultado 15 de enero 2012.

**Asiva**: Caracterización económica de la provincia de San Antonio, octubre 2010 [consultado, 01 Junio 2011]

**Fundes** Corcuera,G., Carrasco, R.,(2010), Marcos legales para el fomento a la MIPYME en América Latina, pág. 18, [en línea]<<http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/2136344480.pdf>>[consultado 5 de Mayo 2011].

**SII 2009**. Estadística de empresas por región, comuna y rubro económico [En línea] <<http://www.sii.cl/estadisticas/empresas.htm>.>[Consultado 5 de Junio de 2012].

**SII 2009**, Estadística de empresas por región, comuna y tramo de venta [En línea] <<http://www.sii.cl/estadisticas/empresas.htm>.>[Consultado 5 de Junio 2012].

**SII 2009**, Estadística de empresas por región, comuna y actividad económica [En línea] <<http://www.sii.cl/estadisticas/empresas.htm>>[Consultado 5 de Junio de 2012].

**SII 2009**, Estadísticas de empresas por región, comuna y tramos de venta <<http://www.sii.cl/estadisticas/empresas.htm>> [consultado 02-06-2011]

**SERCOTEC.** Lysette Henríquez. La situación de la Micro y Pequeña empresa en Chile. Santiago 2010. [En línea].

<<http://www.oitchile.cl/pdf/peq001.pdf>>[consultado 30 de Mayo 2011].

**ProChile.** Informe de exportaciones de la Región de Valparaíso, enero-marzo 2010, Dirección regional ProChile Valparaíso. [En línea].

<[http://www.prochile.cl/regiones\\_pro/archivos/region\\_V/documentos/Exportaciones%20V%20Reg.,%20ene-jun%202010.pdf](http://www.prochile.cl/regiones_pro/archivos/region_V/documentos/Exportaciones%20V%20Reg.,%20ene-jun%202010.pdf)>[consultado 10 de Mayo de 2011]

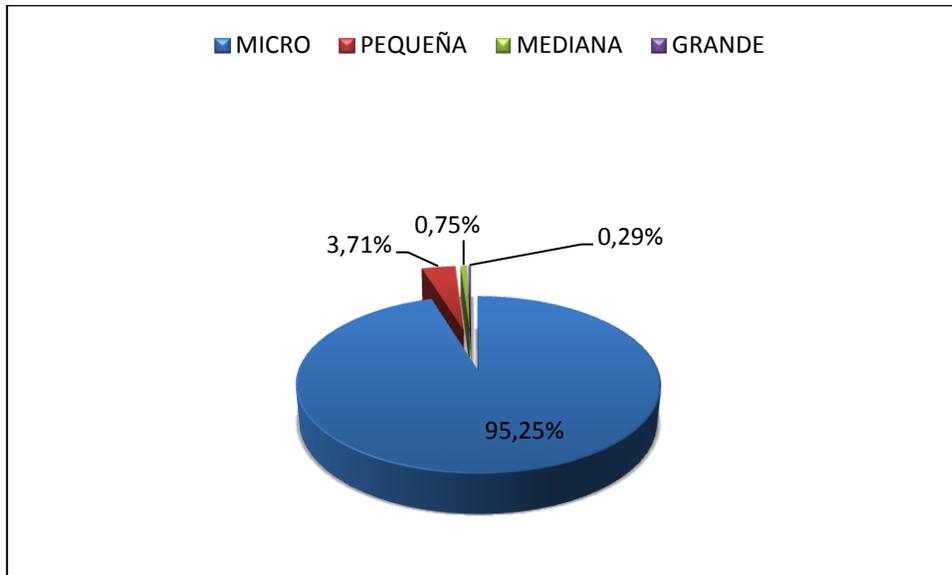
**Servicio Nacional de Aduanas,** Informe Estadístico enero- diciembre 2010. [En línea]

<[http://www.aduana.cl/prontus\\_aduana/site/artic/20110512/pags/20110512172429.html](http://www.aduana.cl/prontus_aduana/site/artic/20110512/pags/20110512172429.html)>[consultado junio 2011]

## Anexos

### Anexo 1

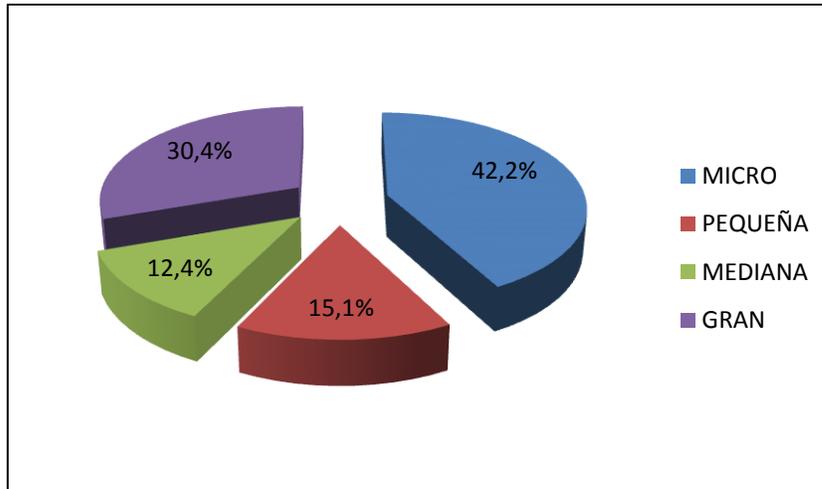
Participación Empresas en Latinoamérica



Fuentes: Fundes 2010, SII 2009, INEGI; 2004, Elaboración Propia (no se consideraron las empresas sin información)

## Anexo 2

**Participación Laboral en las empresas de América Latina**



Fuentes: Fundes; 2010, SII; 2009, INEGI; 2004, Elaboración Propia. (No se consideraron las empresas sin información)

## Anexo 3

**Participación del empleo de las distintas empresas en Chile**

	2005		2006		2007		2008		2009		Promedio periodo
	N	N	% Crecimiento 2006	N	% Crecimiento 2007	N	% Crecimiento 2008	N	% Crecimiento 2009		
<b>Gran de</b>	2.600.854	2.886.769	11,0%	3.265.640	13,1%	3.511.775	7,5%	3.321.588	5,4%	6,6%	
<b>Pyme</b>	2.462.721	2.631.050	6,8%	2.794.437	6,2%	2.847.090	1,9%	2.736.656	3,9%	2,8%	
<b>Micro</b>	508.337	529.179	4,1%	546.656	3,3%	558.206	2,1%	556.676	0,3%	2,3%	
<b>Total</b>	5.571.912	6.046.998		6.606.733		6.917.071		6.614.920		<b>1.1</b>	

Fuente: Elaboración propia, datos Servicio de Impuestos Internos

## Anexo 4

### Nº de Pymes, Ventas (UF) y número de trabajadores en los distintos rubros de Chile

Actividades	Nº de Empresa	%	Vtas (M UF)	%	Nº Trab.	%
A - AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y SILVICULTURA	13.955	8,86	148.565,9	7,56	440.884	16,11
B – PESCA	802	0,51	10.842,2	0,55	11.748	0,43
C - EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS	1.227	0,78	18.295,9	0,93	18.748	0,69
D - INDUSTRIAS MANUFACTURERAS NO METALICAS	9.588	6,09	137.278,0	6,98	163.229	5,96
E - INDUSTRIAS MANUFACTURERAS METALICAS	6.272	3,98	83.486,4	4,25	115.110	4,21
F - SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	559	0,35	8.486,4	0,43	5.575	0,20
G - CONSTRUCCION	13.792	8,76	180.470,9	9,18	409.816	14,98
H - COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR; REPARACION VEHICULOS AUTOMOTORES, ENSERES DOMESTICOS	45.540	28,92	588.489,1	29,93	424.400	15,51
I - HOTELES Y RESTAURANTES	5.429	3,45	55.071,2	2,80	117.625	4,30
J - TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	13.170	8,36	142.149,6	7,23	163.239	5,96
K - INTERMEDIACION FINANCIERA	10.002	6,35	149.354,5	7,60	43.124	1,58
L - ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER	22.877	14,53	290.045,2	14,75	460.662	16,83
M - ADMINISTRACION PUBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL AFILIACION OBLIGATORIA	55	0,03	931,8	0,05	47.121	1,72
N - ENSEÑANZA	3.580	2,27	56.395,9	2,87	143.530	5,24
O - SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD	5.437	3,45	44.868,2	2,28	60.693	2,22
P - OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIAS, SOCIALES Y PERSONALES	5.167	3,28	50.891,9	2,59	110.103	4,02
Q - CONSEJO DE ADMINISTRACION DE EDIFICIOS Y CONDOMINIOS	7	0,00	*	*	343	0,01
R - ORGANIZACIONES Y ORGANOS EXTRATERRITORIALES	16	0,01	*	*	706	0,03
TOTAL	157.475	100	1.965.995,2	100	2.736.656	100

Fuente: Elaboración propia, datos Servicio de Impuestos Internos

## Anexo 5

### Cantidad de las Pymes con sus ventas anuales y número de trabajadores en las distintas regiones del país.

	Nº de Empresa	%	Vtas (M UF)	%	Nº de trab.	%
I REGION DE TARAPACA	3.095	1,9 7	48.748,7	2,4 8	45.730	1,6 7
II REGION DE ANTOFAGASTA	4.792	3,0 4	56.643,4	2,8 8	73.867	2,7 0
III REGION DE ATACAMA	2.155	1,3 7	24.125,9	1,2 3	49.101	1,7 9
IV REGION DE COQUIMBO	4.662	2,9 6	50.379,3	2,5 6	99.617	3,6 4
V REGION DE VALPARAISO	14.259	9,0 5	164.822,9	8,3 8	246.493	9,0 1
VI REGION DEL LIBERTADOR GENERAL BERNARDO O'HIGGINS	7.070	4,4 9	75.489,0	3,8 4	174.041	6,3 6
VII REGION DEL MAULE	7.879	5,0 0	82.596,1	4,2 0	164.585	6,0 1
VIII REGION DEL BIOBIO	14.064	8,9 3	160.667,4	8,1 7	252.817	9,2 4
IX REGION DE LA ARAUCANIA	6.016	3,8 2	62.328,6	3,1 7	96.289	3,5 2
X REGION DE LOS LAGOS	7.132	4,5 3	78.037,0	3,9 7	126.434	4,6 2
XI REGION AYSEN DEL GENERAL CARLOS IBAÑEZ DEL CAMPO	903	0,5 7	9.509,3	0,4 8	14.058	0,5 1
XII REGION DE MAGALLANES Y LA ANTARTICA CHILENA	1.784	1,1 3	19.679,8	1,0 0	28.166	1,0 3
XIII REGION METROPOLITANA	79.520	50, 50	1.091.626,1	55, 53	1.297.214	47, 40
XIV REGION DE LOS RIOS	2.646	1,6 8	26.798,8	1,3 6	42.097	1,5 4
XV REGION DE ARICA Y PARINACOTA	1.498	0,9 5	14.536,2	0,7 4	26.147	0,9 6
Total Pymes	157.475	100	1.965.988,6	100	2.736.656	100

Fuente: Elaboración propia, datos Servicio de Impuestos Internos

## Anexo 6

**Tabla 9: Participación de las Ventas anuales en la región de Valparaíso**

	2005	2006		2007		2008		2009		Promedio periodo
	N	N	% Crecimiento 2006							
Grande	455	492	8,1%	539	9,6%	540	0,2%	577	6,9%	6,2%
Pyme	12.554	13.095	4,3%	13.775	5,2%	14.091	2,3%	14.259	1,2%	3,2%
Micro	65.335	65.606	0,4%	65.555	-0,1%	65.274	-0,4%	64.141	-1,7%	-0,5%
total	78.344	79.193		79.869		79.905		78.977		

Fuente: Elaboración propia, datos Servicio de Impuestos Internos

## Anexo 7

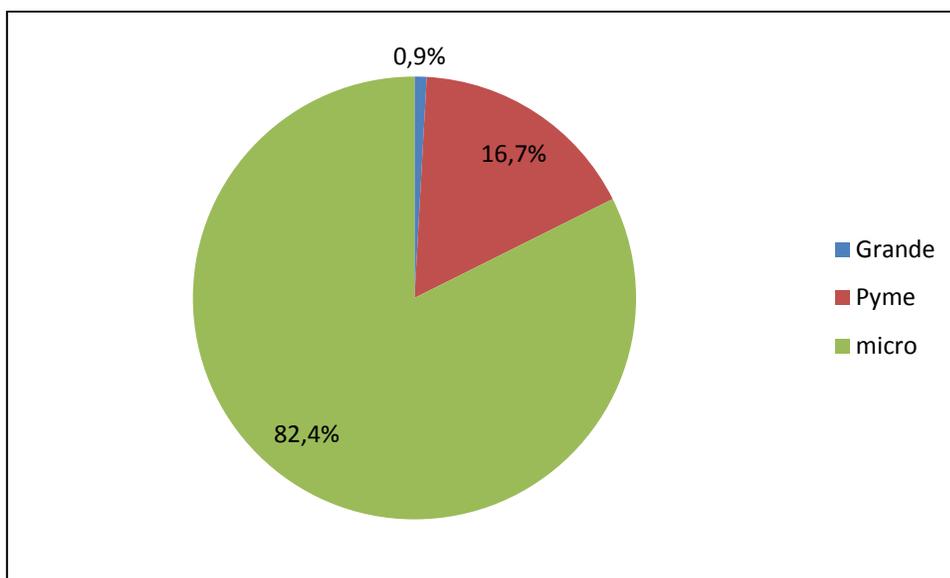
**Tabla 10: Participación de las Ventas anuales en la región de Valparaíso**

	2005	2006		2007		2008		2009		Promedio periodo
	N	N	% Crecimiento 2006	N	% Crecimiento 2007	N	% Crecimiento 2008	N	% Crecimiento 2009	
Grande	589.214	524.169	-11,0%	575.569	9,8%	719.215	25,0%	566.001	-21,3%	0,6%
Pyme	139.448	146.534	5,1%	156.503	6,8%	163.539	4,5%	164.823	0,8%	4,3%
Micro	31.303	31.536	0,7%	31.916	1,2%	32.106	0,6%	31.799	-1,0%	0,4%
Total	759.965	702.259		763.989		914.860		762.622		

Fuente: Elaboración propia, datos Servicio de Impuestos Internos

## Anexo 8

Porcentaje de participación de las empresas de la Provincia de San Antonio



Fuente: elaboración propia, datos SII 2009. No se consideraron empresas sin información.

## Anexo 9

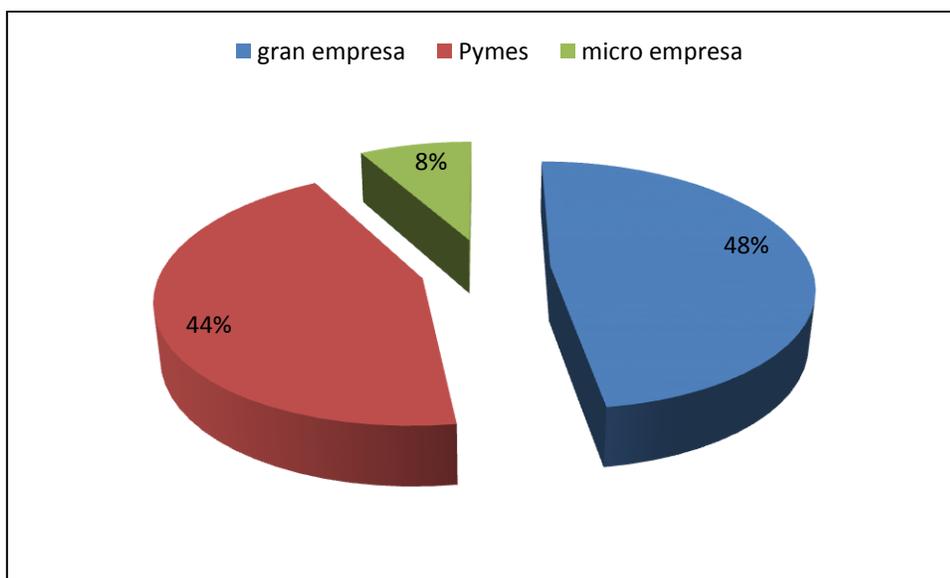
Características de los tipos de empresas Provincia de San Antonio en el tiempo.

Tipo de empresa	Porcentajes de aumento o disminución de empresas 2006.	Porcentajes de aumento o disminución de empresas 2007.	Porcentajes de aumento o disminución de empresas 2008.	Porcentajes de aumento o disminución de empresas 2009.	Promedio del aumento o disminución de la participación de las empresas (2006-2009).
Gran empresa	17,78%	15,09%	8,20%	15,15%	14,06%
Mediana empresa	-1,96%	12,99%	4,02%	-6,08%	1,65%
<b>Pyme</b>	<b>4,78%</b>	<b>14,46%</b>	<b>5,79%</b>	<b>-7,47%</b>	<b>3,79%</b>
Pequeña empresa	6,74%	1,48%	1,77%	-1,39%	2,15%
Micro empresa	0,26%	2,07%	0,68%	-1,42%	0,40%

Fuente: elaboración propia, datos SII, 2009.

## Anexo 10

### Participación de las ventas de las empresas de la Provincia de San Antonio



Fuente: Elaboración propia, datos S.I.I. no se consideraron empresas sin información.

## Anexo 11

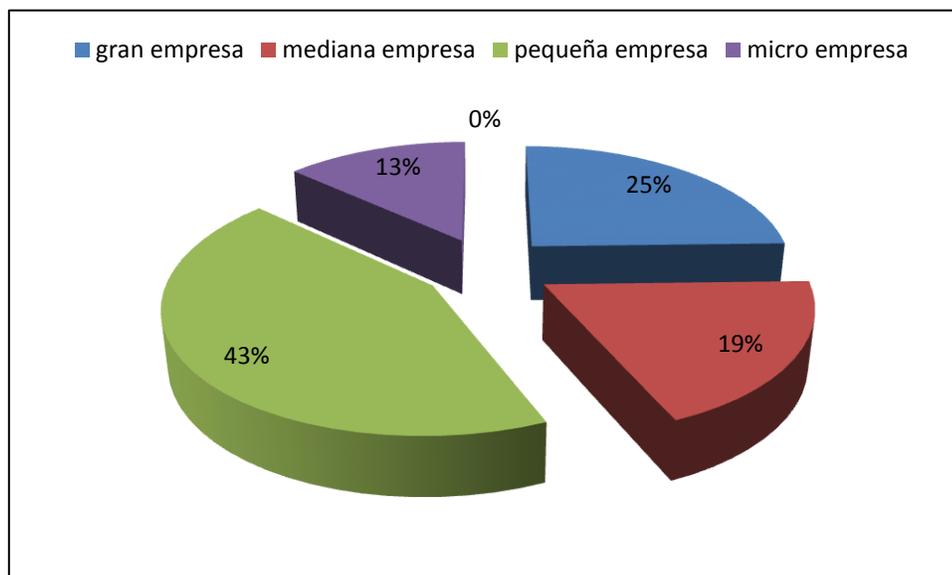
### Características de las ventas de empresas Provincia de San Antonio en el tiempo

Tipo de empresa	Porcentaje de aumento o disminución de ventas en M uf 2006.	Porcentaje de aumento o disminución de ventas en M. uf 2007.	Porcentaje de aumento o disminución de ventas en M uf 2008.	Porcentaje de aumento o disminución de ventas en M uf 2009.	Promedio del aumento o disminución de los ingresos en M. UF (2006-2009).
Gran empresa	20,45%	17,05%	-6,91%	0,77%	7,84%
Mediana empresa	-7,95%	18,80%	3,23%	-1,40%	3,17%
<b>Pyme</b>	<b>1,43%</b>	<b>20,58%</b>	<b>10,91%</b>	<b>-4,13%</b>	<b>7,20%</b>
Pequeña empresa	9,37%	1,77%	7,68%	-2,73%	4,02%
Micro empresa	1,28%	1,21%	-0,37%	1,43%	0,89%

Fuente: Elaboración propia, datos S.I.I

## Anexo 12

### Porcentaje de participación de los trabajadores dependientes de la Provincia de San Antonio



Fuente: Elaboración propia, datos S.I.I. **no** se consideraron empresas sin información.

## Anexo 13

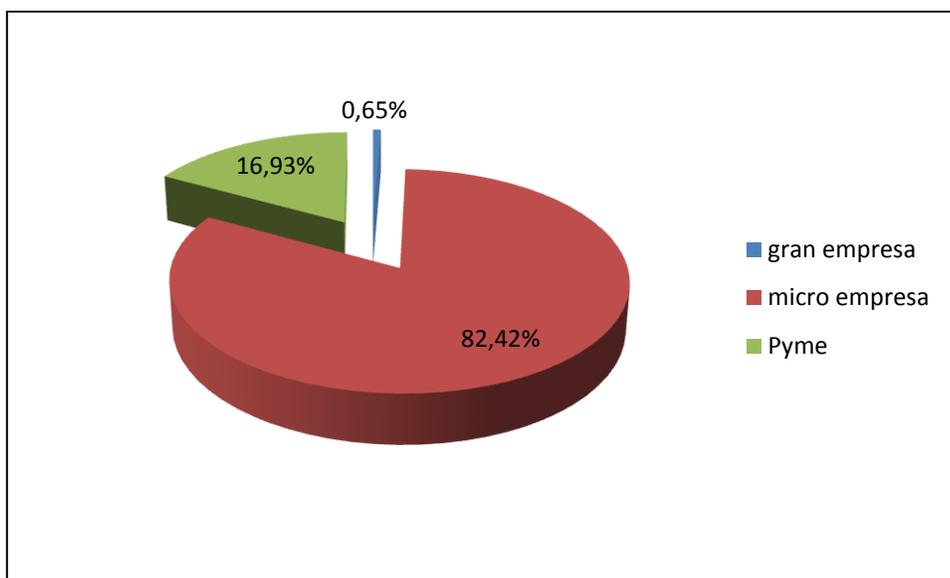
### Características de la participación laboral de empresas en Provincia de San Antonio en el tiempo.

Tipo de empresa	Porcentaje de aumento o disminución de los trabajadores dependientes informados 2006.	Porcentaje de aumento o disminución de los trabajadores dependientes informados 2007.	Porcentaje de aumento o disminución de los trabajadores dependientes informados 2008.	Porcentaje de aumento o disminución de los trabajadores dependientes informados 2009.	Promedio de aumento o disminución de los trabajadores (2006-2009).
Gran empresa	22,13%	47,14%	18,31%	15,15%	25,68%
Mediana empresa	-0,17%	-14,46%	7,90%	-16,08%	-5,70%
<b>Pyme</b>	<b>5,64%</b>	<b>-6,78%</b>	<b>18,88%</b>	<b>-13,65%</b>	<b>1,02%</b>
Pequeña empresa	5,81%	7,68%	10,98%	2,42%	6,72%
Micro empresa	4,88%	-12,37%	-12,30%	-5,14%	-6,23%

Fuente: Elaboración propia, datos S.I.I

## Anexo 14

**Porcentaje de participación de las empresas de la comuna de San Antonio.**



Fuente: Elaboración propia, datos S.I.I. no se consideraron empresas sin información.

## Anexo 15

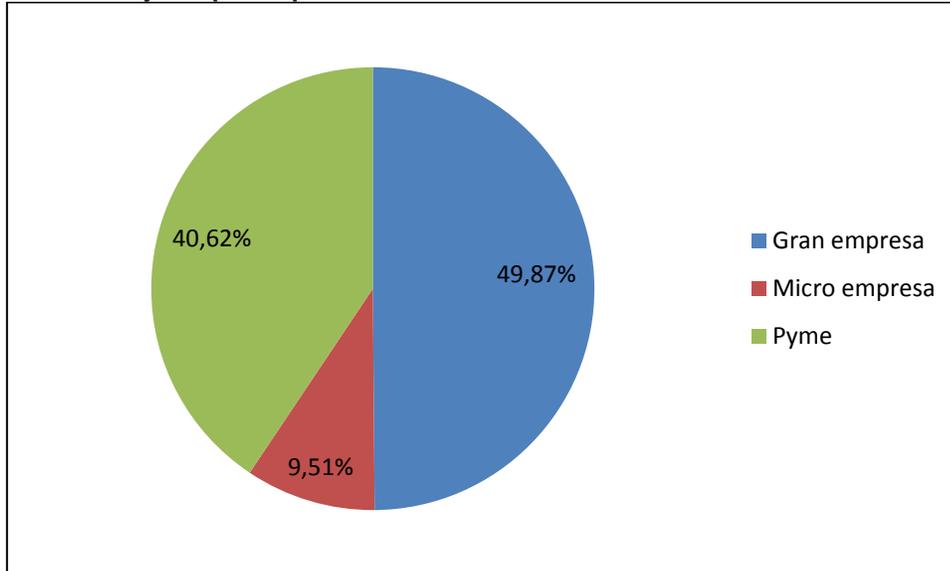
**Características de la participación de las empresas en la comuna de San Antonio en el tiempo**

Tipo de empresa	Porcentajes de aumento o disminución de empresas 2006.	Porcentajes de aumento o disminución de empresas 2007.	Porcentajes de aumento o disminución de empresas 2008.	Porcentajes de aumento o disminución de empresas 2009.	Promedio del aumento o disminución de la participación de las empresas (2006-2009).
Gran empresa	22,22%	0,00%	27,27%	3,57%	13,27%
Mediana empresa	-12,31%	8,77%	3,23%	-6,25%	-1,64%
<b>Pyme</b>	<b>-7,75%</b>	<b>10,64%</b>	<b>9,34%</b>	<b>-6,83%</b>	<b>1,35%</b>
Pequeña empresa	4,56%	1,87%	6,12%	-0,58%	2,99%
Micro empresa	-1,09%	0,34%	-2,21%	-1,99%	-1,24%

Fuente: Elaboración propia, datos S.I.I.

## Anexo 16

**Porcentaje de participación de las ventas en la comuna de San Antonio.**



Fuente: Elaboración propia, datos S.I.I. no se consideraron empresas sin información.

## Anexo 17

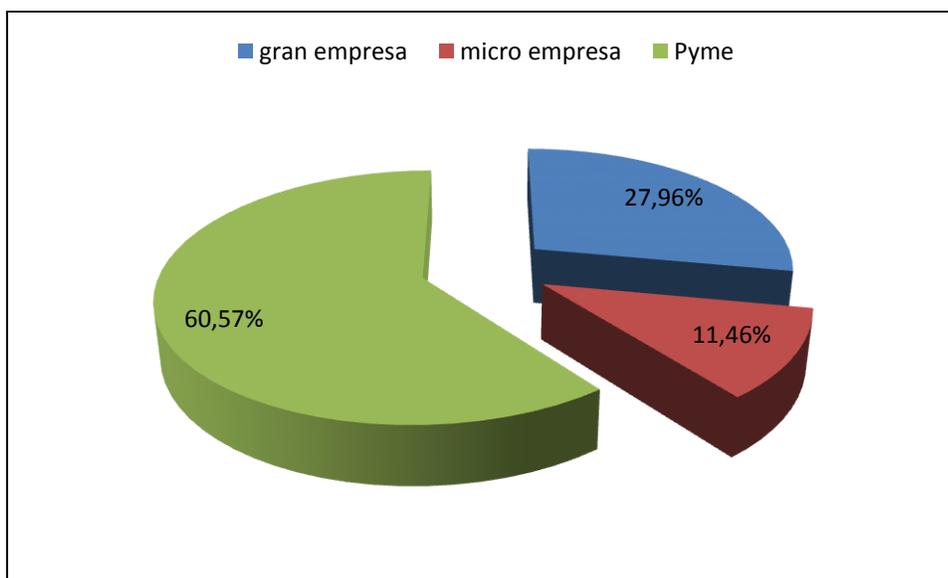
**Características de la participación en las ventas de las empresas en Provincia de San Antonio en el tiempo.**

Tipo de empresa	Porcentaje de aumento o disminución de ventas en M uf 2006.	Porcentaje de aumento o disminución de ventas en M. uf 2007.	Porcentaje de aumento o disminución de ventas en M uf 2008.	Porcentaje de aumento o disminución de ventas en M uf 2009.	Promedio del aumento o disminución de los ingresos en M. UF (2006-2009).
Gran empresa	1,17%	8,79%	17,22%	28,43%	13,90%
Mediana empresa	-14,30%	3,11%	1,26%	2,27%	-1,92%
<b>Pyme</b>	<b>-3,95%</b>	<b>5,31%</b>	<b>6,86%</b>	<b>0,59%</b>	<b>2,20%</b>
Pequeña empresa	10,35%	2,20%	5,60%	-1,68%	4,12%
Micro empresa	0,72%	0,92%	-2,14%	1,22%	0,18%

Fuente: Elaboración propia, datos S.I.I.

## Anexo 18

### Porcentaje de participación en el empleo de las empresas de la comuna de San Antonio



Fuente: Elaboración propia, datos S.I.I. no se consideraron empresas sin información.

## Anexo 19

### Características de la participación laboral de empresas en la comuna de San Antonio en el tiempo

Tipo de empresa	Porcentaje de aumento o disminución de los trabajadores dependientes informados 2006.	Porcentaje de aumento o disminución de los trabajadores dependientes informados 2007.	Porcentaje de aumento o disminución de los trabajadores dependientes informados 2008.	Porcentaje de aumento o disminución de los trabajadores dependientes informados 2009.	Promedio de aumento o disminución de los trabajadores (2006-2009).
Gran empresa	5,57%	69,02%	19,48%	14,53%	27,15%
Mediana empresa	1,23%	-25,18%	10,89%	-24,43%	-9,37%
<b>Pyme</b>	<b>3,65%</b>	<b>-15,42%</b>	<b>10,20%</b>	<b>-21,65%</b>	<b>-5,80%</b>
Pequeña empresa	2,42%	9,76%	-0,69%	2,78%	3,57%
Micro empresa	6,92%	-30,14%	-8,46%	-8,99%	-10,17%

Fuente: Elaboración propia, datos S.I.I.

## Anexo 20

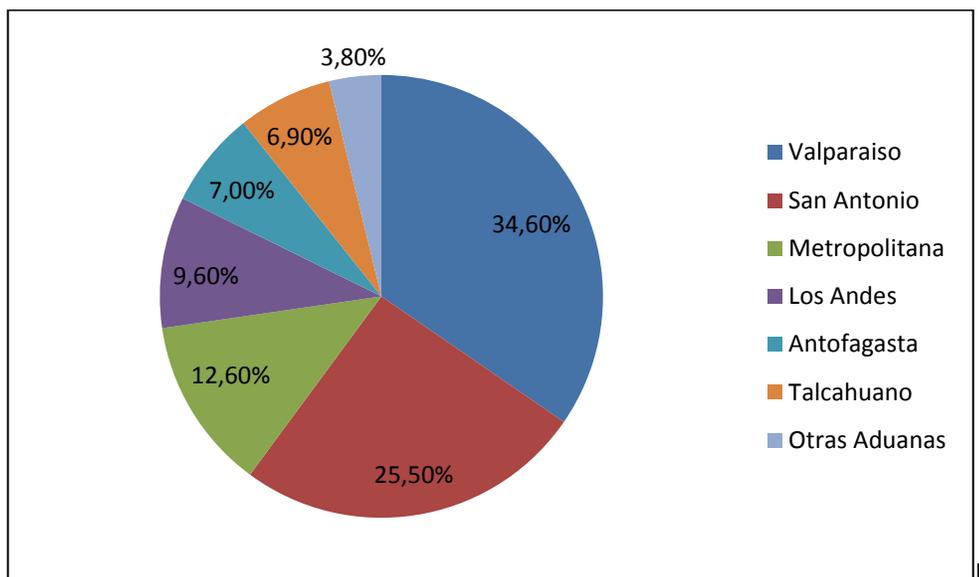
### Clasificación de turista a la provincia de San Antonio.

Comunas	Llegada			Pernoctación			Capacidad-días ofrecida		Personal ocupado
	total	Chilenos	Extranjeros	Total2	Chilenos	Extranjeros	Habitaciones	Camas	
San Antonio	7.555	6.856	899	13.119	11.938	1.181	24.239	52.256	33
Comunas	8.681	8.088	593	17.309	15.904	1.405	65.029	56.940	45
Cartagena	6.785	6.696	89	13.514	13.367	147	90.350	83.377	40
El Quisco	28.769	28.567	202	50.209	49.633	576	123.092	31.967	75
El Tabo	5.091	5.029	62	12.835	12.663	172	28.249	18.784	26
Santo Domingo	392	265	127	1.085	687	398	10.585	15.330	4
Total Provincial	57.473	55.501	1.972	108.071	104.192	3.879	341.544	258.654	223
Total Regional	513.567	398.697	114.870	1.028.815	747.696	281.119	1.867.671	2.544.077	3.033

Fuente: Asiva con datos de Sernatur 2009

## Anexo 21

### PARTICIPACIÓN IMPORTACIONES FOB MILL US\$,2010



Fuentes: Servicio Nacional de Aduanas, elaboración propia 2010

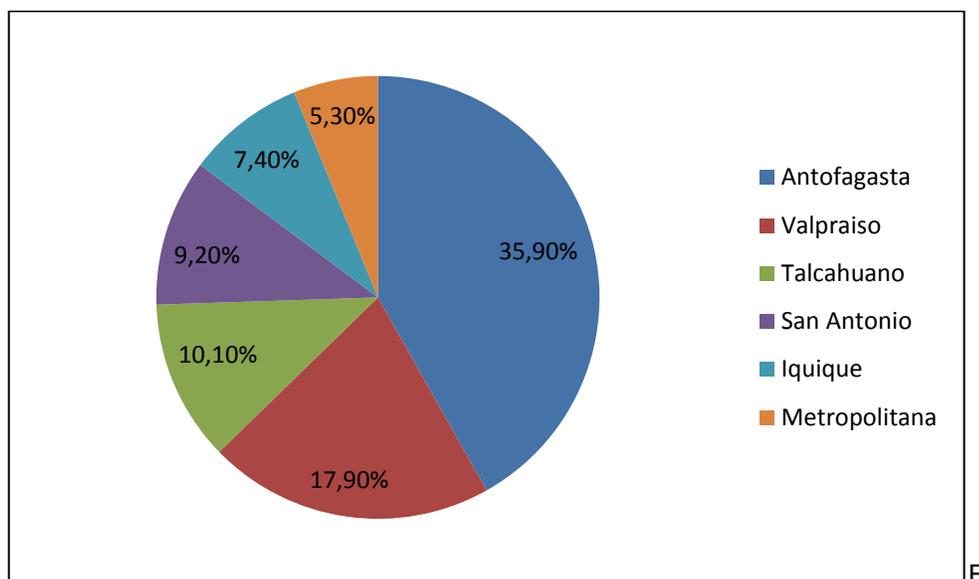
### Participación de las importaciones 2010 de las aduanas con más transacciones.

Declaración Importación 2010		
Lugar	Aduanas	Participación. Monto Fob
1º	Valparaíso	34,60%
2º	San Antonio	25,50%
3º	Metropolitana	12,60%
4º	Los Andes	9,60%
5º	Antofagasta	7,00%
6º	Talcahuano	6,90%
7º	Otras Aduanas	3,80%

Fuentes: Servicio Nacional de Aduanas, Elaboración Propia, 2010.

## Anexo 22

### Participación Exportaciones Fob 2010



Fuente: Servicio Nacional de Aduanas, Elaboración Propia, 2010.

### Participación de las Exportaciones 2010 de las aduanas con más transacciones

Lugar	Aduanas	Participación Monto FOB MILL US \$.2010
1º	Antofagasta	35,90%
2º	Valparaíso	17,90%
3º	Talcahuano	10,10%
4º	San Antonio	9,20%
5º	Iquique	7,40%
6º	Metropolitana	5,30%

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas, Elaboración Propia, 2010.

## Anexo 23

### Números de empresas, Ventas (UF) y Número de trabajadores pertenecientes a los sectores económicos de la región y la comuna (año 2009)

Actividades	Nº Empresas		Vtas UF		Nº de trab	
	Reg.	Co m.	Reg.	Com.	Reg.	Com
A - AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y SILVICULTURA	7982	116	30421,9	185,9	68112	427
B - PESCA	231	63	337,7	114,5	314	67
C - EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS	533	15	6304,8	160,3	3296	806
D - INDUSTRIAS MANUFACTURERAS NO METALICAS	4358	196	251002,9	427,7	31715	463
E - INDUSTRIAS MANUFACTURERAS METALICAS	2068	117	23715,4	819,9	19134	790
F - SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	260	3	40911,0	*	2910	3
G - CONSTRUCCION	5264	195	23990,8	581,1	60410	1426
H - COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR; REPARACION VEHICULOS AUTOMOTORES, ENSERES DOMESTICOS	33635	2076	129621,4	5000,4	62140	2437
I - HOTELES Y RESTAURANTES	4089	226	9284,1	296,2	19899	604
J - TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	11288	1007	116835,1	7590,0	49021	4878
K - INTERMEDIACION FINANCIERA	3452	53	40429,6	887,1	5873	64
L - ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER	10723	408	48639,0	820,5	60507	1166
M - ADMINISTRACION PUBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL AFILIACION OBLIGATORIA	55	3	192,9	*	39014	1484
N - ENSEÑANZA	1102	60	22759,2	378,2	37300	1180
O - SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD	1885	70	10284,6	258,9	23321	238
P - OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIAS, SOCIALES Y PERSONALES	6414	427	7868,2	647,7	24979	1962
Q - CONSEJO DE ADMINISTRACION DE EDIFICIOS Y CONDOMINIOS	73	1	9,0	*	839	*
R - ORGANIZACIONES Y ORGANOS EXTRATERRITORIALES	4	1	*	*	522	*
TOTAL	93416	5037	762607,7	18168,3	509306	17995

Fuente: Información preparada por el Área de Gestión de la Información y Evolución Sectorial del Departamento de Estudios Económicos y Tributarios, Subdirección de Estudios SII.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Servicio de impuesto internos-Chile <<http://www.sii.cl/estadisticas/empresas.htm>> [consultado 02-06-2011] Estadísticas de empresas por región, comuna y tramos de venta

**Porcentaje de regional y comunal, diferencia porcentual, aporte regional y aporte porcentual pertenecientes a los sectores económicos de la Comuna año 2009**

Nº Empresas (%)					Vtas UF (%)					Nº de trab (%)				
regional %	Comunal	dif.	aporte R.	Aporte S.	regional	Comunal	dif.	aporte R.	Aporte S.	regional	Comunal	dif.	aporte R.	Aporte S.
8,54	2,30	6,24	0,12	1,45	3,99	1,02	2,97	0,02	0,61	13,37	2,37	11,00	0,08	0,63
0,25	1,25	-1,00	0,07	27,27	0,04	0,63	-0,59	0,02	33,90	0,06	0,37	-0,31	0,01	21,34
0,57	0,30	0,27	0,02	2,81	0,83	0,88	-0,06	0,02	2,54	0,65	4,48	-3,83	0,16	24,45
4,67	3,89	0,77	0,21	4,50	32,91	2,35	30,56	0,06	0,17	6,23	2,57	3,65	0,09	1,46
2,21	2,32	-0,11	0,13	5,66	3,11	4,51	-1,40	0,11	3,46	3,76	4,39	-0,63	0,16	4,13
0,28	0,06	0,22	0,00	1,15	5,36	*	*	*	*	0,57	0,02	0,55	0,00	0,10
5,64	3,87	1,76	0,21	3,70	3,15	3,20	-0,05	0,08	2,42	11,86	7,92	3,94	0,28	2,36
36,01	41,22	-5,21	2,22	6,17	17,00	27,52	-10,53	0,66	3,86	12,20	13,54	-1,34	0,48	3,92
4,38	4,49	-0,11	0,24	5,53	1,22	1,63	-0,41	0,04	3,19	3,91	3,36	0,55	0,12	3,04
12,08	19,99	-7,91	1,08	8,92	15,32	41,78	-26,46	1,00	6,50	9,63	27,11	-17,48	0,96	9,95
3,70	1,05	2,64	0,06	1,54	5,30	4,88	0,42	0,12	2,19	1,15	0,36	0,80	0,01	1,09
11,48	8,10	3,38	0,44	3,80	6,38	4,52	1,86	0,11	1,69	11,88	6,48	5,40	0,23	1,93
0,06	0,06	0,00	0,003	5,45	0,03	*	*	*	*	7,66	8,25	-0,59	0,29	3,80
1,18	1,19	-0,01	0,06	5,44	2,98	2,08	0,90	0,05	1,66	7,32	6,56	0,77	0,23	3,16
2,02	1,39	0,63	0,07	3,71	1,35	1,42	-0,08	0,03	2,52	4,58	1,32	3,26	0,05	1,02
6,87	8,48	-1,61	0,46	6,66	1,03	3,57	-2,53	0,08	8,23	4,90	10,90	-6,00	0,39	7,85
0,08	0,02	0,06	0,001	1,37	0,00	*	*	*	*	0,16	*	*	*	*
0,00	0,02	-0,02	0,001	25,00	*	*	*	*	*	0,10	*	*	*	*
100	100		5,39	5,39	100	100		2,38	2,38	100	100		3,53	3,53

Fuente: Información por el Área de Gestión de la Información y Evolución Sectorial del Departamento de Estudios Económicos y Tributarios, Subdirección de Estudios SII.<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Servicio de impuesto internos-Chile <<http://www.sii.cl/estadisticas/empresas.htm>> [consultado 02-06-2011] Estadísticas de empresas por región, comuna y tramos de venta

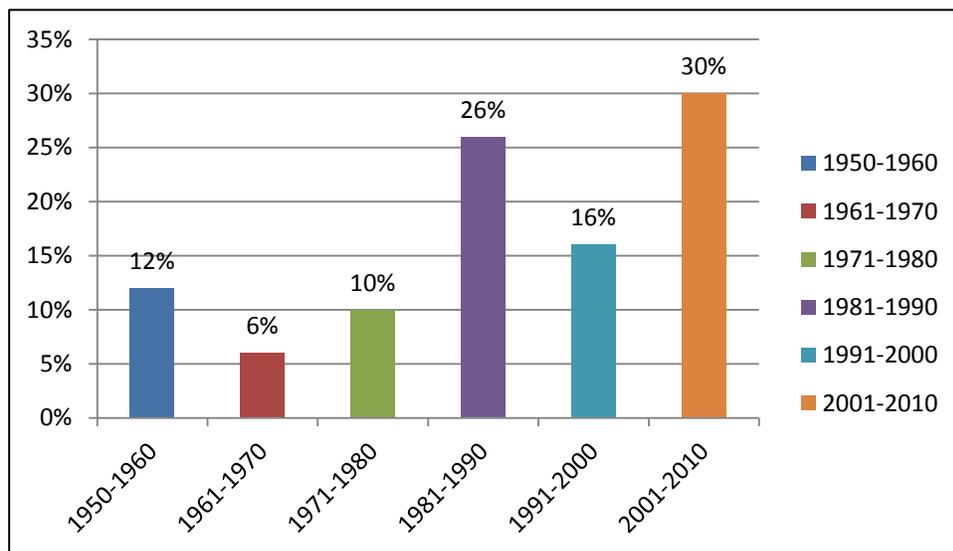
## Anexo 24

### Aspectos

<b>Datos básicos sobre la empresa</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Año</li><li>• Inicio de actividades</li><li>• Actividades secundarias</li><li>• Sucursal</li><li>• Casa matriz</li><li>• Plantas de producción o ventas</li><li>• Localización de plantas</li><li>• Clasificación de empresas</li></ul>	<b>Clientes y proveedores</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Contrato</li><li>• Ventas</li><li>• Proveedores</li><li>• Subcontratación</li></ul>
<b>Gestión y Modernización empresarial</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Certificación</li><li>• Gestión empresarial</li><li>• Estrategias</li><li>• Equipos técnicos</li></ul>	<b>Asociatividad</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Acuerdos de colaboración</li><li>• Acuerdos de cooperación</li><li>• Asociación empresarial</li></ul>
<b>Capital Humano</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Empleados</li><li>• Rotación</li><li>• Capacitaciones</li><li>• Contratación</li></ul>	<b>Nuevas tecnologías aplicadas a la producción y la comercialización</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Equipos Computacionales</li><li>• Uso de tecnologías de la información</li><li>• Internet</li><li>• Ventas y compras por internet</li><li>• Portal electrónico</li><li>• Sitio Web</li></ul>
<b>Innovación</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fuentes de ideas</li><li>• Inversión</li><li>• Financiación</li><li>• Departamento I + D</li></ul>	<b>Ventas y financiación</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rango de Ventas</li><li>• Indicadores</li><li>• Financiamiento</li><li>• Programas y Sistema de ayuda a las Pymes</li><li>• Comparación competidores</li></ul>

## Anexo 25

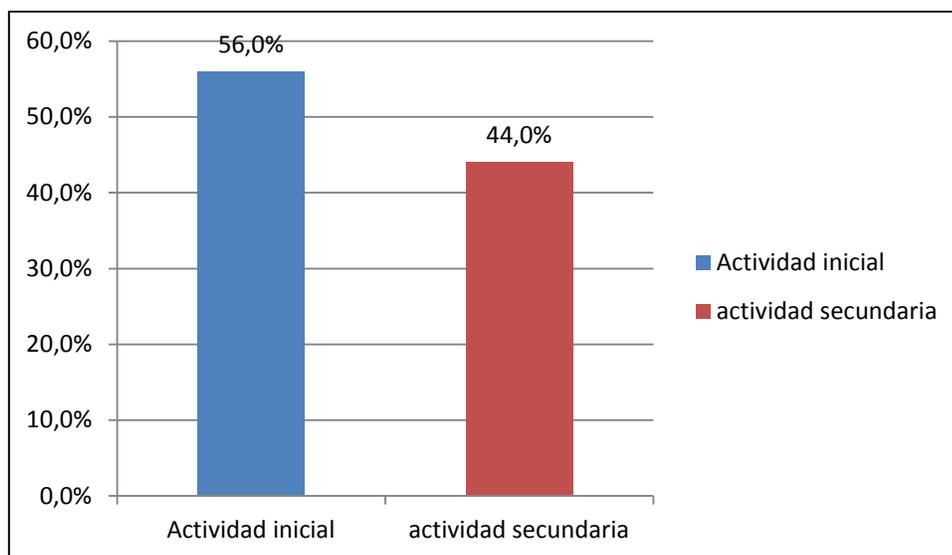
### Año de inicio de actividades



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011.

## Anexo 26

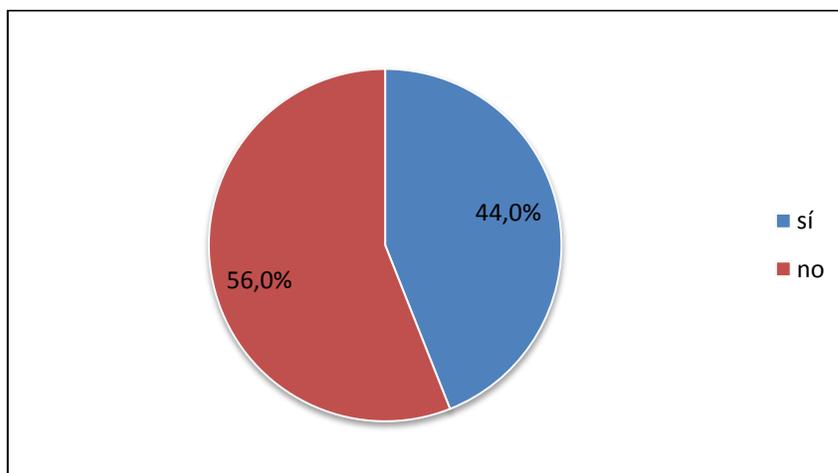
Proporción de empresas que tienen actividad inicial y secundaria



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 27

Proporción de empresa que es sucursal o parte de un grupo



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 28

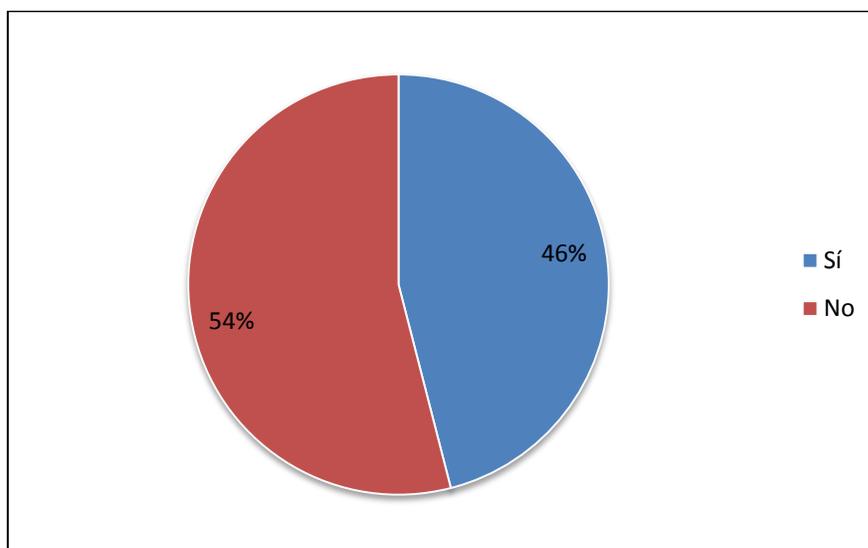
### Locación empresas que son parte de un grupo o son sucursales

Locación	%	n
Región	13	54,17%
Resto de Chile	11	45,83%
Total	24	100%

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 29

### Porcentaje de empresas que tienen más de una planta de producción o venta



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 30

### Localización otras plantas de producción o venta

Locación	%	n
Región	43,5%	10
Resto de Chile	56,5%	13
Total	100%	23

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 31

### Características de los contratos de sus principales clientes

OPCIONES DE RESPUESTA	NUNCA	POCAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
De corto plazo con un objetivo específico acorde a los intereses del cliente	26%	18%	16%	40%
Anuales que garantizan la venta de una cantidad establecida	50%	18%	12%	20%
Anuales con una demanda aproximada sujeta a reajustes según la necesidad del cliente	48%	14%	16%	22%
De más de un año	48%	10%	10%	32%
De un año o más que incluyen cooperación con el cliente	54%	12%	8%	26%

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 32

### Característica de las ventas

Tipo de venta	%	n
Todas con contratos directos con los clientes	67,5%	27
La mayoría con contratos directos	30,0%	12
La mayoría a través de contratistas	2,5%	1

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 33

### Porcentaje de empresas que vende a otras regiones

	%	n
sí	44%	22
no	56%	28

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 34

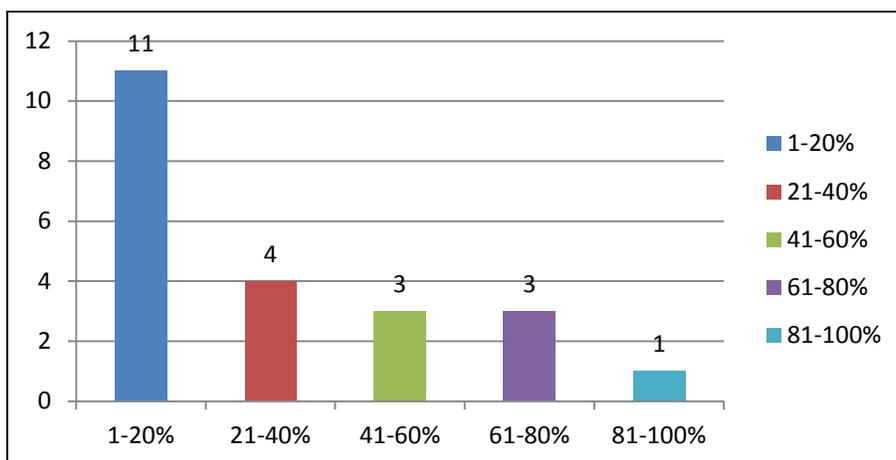
### Características ventas a otras regiones

Estando de Ventas	%	n
Han aumentado	45,5%	10
Se han mantenido	50,0%	11
Han disminuido	4,5%	1
Total	100%	22

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 35

**Número de empresas v/s porcentaje de venta a otras regiones**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

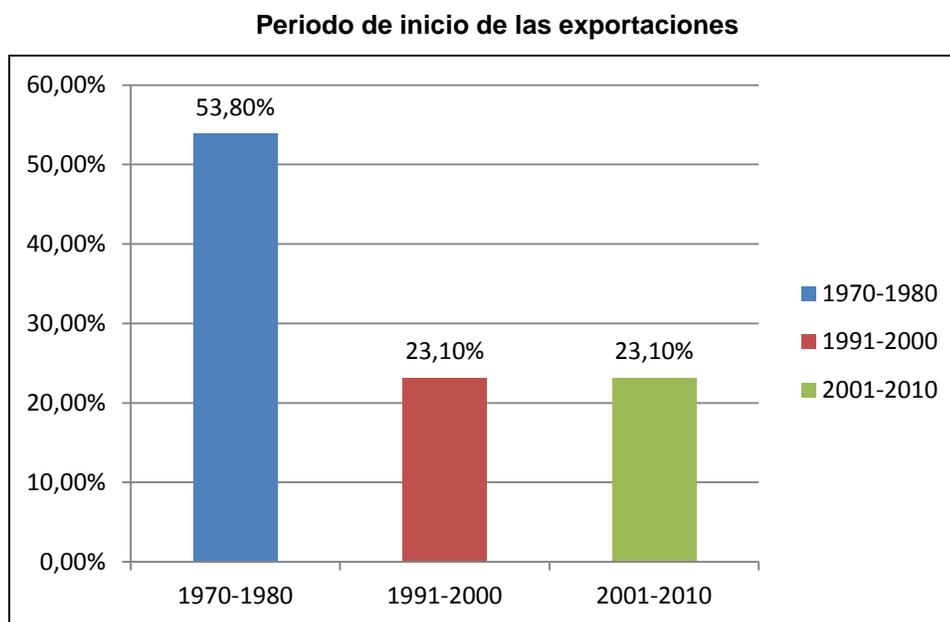
## Anexo 36

**Porcentaje y número de empresas que exportan**

	%	n
Sí	26%	13
No	74%	37
Total	100%	50

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 37



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 38

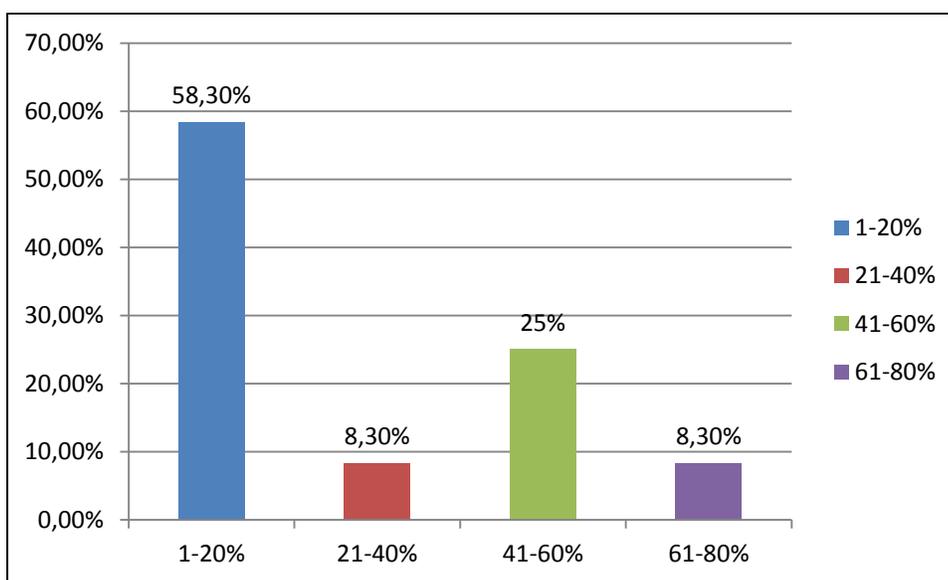
### Estado de las Exportaciones en los últimos 3 años

	%	n
Han aumentado	41,7%	5
Se han mantenido	50%	6
Han disminuido	8,3%	1
Total	100%	12

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 39

**Porcentaje que significan las ventas al extranjero**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

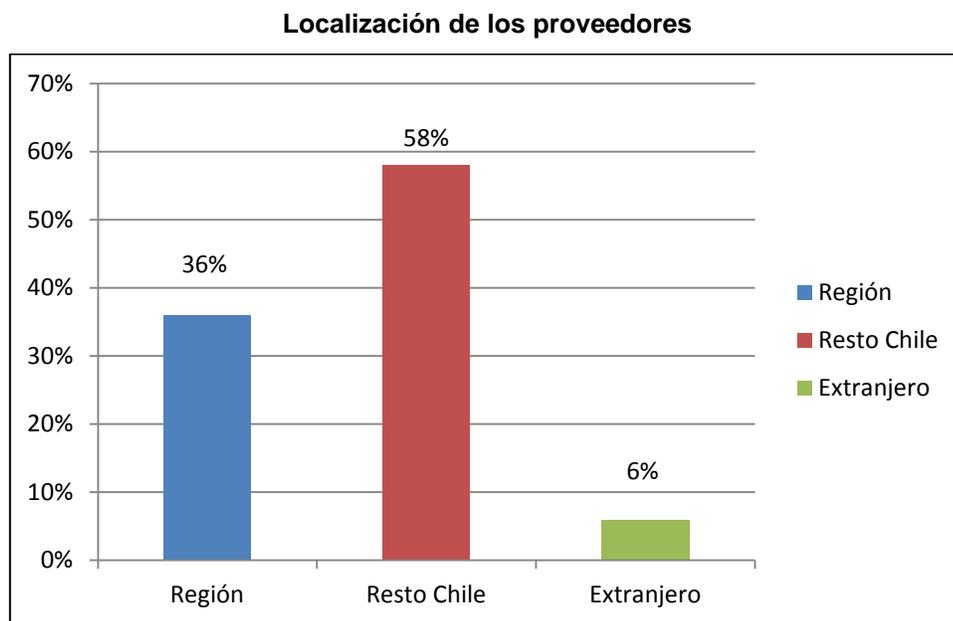
## Anexo 40

**Plazo que recibe los pagos de los clientes**

Plazo	%	n
Contra entrega	36,0%	18
30 días	44,0%	22
60 días	16,0%	8
120 días	4,0%	2
Total	100,0%	50

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 41



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 42

### Principales compras de las Pymes

Producto	%	n
Materias primas	34%	17
Productos intermedios	40%	20
Productos finales	74%	37
Servicios	50%	25

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 43

### Porcentaje y número de empresas que subcontratan

	%	n
Sí	22,0%	11
No	78,0%	39

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 44

### Estado de obtención de certificación

Estado de proceso	%	n
No está en proceso	94,0%	47
Sí está en proceso	6,0%	3
Total	100,0%	50

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 45

### Razones por las cuales las empresas no se han certificado

<b>Respuesta</b>	<b>%</b>	<b>n</b>
No es necesario	56%	28
No se cuales necesito	34%	17
Es muy caro	2%	1
Falta de tiempo	10%	5
Creo que no cumpla con los requisitos	10%	5
Otros	60%	30

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 46

### Porcentaje y número de empresas que cuentan con un departamento de control de calidad

<b>respuesta</b>	<b>%</b>	<b>n</b>
Sí	42,0%	21
No	58,0%	29
Total	100,0%	50

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 47

**Porcentaje y número de empresas que cuentan con un sistema de evaluación de insumos.**

<b>respuesta</b>	<b>%</b>	<b>n</b>
Sí	64,0%	32
No	36,0%	18
Total	100,0%	50

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 48

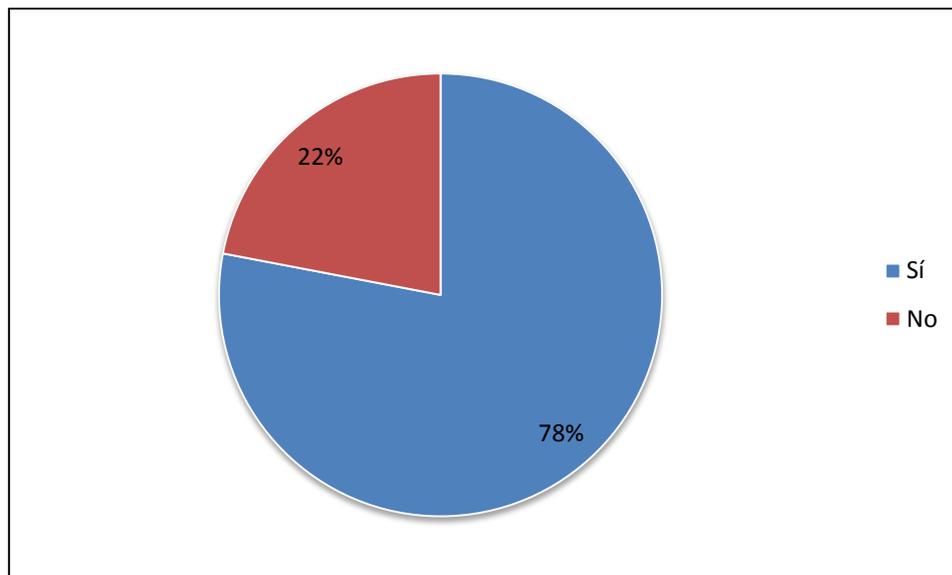
**Porcentaje y número de empresas que cuentan con procedimientos de reclamos**

<b>respuesta</b>	<b>%</b>	<b>n</b>
Sí	72,0%	36
No	28,0%	14
Total	100,0%	50

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 49

Porcentaje de empresas que cuentan con misión y visión



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 50

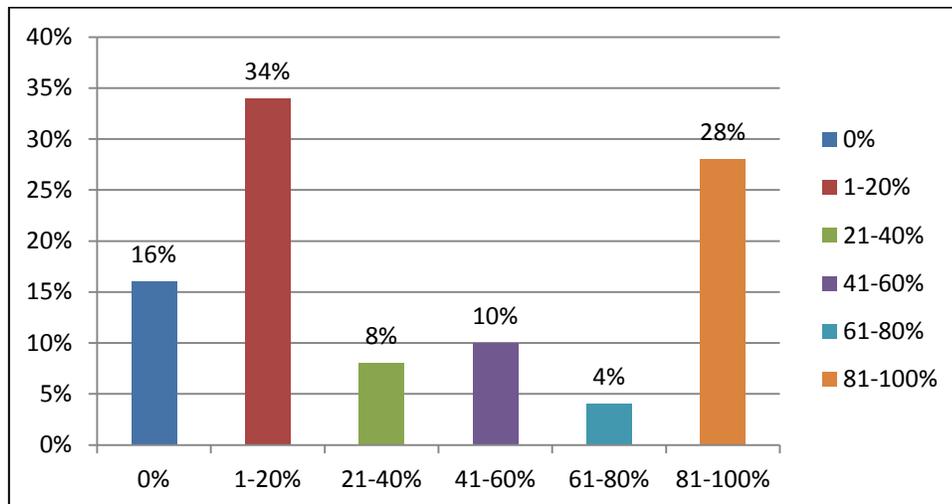
### Estrategias que utilizan las empresas.

Estrategia	%	n
Costo	28%	14
Calidad	72%	36
Flexibilidad	6%	3
Entrega pedidos a tiempo	22%	11
Satisfacción del cliente	70%	35
Innovación en producto o servicio	12%	6
Satisfacción de los empleados	6%	3
Otras	4%	2

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 51

### Equipos técnicos sobre 3 años



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 52

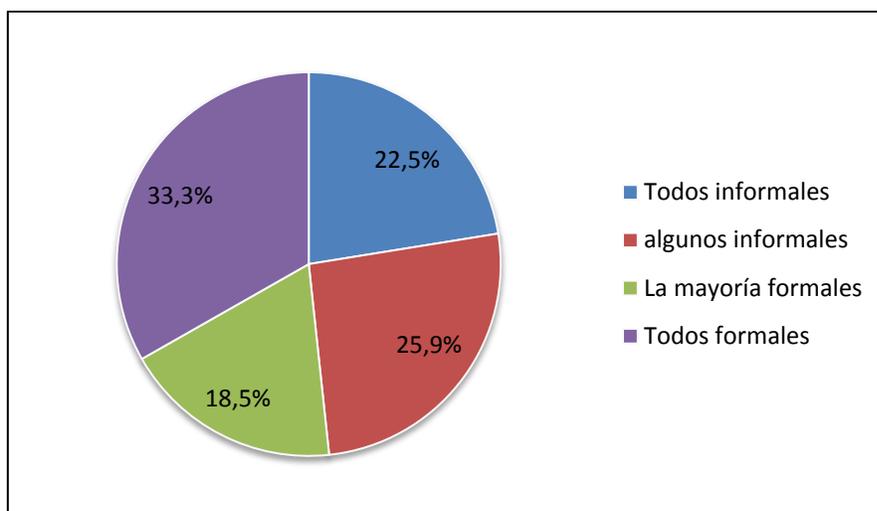
### Porcentaje de empresa que ha realizado acuerdos en los últimos 3 años

<b>Acuerdos</b>	<b>%</b>	<b>n</b>
Acuerdos realizados con los clientes	36%	18
Acuerdos con Proveedores	34%	17
Acuerdos con otras empresas	10%	5
Acuerdos con empresas de otros sectores	12%	6
Acuerdos con organizaciones públicas	14%	7
Acuerdos con universidades o centros de investigación	8%	4
No se ha realizado acuerdos	46%	23

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 53

**Características de los acuerdos de cooperación**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 54

**Participación de las empresas en alguna asociación empresarial**

Participación	%	n
Sí	36,0%	18
No	64,0%	22
Total	100,0%	50

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 55

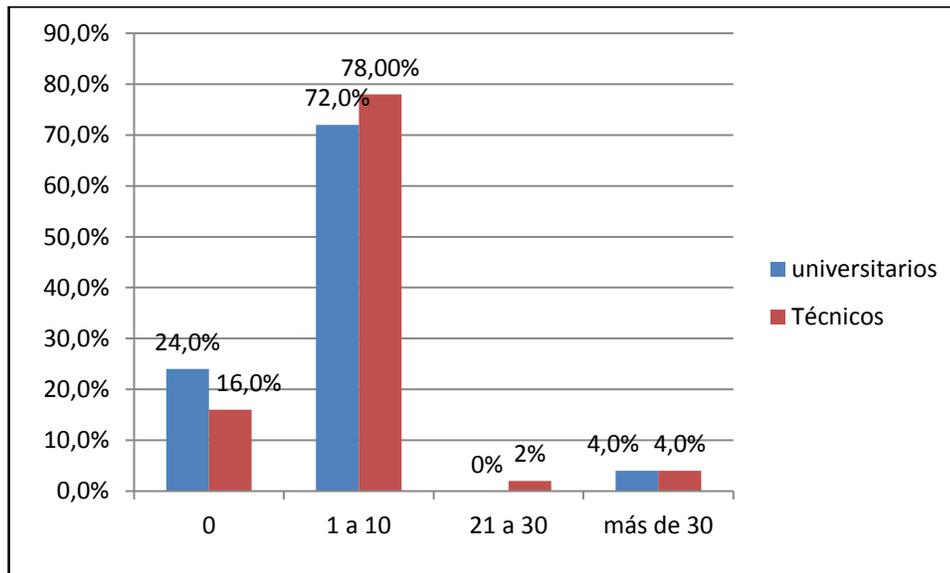
Porcentaje y número del total de empleados

Número	%	n
1-50	96,0%	48
51-100	2,0%	1
más de 200	2,0%	1
Total	100,0%	50

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 56

Comparación cantidad de profesionales universitarios v/s técnicos que trabajan en las Pymes



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 57

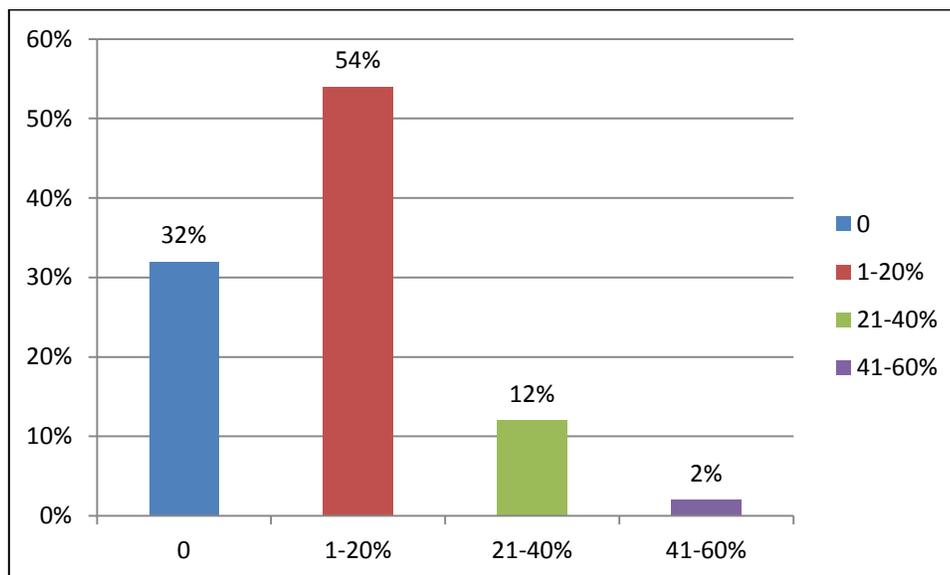
### Características del empleo en los últimos 3 años

	%	n
Han aumentado	44%	22
se han mantenido	44%	22
han disminuido	12%	6
Total	100%	50

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

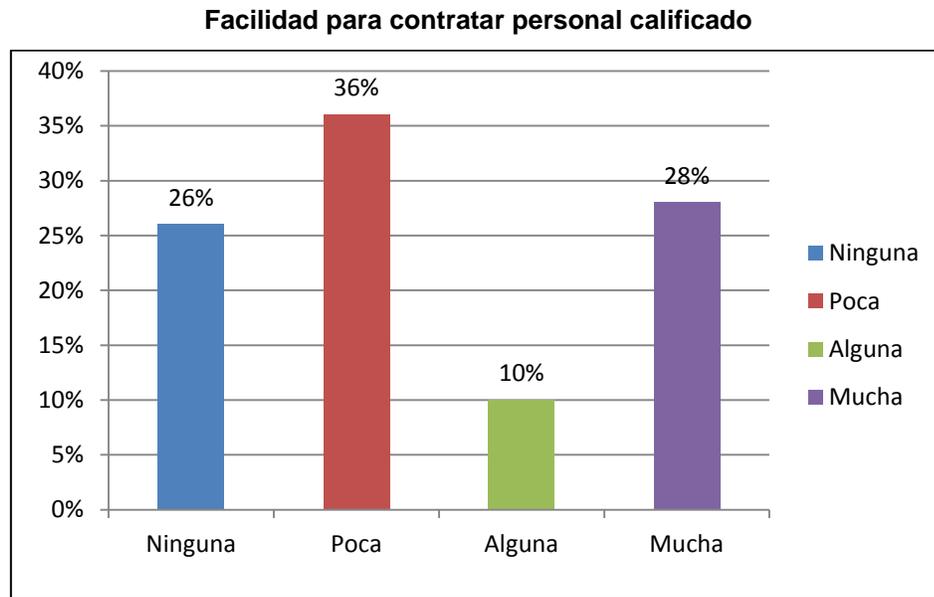
## Anexo 58

### Rotación de los empleados en los últimos 3 años



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 59



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 60

**Tipos de Capacitación de las Pymes**

Opciones	0%	1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
Capacitación Interna	58%	20%	4%	4%	2%	12%
Capacitación Externa	70%	16%	4%	4%		6%
Rotación de Tareas	66%	10%	6%	2%	4%	12%

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 61

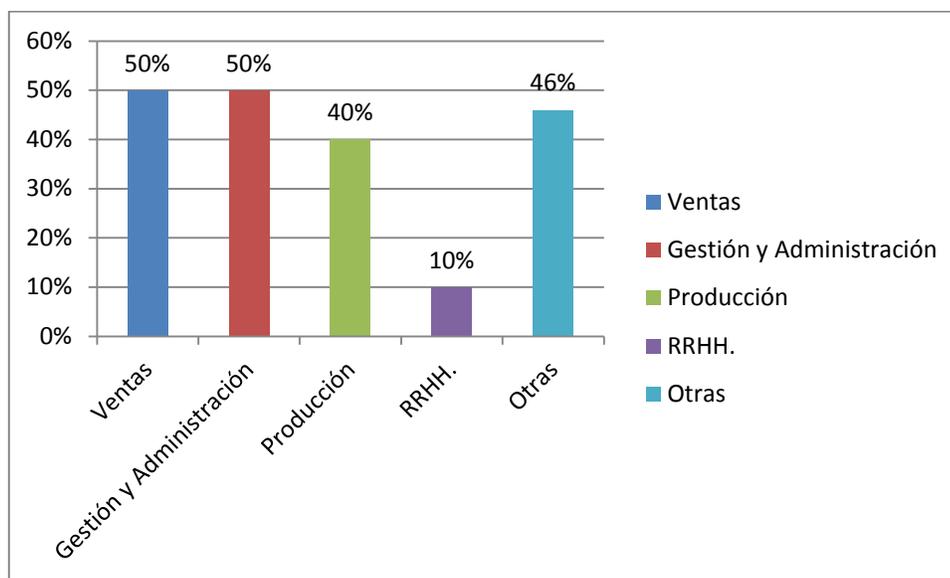
### Proporción de gastos en capacitación.

Gastos	%	n
0%	54,0%	27
1%	26,0%	13
3%	12,0%	6
5%	2,0%	1
más del 5%	6,0%	3
Total	100%	50

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

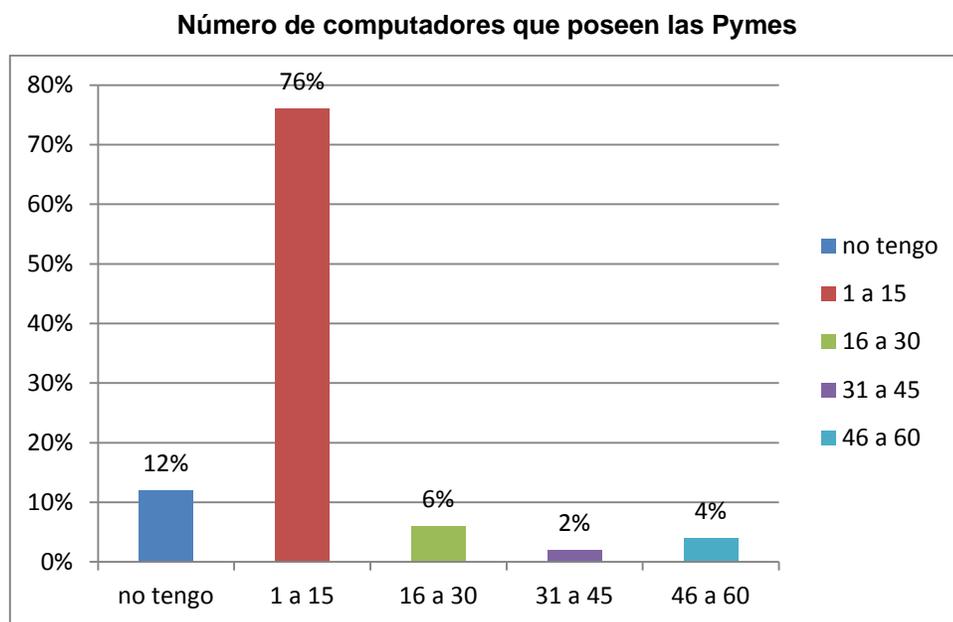
## Anexo 62

### Áreas donde se encuentran mayores problemas para contratar personal



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 63



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 64

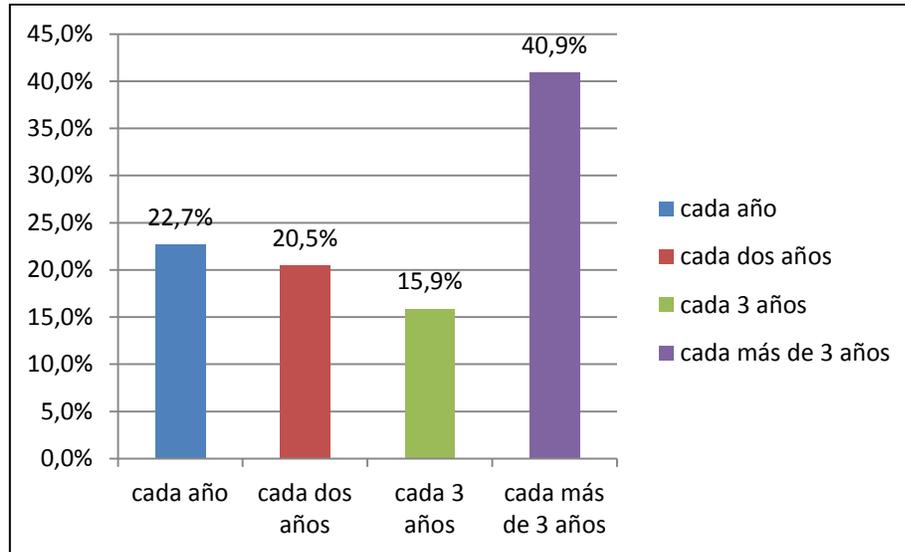
### Principales obstáculos para la adquisición de computadores

<b>Razón</b>	<b>n</b>
Falta de recursos financieros	3
Falta de conocimiento en el uso de las computadoras	3
No resultan necesarios	4
Necesidad de personal calificado	0
Necesidad de cambios la gestión del negocio	0
Otros	2

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 65

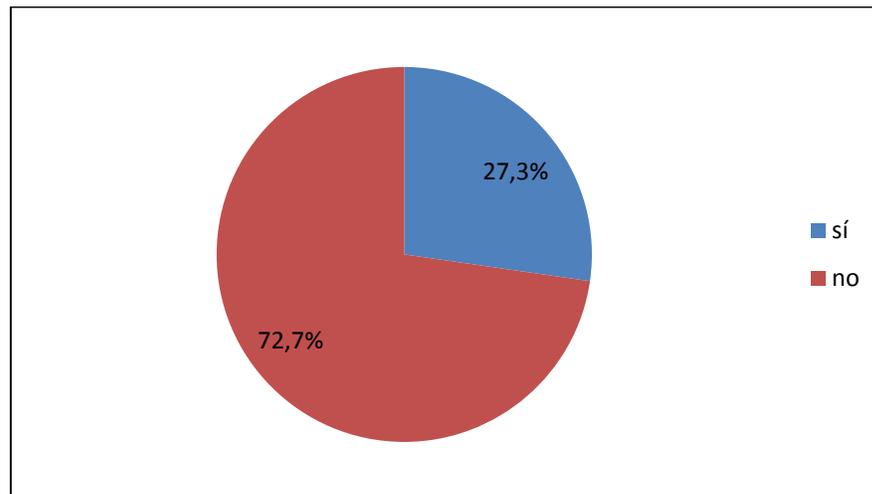
**Cantidad de años que demoran las Pymes en sustituir sus Computadores**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 66

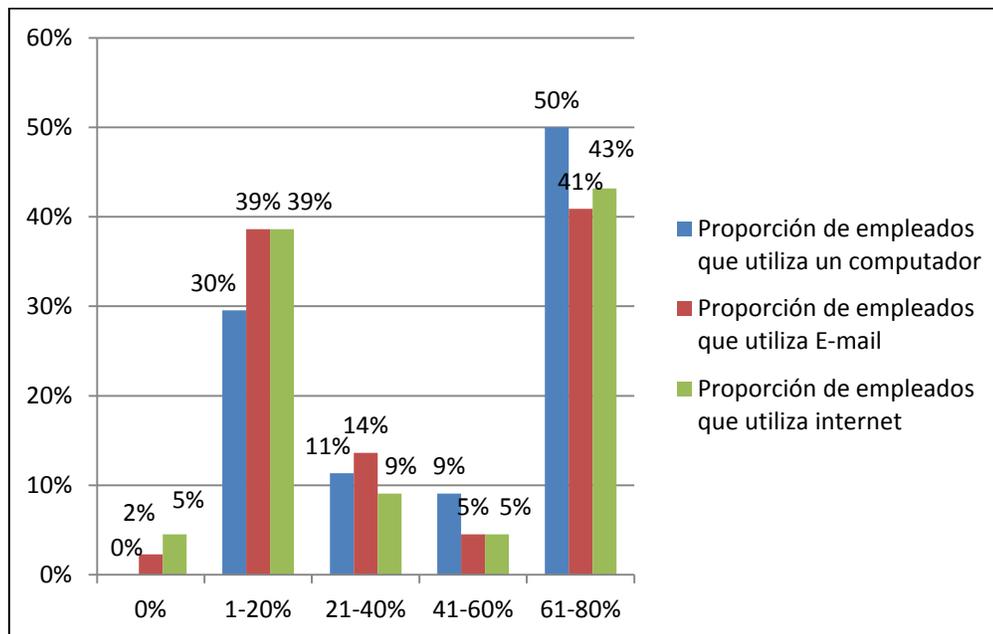
**Pymes que han capacitado a sus empleados en el uso de los computadores**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 67

### Proporción de empleados que utiliza herramientas tecnológicas



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 68

### Intensidad en las áreas donde se emplean tecnología de la información

<b>OPCIONES</b>	<b>NUNCA</b>	<b>ALGUNAS VECES</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>SIEMPRE</b>
Producción	38%	20%	6%	30%
Contabilidad	30%	12%	6%	46%
Intercambio de información interno	36%	8%	12%	38%
Administración de inventarios	26%	8%	10%	50%
Compras y ventas	18%	8%	6%	62%
Diseño de prototipos	70%	2%	2%	20%

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 69

### Utilización de Internet

<b>OPCIONES</b>	<b>NUNCA</b>	<b>ALGUNAS VECES</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>SIEMPRE</b>
Búsqueda de información sobre proveedores y clientes	40%	8%	10%	34%
Búsqueda de información sobre competidores	70%	4%	10%	8%
Acceder a servicios del gobierno	50%	8%	6%	28%
Comprar bienes y servicios de Proveedores	44%	12%	2%	34%
Comunicarse con sus clientes y Proveedores	12%	20%	2%	58%
Vender bienes y servicios a clientes	44%	16%	6%	26%
Servicios post- venta	52%	8%	6%	26%
Otros	56%	20%	2%	14%

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 70

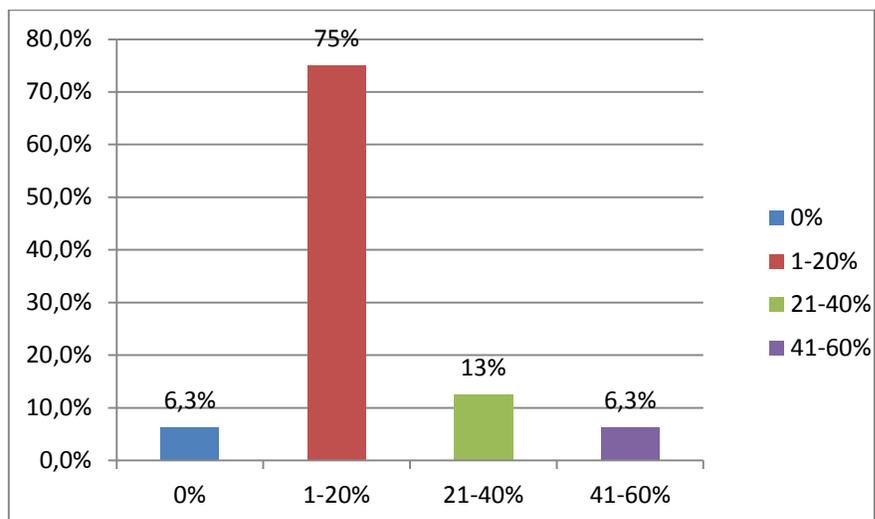
### Principal motivo que limita el uso de internet en las Pymes

Motivos	%	n
riesgo virus o hackers accediendo a información confidencial	16,7	3
falta de personas capacitadas en tecnologías de información	16,7%	3
costo de aplicación y mantenimiento	11,1%	2
no relevantes para el giro del negocio	44,4%	8
comunicación de datos lenta	5,6%	1
Otros	5,6%	1
Total	100,0%	18

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 71

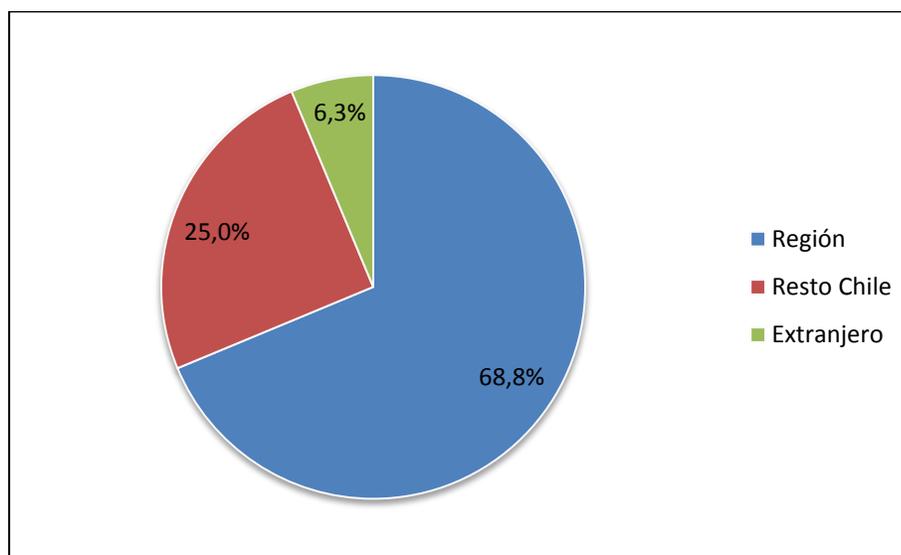
### Proporción de las ventas por internet



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 72

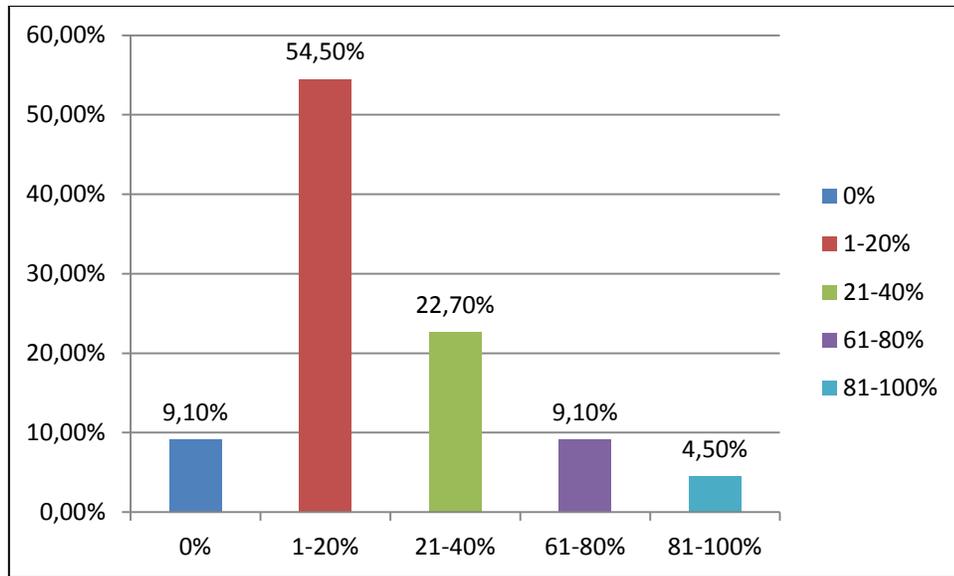
### Lugar desde donde provienen las compras por internet



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

### Anexo 73

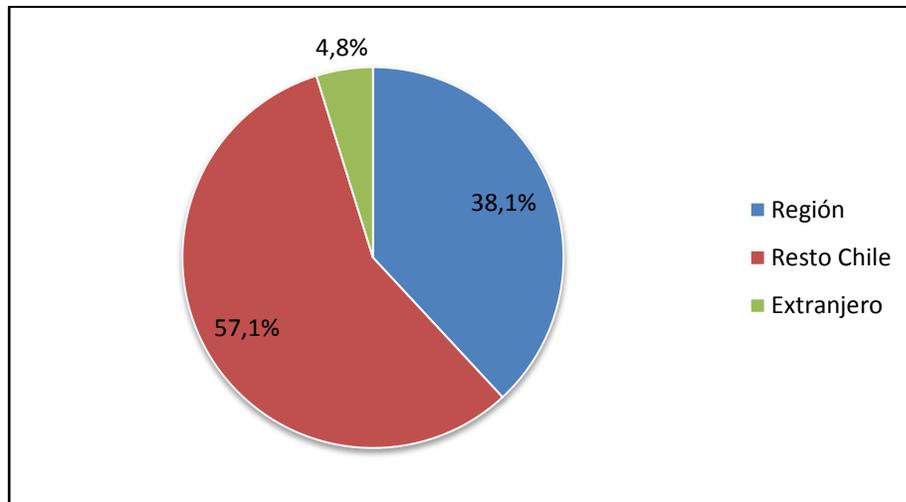
**Proporción de gastos que resultan de las compras**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

### Anexo 74

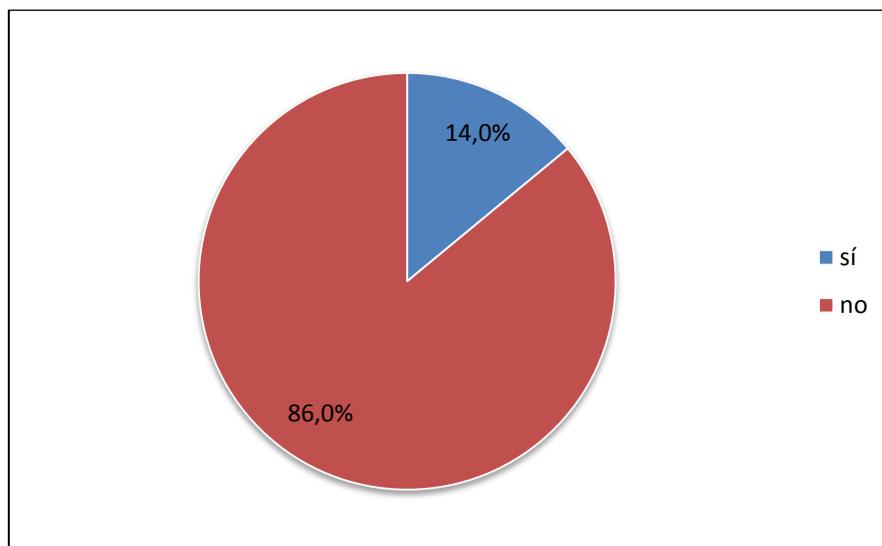
**Gráfico 1: Localización de los proveedores**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 75

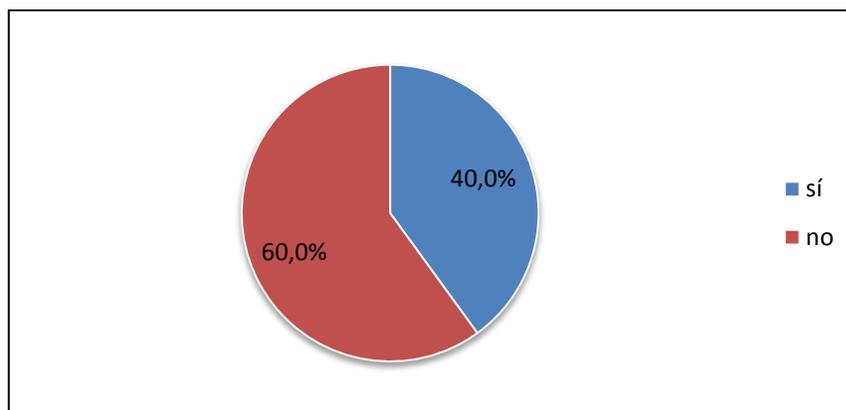
Proporción de empresas que cuenta con un portal electrónico



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 76

Proporción de empresas que cuenta con sitio web.



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 77

### Servicios que ofrece el sitio web

Usos	%	n
Información acerca de la empresa	100%	20
Publicidad	90%	18
Información sobre oportunidades de empleo	20%	4
Pagos online	35%	7
Información contable	20%	4
Capacidad para hacer transacciones seguras	15%	3
Seguimiento de pedidos	25%	5
Servicios post-venta	35%	7
Entrega de productos en forma digital	20%	4
Servicio de información online	80%	16

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 78

Fuente de ideas para innovar en la empresa

<b>OPCIONES</b>	<b>NUNCA</b>	<b>ALGUNAS VECES</b>	<b>CASI SIEMPRE</b>	<b>SIEMPRE</b>
Interior de la empresa	20%	30%	10%	40%
Competidores	38%	16%	16%	30%
Clientes	26%	22%	10%	42%
Proveedores	48%	16%	12%	24%
Universidades e institutos	92%	2%	4%	2%
Ferias y exposiciones	76%	14%	2%	8%
Organizaciones públicas nacionales	80%	8%	6%	6%
Organizaciones internacionales	90%	2%	4%	4%

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 79

### Proporción y número de empresas que invierte para desarrollar

<b>3.1 DESARROLLO</b>	<b>3.2 SI</b>	<b>3.3 n</b>	<b>3.4 NO</b>	<b>3.5 n</b>
<b>3.6</b> Nuevos productos para el mercado	<b>3.7</b> 36%	<b>3.8</b> 18	<b>3.9</b> 64%	<b>3.10</b> 32
<b>3.11</b> Adaptaciones de productos existentes	<b>3.12</b> 42%	<b>3.13</b> 21	<b>3.14</b> 58%	<b>3.15</b> 29
<b>3.16</b> Nuevos procesos para el mercado	<b>3.17</b> 22%	<b>3.18</b> 11	<b>3.19</b> 78%	<b>3.20</b> 39
<b>3.21</b> Adaptaciones de procesos existentes	<b>3.22</b> 32%	<b>3.23</b> 16	<b>3.24</b> 68%	<b>3.25</b> 34

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 80

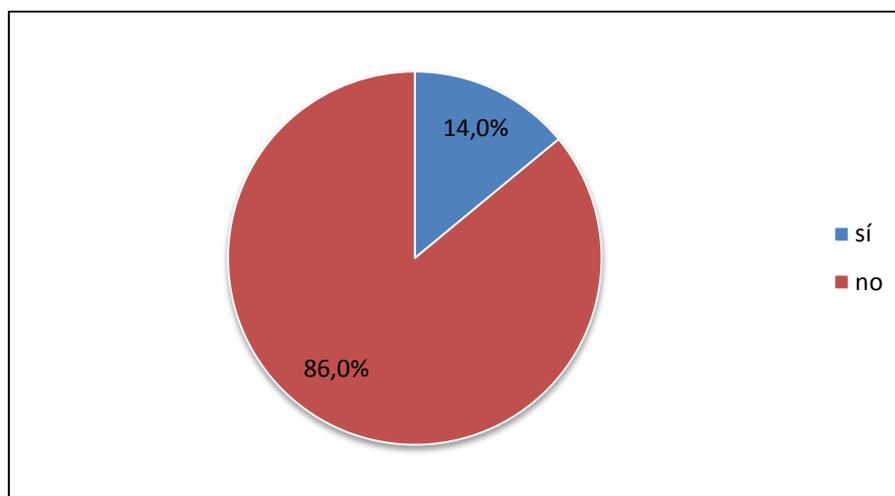
**Tipo de financiamiento de las inversiones**

<b>OPCIONES</b>	<b>NADA</b>	<b>POCO</b>	<b>MUCHO</b>	<b>TODO</b>
Recursos propios	13,3%	6,7%	13,3%	66,7%
Créditos de bancos	50,0%	23,3%	16,7%	10,0%
Organizaciones públicas	90,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Cooperación con clientes	80,0%	13,3%	6,7%	0,0%
Cooperación con otras empresas	83,3%	13,3%	3,3%	0,0%
Capital de riesgo e inversionistas Ángeles	83,3%	10,0%	3,3%	3,3%
Cooperación con universidades e Institutos	90,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Otros	86,7%	10,0%	3,3%	0,0%

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 81

### Proporción de Pymes que cuenta con departamento de investigación y desarrollo



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 82

### Proporción y número de trabajadores que se desempeña el departamento de investigación y desarrollo

Número	%	n
1-3	57,1%	4
7-9	14,3%	1
10-12	14,3%	1
Más de 15	14,3%	1
Total	100%	7

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 83

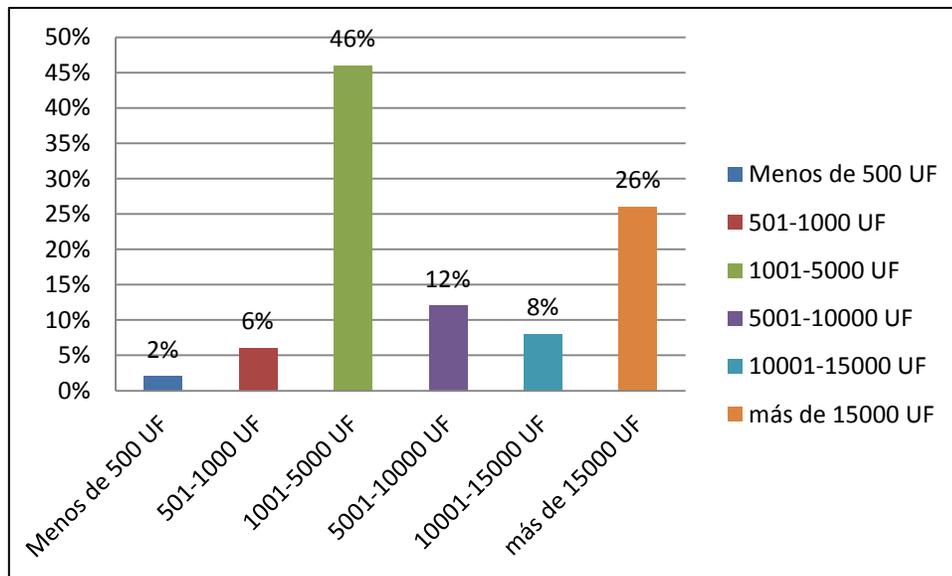
### Proporción de gastos en investigación y desarrollo

Gasto investigación y desarrollo	%	n
Hasta 3%	71,4%	5
Hasta 10%	28,6%	2
Total	100%	7

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 84

### Ventas Pymes comuna de San Antonio



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 85

### Estado de las ventas en los últimos 3 años

<b>INDICADOR</b>	<b>Ha aumentado</b>	<b>Se ha mantenido</b>	<b>Ha disminuido</b>
Su volumen de facturación	54%	40%	6%
Su cuota de mercado	40%	56%	4%
Su tasa de beneficios	46%	42%	12%
Su nivel de endeudamiento	26%	52%	22%

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 86

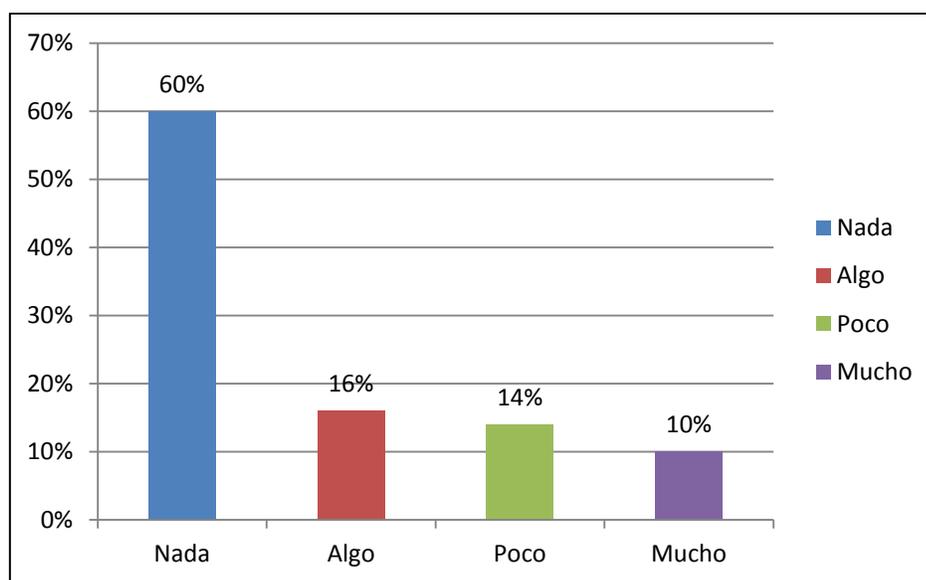
### Tipo de financiamiento de inversiones en plantas y equipos

Financiamiento	%	N
Recursos propios	75,5%	37
Créditos de bancos	42,9%	21
Adelantos de proveedor o cliente	4,1%	2
Financiamiento público	4,1%	2

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 87

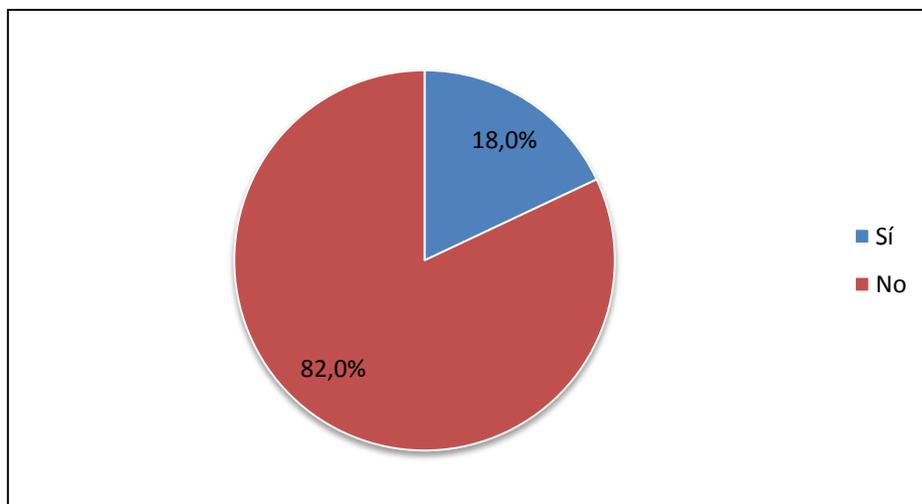
**Consideración sobre los sistemas de ayuda a las Pymes.**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 88

**Proporción de empresas que ha accedido a programas de ayuda a Pymes**



Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

## Anexo 89

### Percepción de las empresas con respecto a sus Competidores.

<b>OPCIONES</b>	<b>MUY POR DEBAJO</b>	<b>AL MISMO NIVEL</b>	<b>MUY POR ENCIMA</b>
Productividad	8%	60%	32%
Retornos de las inversiones	8%	56%	36%
Tasa de la utilidad	14%	52%	34%

Fuente: Elaboración propia, Encuesta a Empresarios de San Antonio, 2011

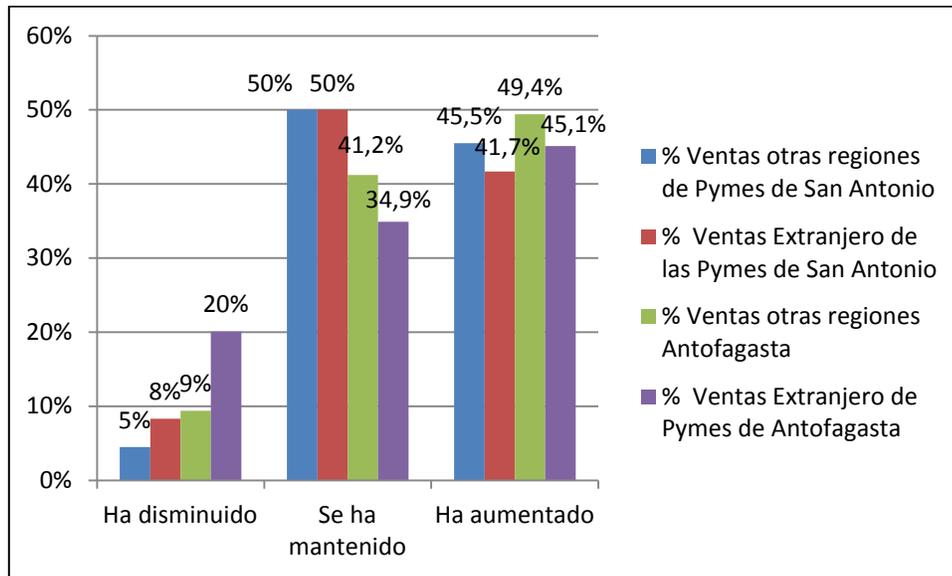
## Anexo 90

### Proporción del mercado objetivo de las Pymes

	<b>En San Antonio</b>	<b>Exportaciones Pymes San Antonio</b>	<b>En Antofagasta</b>	<b>Exportaciones Pymes Antofagasta</b>
	%	%	%	%
<b>sí</b>	56%	26%	35,7%	6,3%
<b>no</b>	44%	74%	64,3%	93,7%
<b>total</b>	100%	100%	100%	100%

## Anexo 91

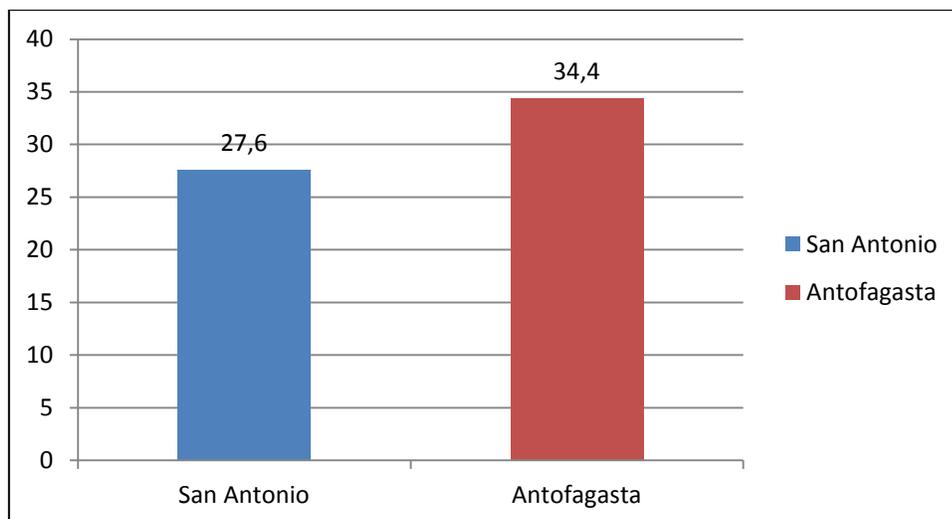
### Características de las ventas de las Pymes



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la Región de Antofagasta

## Anexo 92

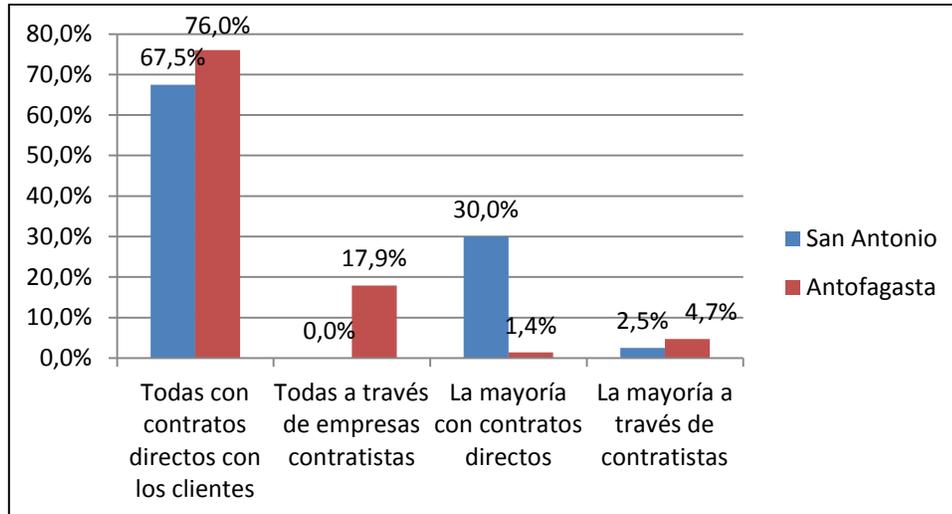
### Promedio de plazo de pago de los clientes



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 93

**Relación de las ventas con los clientes**



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 94

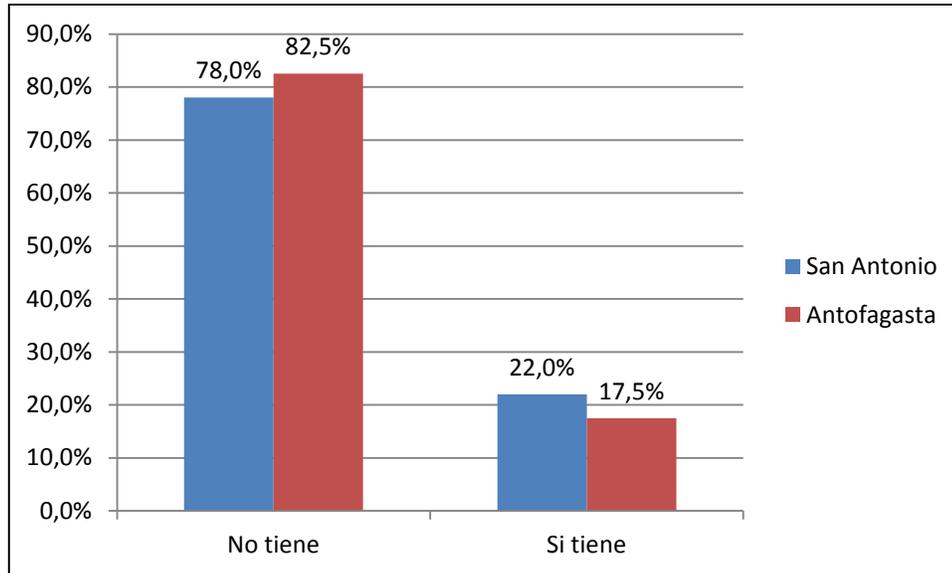
**Porcentaje y número de empresas que subcontratan en San Antonio y Antofagasta**

	San Antonio		Antofagasta	
	%	n	%	n
Sí	22,0%	11	34,6%	226
No	78,0%	39	65,4%	427

Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 95

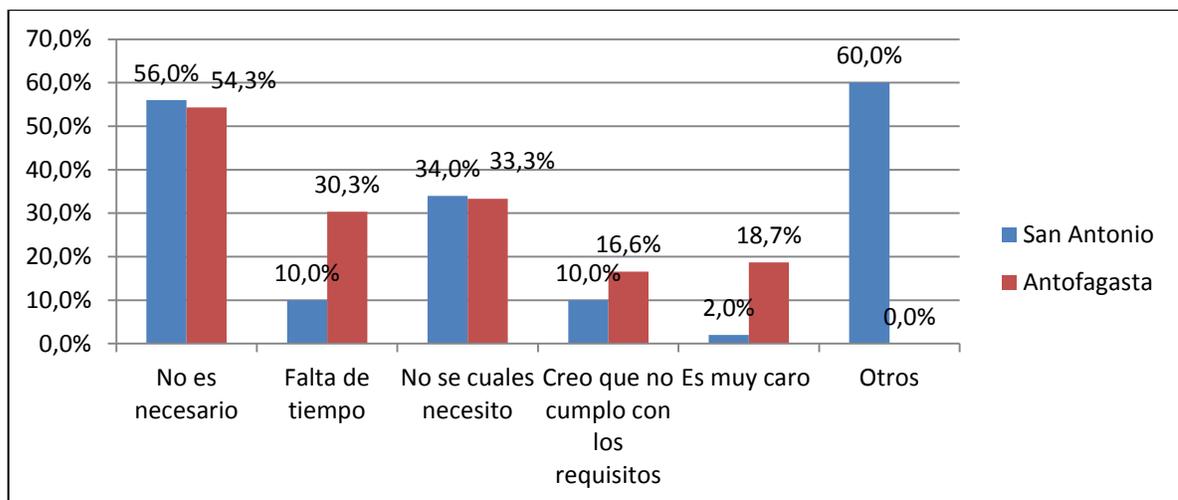
### Pymes certificadas



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

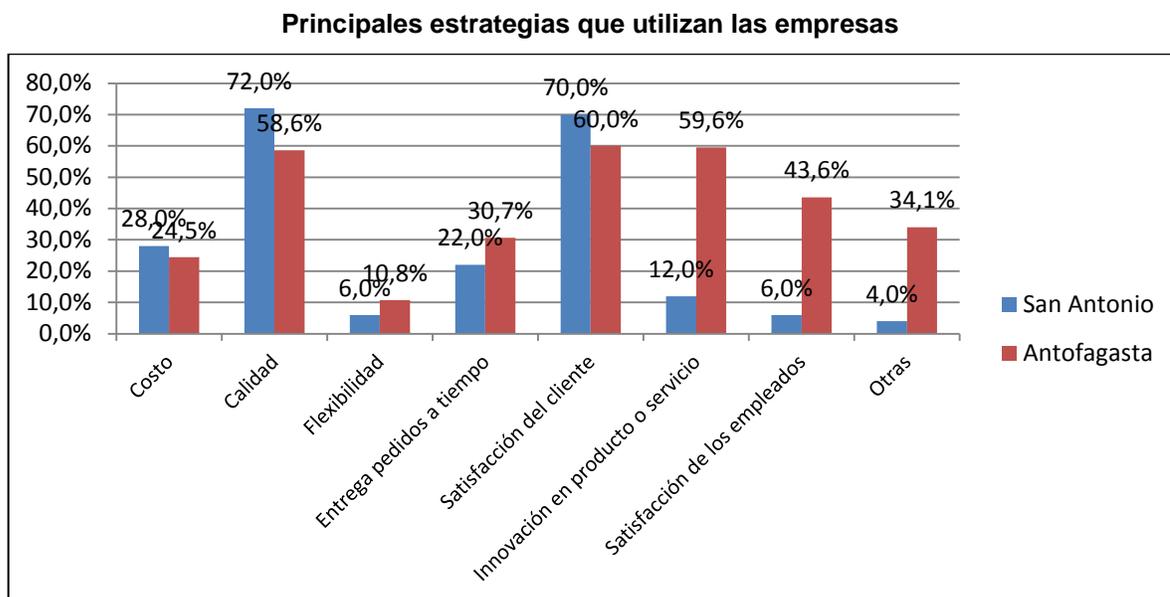
## Anexo 96

### Motivos para no certificar la empresa según relación con la minería



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

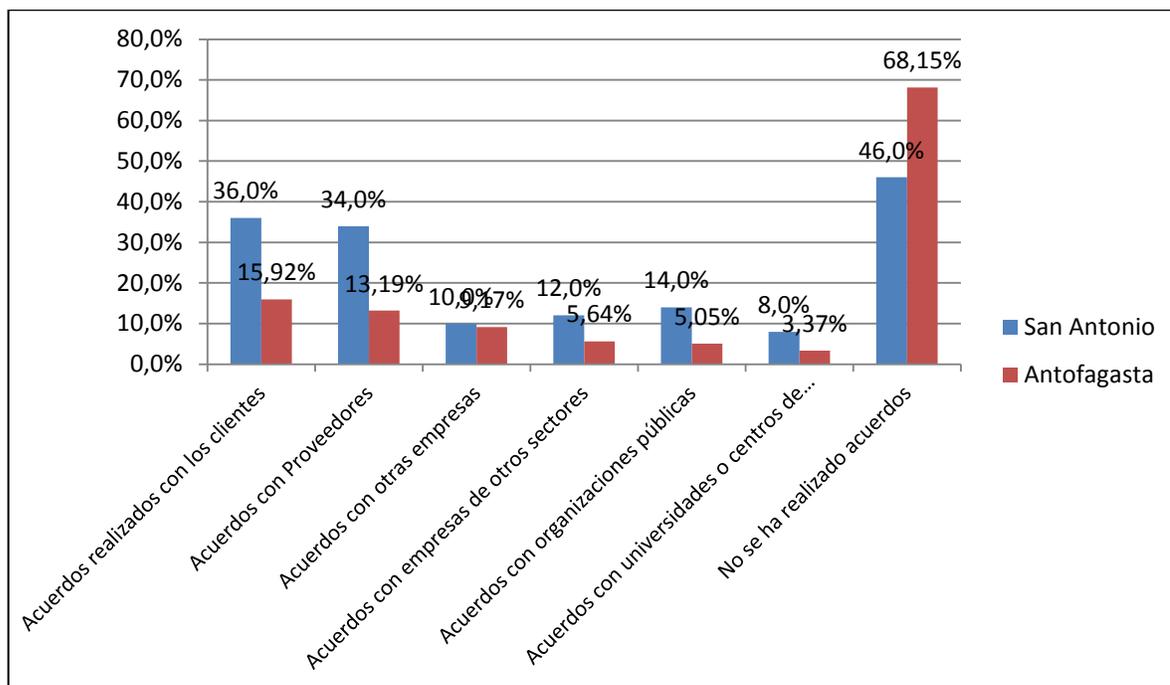
## Anexo 97



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 98

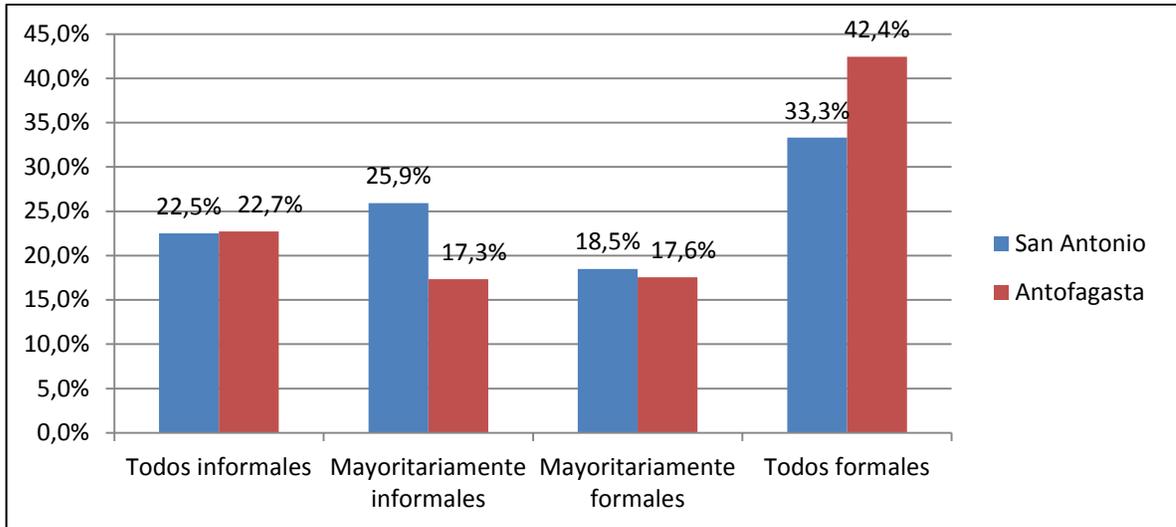
**Acuerdos de colaboración de las Pymes en los 3 últimos años.**



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 99

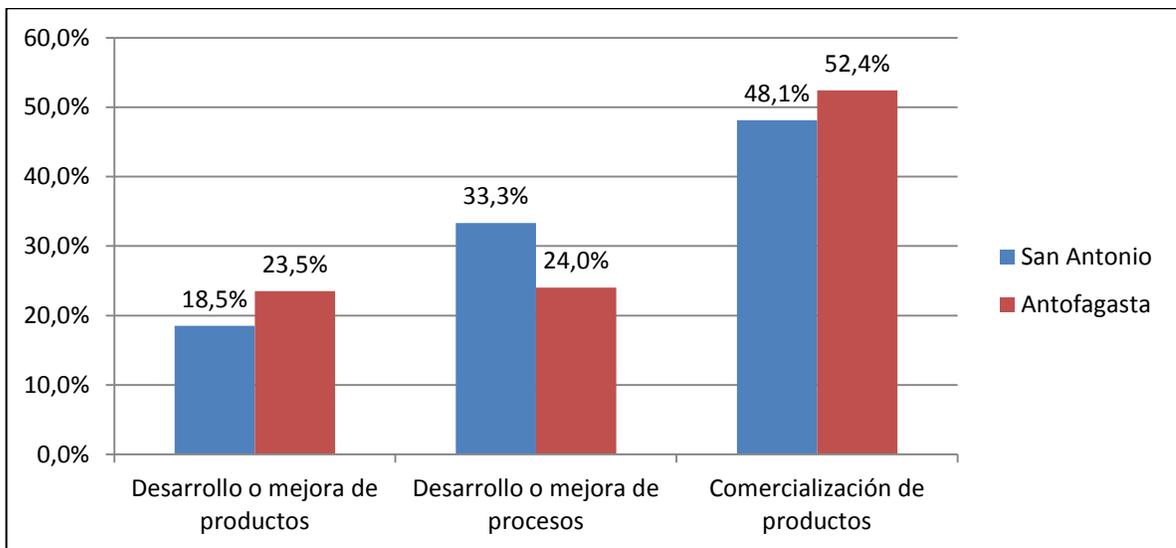
### Las características de los acuerdos de cooperación



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 100

### Principal objetivo de los acuerdos de colaboración de las Pymes



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 101

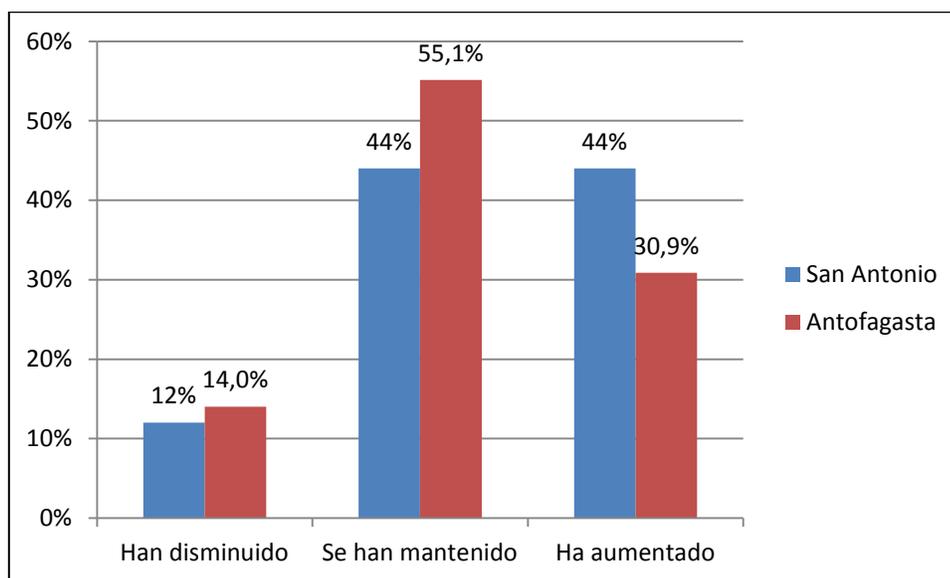
### Pymes que participan en alguna asociación empresarial

	%	(n)
San Antonio	18	36%
Antofagasta	63	16,5%

Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

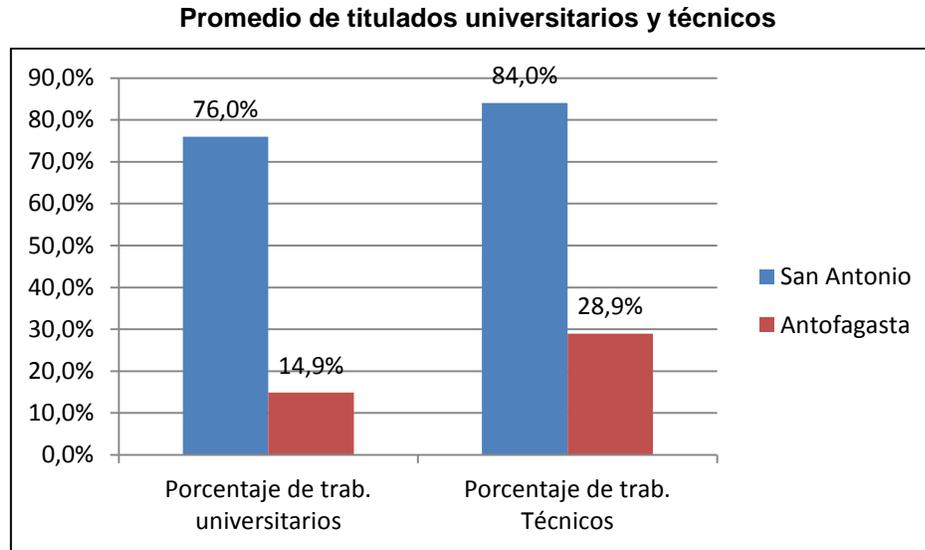
## Anexo 102

### Evolución del número de empleados



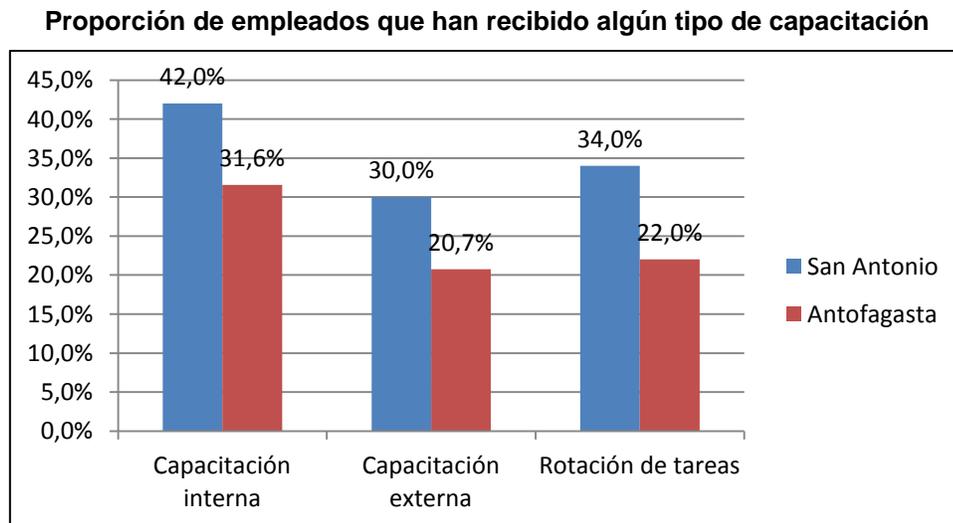
Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 103



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

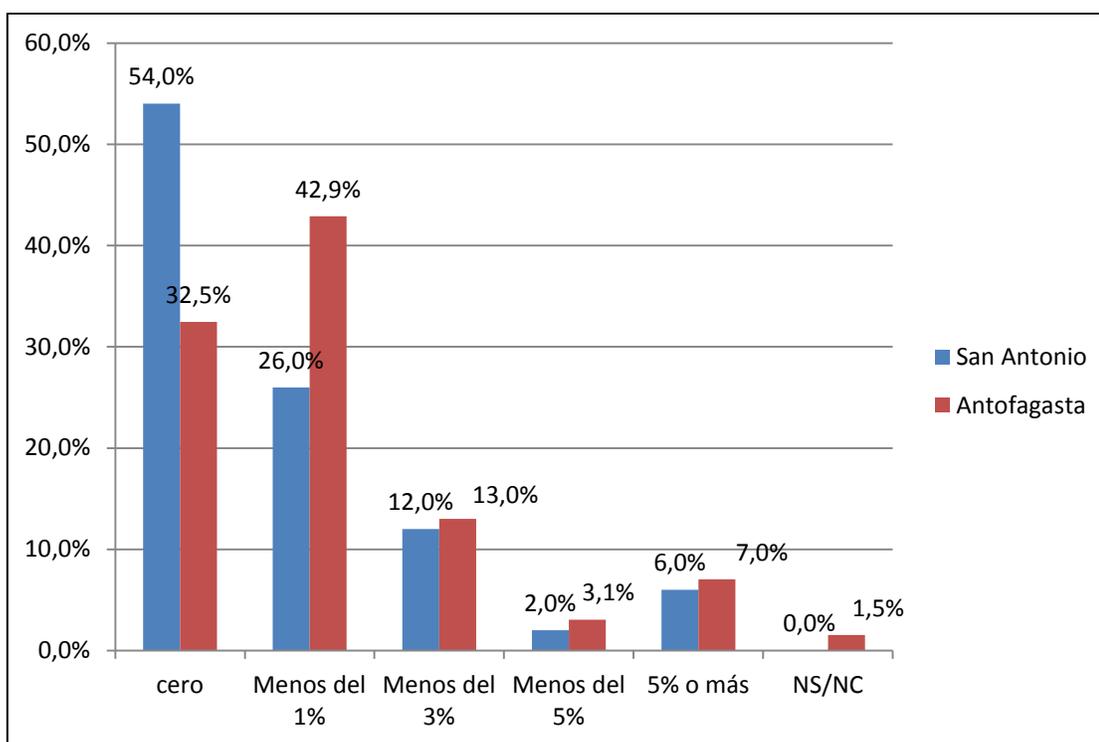
## Anexo 104



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 105

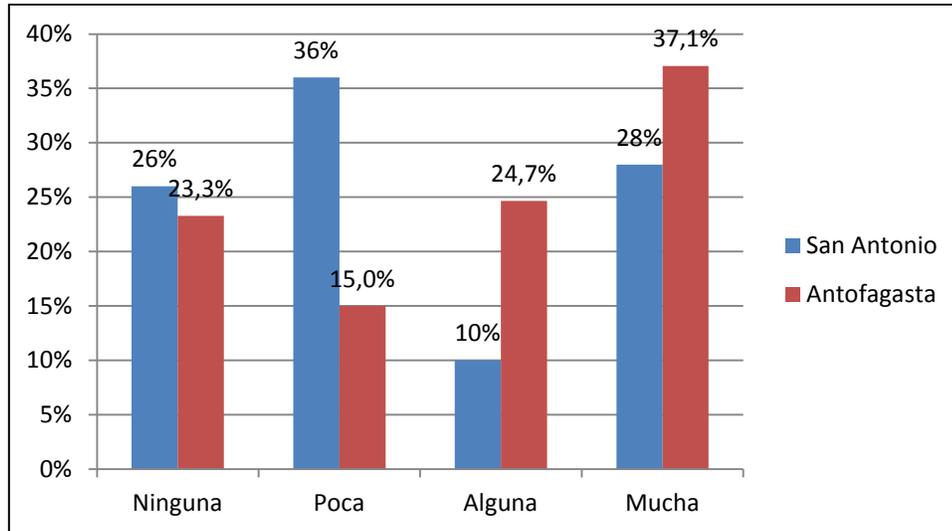
Gastos destinados a la formación de los empleados como porcentaje total



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 106

**Facilidad para encontrar trabajadores calificados según relación con la minería**

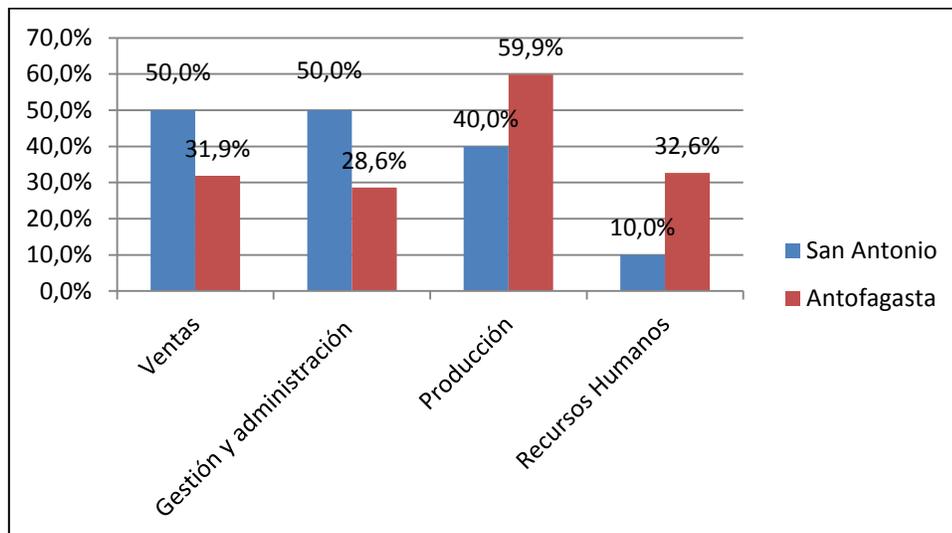


Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 107

**Áreas con dificultad para encontrar trabajadores calificados según relación con la minería.**

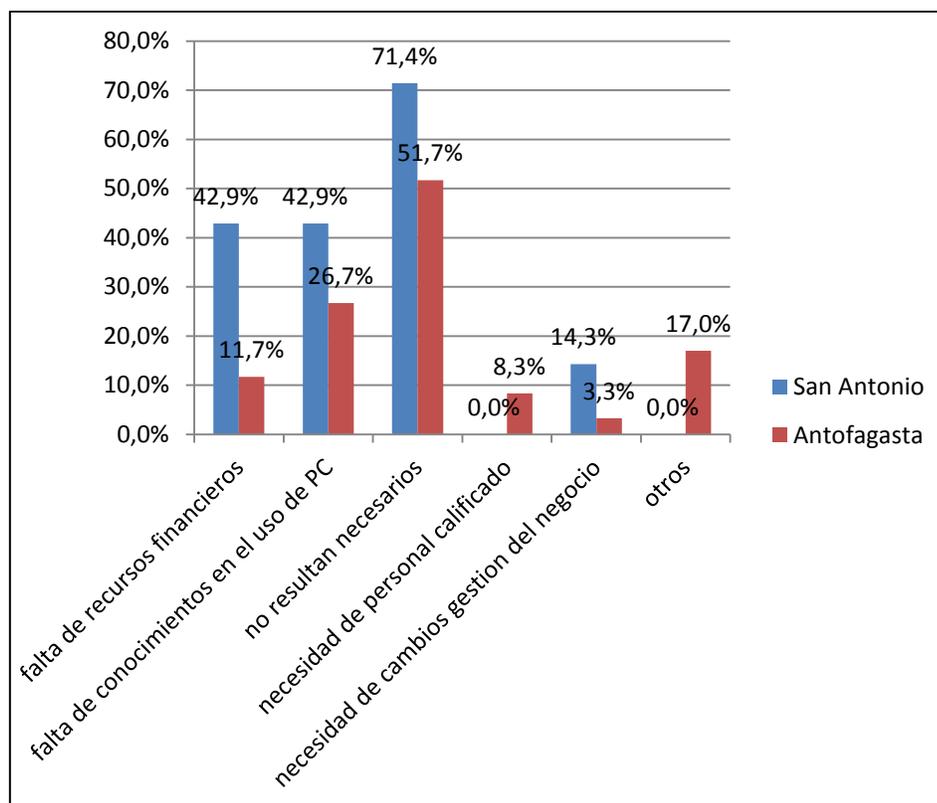
(%)



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 108

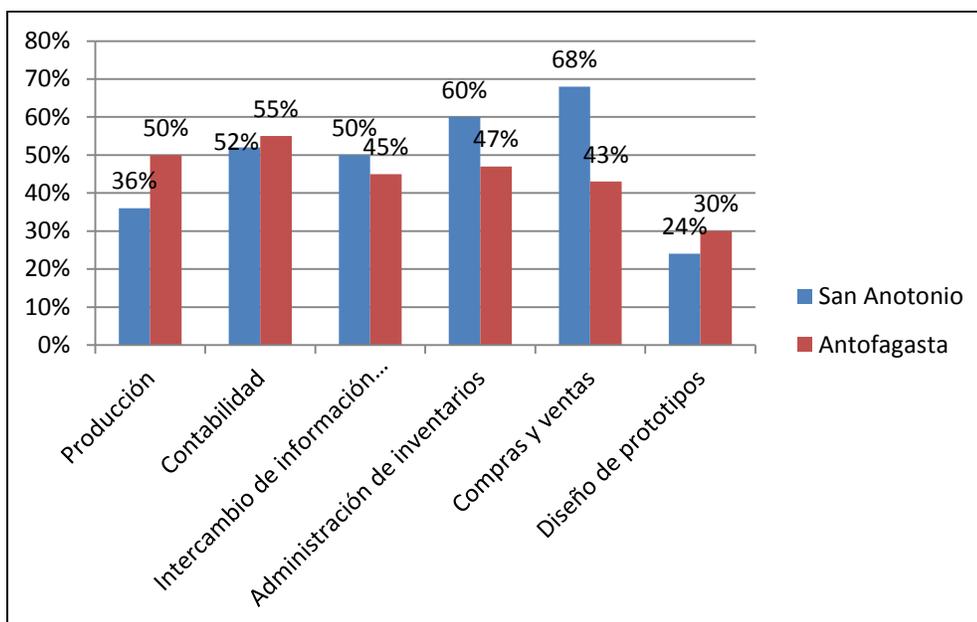
### Principales obstáculos para la adquisición de computadores



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 109

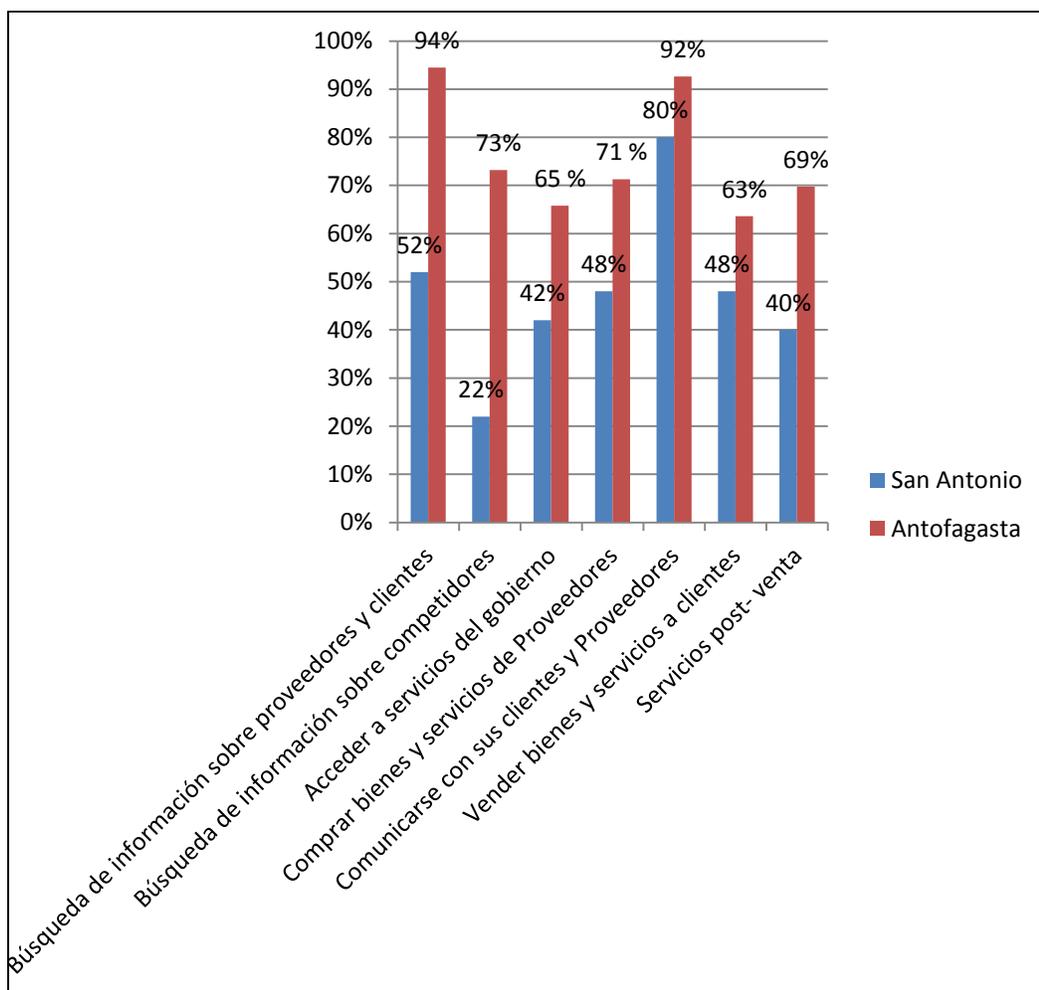
Utilización de las tecnologías de la información en las distintas áreas



Fuente: elaboración propia, Evolución de las Pymes de la región de Antofagasta.

## Anexo 110

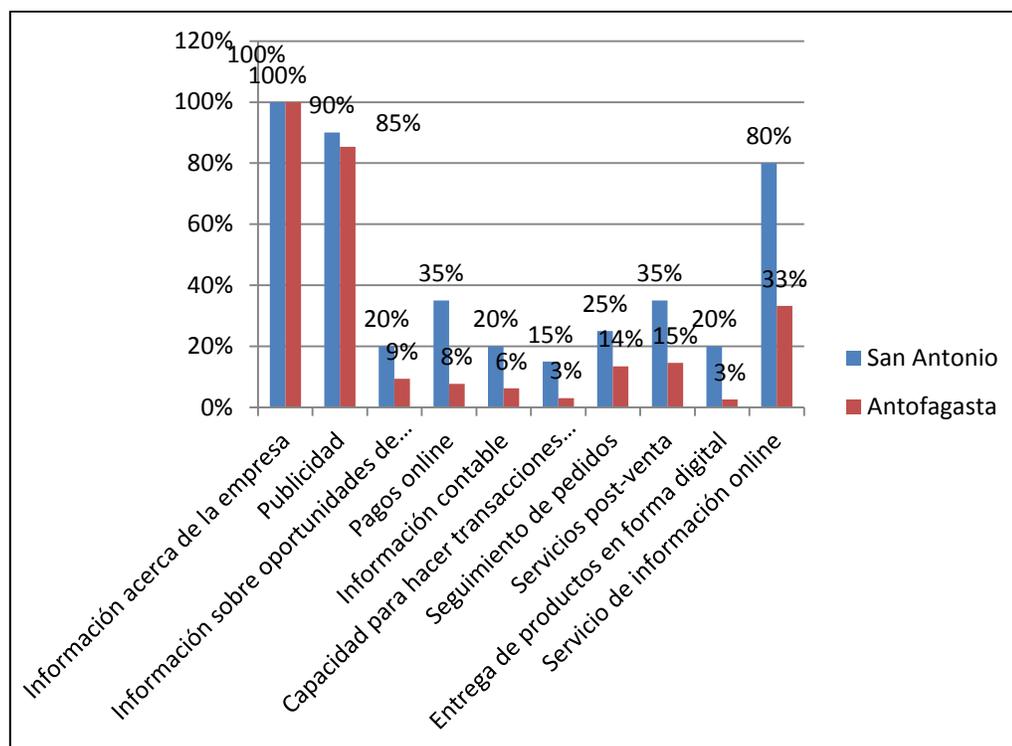
### Principales uso de internet



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 111

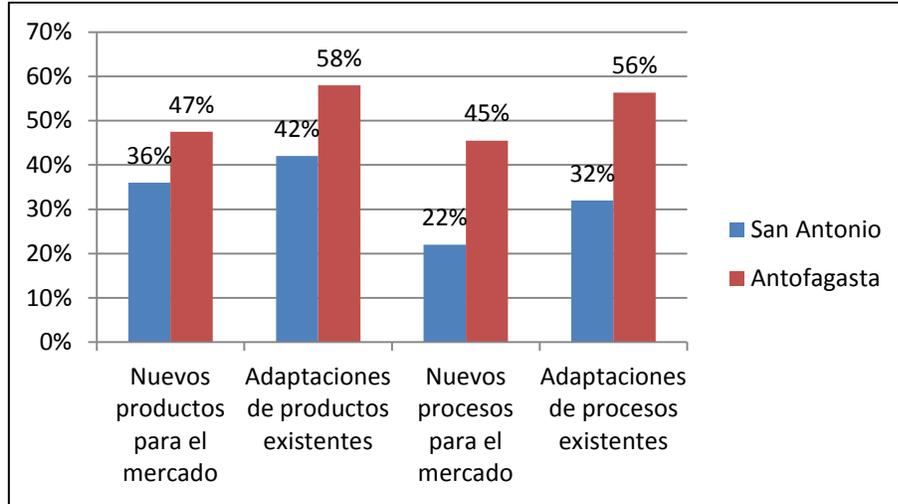
### Información que poseen la página web de las empresas de San Antonio y Antofagasta



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 112

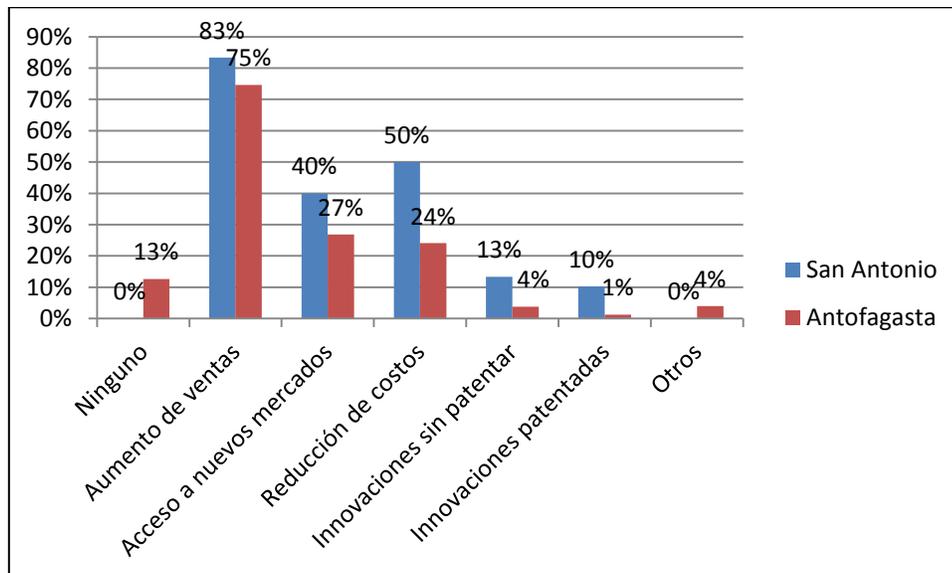
**Comparación de inversiones para desarrollar**



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 113

**Comparación resultado de las inversiones**



Elaboración propia, datos de La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 114

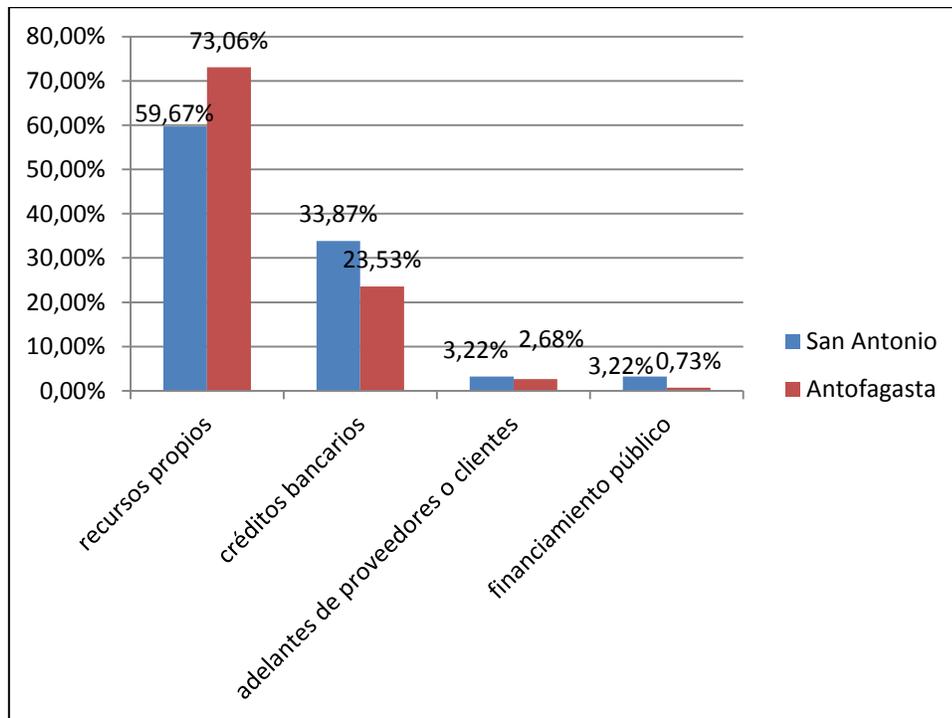
### Empresas que cuentan con departamento de investigación y desarrollo

	N	%
Antofagasta	27	4,1%
San Antonio	7	14%

Elaboración propia, Estudio Evolución de las Pymes de la región de Antofagasta. datos pag 107

## Anexo 115

### Formas de financiamiento para inversiones en planta y equipo durante los últimos 3 años en las Pymes



Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 116

### Grado de información en las Pymes de Antofagasta sobre programas de apoyo a la PYME

No Proveedor	Proveedor directo	Proveedor indirecto
media	media	media
2,6	2,9	2,7

De escala de 1 a 7 donde 1= Nada y 7 =mucho  
Elaboración propia, Estudio La Evolución de la Pyme de la región de Antofagasta

## Anexo 117

### ENCUESTA A EMPRESARIOS

**Objetivo general del estudio:** “Caracterizar a las pequeñas y medianas empresas existentes en la Comuna de San Antonio

**Señor empresario, Solicitamos colaboración, en el llenado de esta encuesta.**

Su aporte será totalmente **CONFIDENCIAL** y sólo se usará para los fines de este estudio.

Para cualquier inquietud, póngase en contacto con los investigadores:

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

#### INSTRUCCIONES DE LLENADO

Todas las preguntas de la encuesta tienen muchas indicaciones sobre el número de alternativas a seleccionar y sobre los saltos de preguntas que debe realizar. **Marque sus respuestas con una X. La persona que aplica la encuesta podrá orientarlo en el diligenciamiento.**

#### MÓDULO 1. DATOS BÁSICOS SOBRE SU EMPRESA

1. Nombre de la empresa:													
2. Municipio:	3. Domicilio:												
4. Teléfono:	5. E-mail												
6. Nombre del entrevistado:													
7. Cargo:	8. Teléfono												
9. E-mail:													
10. Año de inicio de actividades:													
<table border="1"> <tr><td>1950 - 1960</td><td></td></tr> <tr><td>1961 - 1970</td><td></td></tr> <tr><td>1971 - 1980</td><td></td></tr> <tr><td>1981 - 1990</td><td></td></tr> <tr><td>1991 - 2000</td><td></td></tr> <tr><td>2001 - 2010</td><td></td></tr> </table>		1950 - 1960		1961 - 1970		1971 - 1980		1981 - 1990		1991 - 2000		2001 - 2010	
1950 - 1960													
1961 - 1970													
1971 - 1980													
1981 - 1990													
1991 - 2000													
2001 - 2010													
11. Actividad inicial de la empresa:	12. Actividades secundarias (Si tiene mencionar máximo 2) Porcentaje ventas totales 1. _____ % 2. _____ %												
13. ¿Su empresa es sucursal o parte de un grupo?  <table border="1"> <tr><td>SI</td><td></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table> (Si responde NO pase a la pregunta 15.)	SI		NO		14. ¿Dónde se localiza su casa matriz?  <table border="1"> <tr><td>Región</td><td></td></tr> <tr><td>Resto Chile</td><td></td></tr> <tr><td>Extranjero</td><td></td></tr> </table>	Región		Resto Chile		Extranjero			
SI													
NO													
Región													
Resto Chile													
Extranjero													
15. ¿su empresa tiene más de una planta de producción o venta?  <table border="1"> <tr><td>SI</td><td></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table> (Si responde NO pase a la pregunta 17.)	SI		NO		16. ¿Dónde se localizan las otras plantas de Producción o venta?  <table border="1"> <tr><td>Región</td><td></td></tr> <tr><td>Resto Chile</td><td></td></tr> <tr><td>Extranjero</td><td></td></tr> </table>	Región		Resto Chile		Extranjero			
SI													
NO													
Región													
Resto Chile													
Extranjero													
17. Su empresa se considera													
<table border="1"> <tr><td>Micro</td><td></td></tr> <tr><td>Pequeña</td><td></td></tr> </table>		Micro		Pequeña									
Micro													
Pequeña													

Mediana	
Grande	

## MÓDULO 2. SOBRE SUS CLIENTES Y PROVEEDORES

18. Normalmente los contratos con sus principales clientes se caracterizan por ser:

OPCIONES DE RESPUESTA	NUNCA	POCAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
De corto plazo con un objetivo específico acorde a los intereses del cliente				
Anuales que garantizan la venta de una cantidad establecida				
Anuales con una demanda aproximada sujeta a reajustes según la necesidad del cliente				
De más de un año				
De un año o más que incluyen cooperación con el cliente				

19. ¿Qué porcentaje aproximado de sus ventas representa su principal cliente?

0 %	
1 a 20 %	
21 a 40 %	
41 a 60 %	
61 a 80 %	
81 a 100 %	

20. Las ventas de su empresa son realizadas ( *si nunca es subcontratada pase a la pregunta 23*)

Todas con contratos directos con los clientes	
Todas a través de empresas contratistas	
La mayoría con contratos directos	
La mayoría a través de contratistas	

21. ¿Qué parte aproximada de sus ventas se realiza a través de contratistas?

0%	
1 a 20 %	
21 a 40 %	
41 a 60 %	
61 a 80 %	
81 a 100 %	

22. Durante los últimos tres años, sus ventas a través de contratistas

Han aumentado	
Se han mantenido	
Han disminuido	

23. ¿Su empresa vende a clientes de otras regiones dentro de Chile?

SI	
NO	

(*si la respuesta es NO pase a la pregunta 26*)

24. ¿Cuánto representan estas ventas en el total?

0%	
1 a 20 %	
21 a 40 %	
41 a 60 %	
61 a 80 %	
81 a 100 %	

25. Durante los últimos tres años, sus ventas a otras regiones de Chile

Han aumentado	
Se han mantenido	
Han disminuido	

26. ¿Su empresa ha exportado al extranjero?

SI	
NO	

(*si la respuesta es NO pase a la pregunta 31*)

<p>27. Desde qué año exporta al extranjero su empresa:</p> <table border="1"> <tr><td>1970 - 1980</td><td></td></tr> <tr><td>1981 - 1990</td><td></td></tr> <tr><td>1991 - 2000</td><td></td></tr> <tr><td>2001 - 2010</td><td></td></tr> </table>	1970 - 1980		1981 - 1990		1991 - 2000		2001 - 2010		<p>28. ¿Cuáles son los dos principales países extranjeros a los que exporta sus bienes y servicios?</p> <table border="1"> <tr><td>1.</td><td></td></tr> <tr><td>2.</td><td></td></tr> </table>	1.		2.							
1970 - 1980																			
1981 - 1990																			
1991 - 2000																			
2001 - 2010																			
1.																			
2.																			
<p>29. ¿Cuánto representan las ventas al extranjero en el total de las ventas?</p> <table border="1"> <tr><td>0%</td><td></td></tr> <tr><td>1 a 20 %</td><td></td></tr> <tr><td>21 a 40 %</td><td></td></tr> <tr><td>41 a 60 %</td><td></td></tr> <tr><td>61 a 80 %</td><td></td></tr> <tr><td>81 a 100 %</td><td></td></tr> </table>	0%		1 a 20 %		21 a 40 %		41 a 60 %		61 a 80 %		81 a 100 %		<p>30. Durante los tres últimos años, sus ventas al extranjero</p> <table border="1"> <tr><td>Han aumentado</td><td></td></tr> <tr><td>Se han mantenido</td><td></td></tr> <tr><td>Han disminuido</td><td></td></tr> </table>	Han aumentado		Se han mantenido		Han disminuido	
0%																			
1 a 20 %																			
21 a 40 %																			
41 a 60 %																			
61 a 80 %																			
81 a 100 %																			
Han aumentado																			
Se han mantenido																			
Han disminuido																			
<p>31. A qué plazo recibe el pago de sus clientes principales</p> <table border="1"> <tr><td>Contra entrega</td><td></td></tr> <tr><td>30 días</td><td></td></tr> <tr><td>60 días</td><td></td></tr> <tr><td>90 días</td><td></td></tr> <tr><td>120 días</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 120 días</td><td></td></tr> </table>	Contra entrega		30 días		60 días		90 días		120 días		Más de 120 días		<p>32. ¿De dónde son sus principales empresas proveedoras?</p> <table border="1"> <tr><td>Región</td><td></td></tr> <tr><td>Resto Chile</td><td></td></tr> <tr><td>Extranjero</td><td></td></tr> </table>	Región		Resto Chile		Extranjero	
Contra entrega																			
30 días																			
60 días																			
90 días																			
120 días																			
Más de 120 días																			
Región																			
Resto Chile																			
Extranjero																			
<p>33. ¿Cuáles son los principales tipos de bienes que compra a sus proveedores? (<i>Marque dos</i>)</p> <table border="1"> <tr><td>Materias primas</td><td></td></tr> <tr><td>Productos intermedios</td><td></td></tr> <tr><td>Productos finales</td><td></td></tr> <tr><td>Servicios</td><td></td></tr> </table>	Materias primas		Productos intermedios		Productos finales		Servicios		<p>34. ¿Externaliza (subcontrata) alguna de sus actividades?</p> <table border="1"> <tr><td>SI</td><td></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table>	SI		NO							
Materias primas																			
Productos intermedios																			
Productos finales																			
Servicios																			
SI																			
NO																			

### MÓDULO 3. GESTIÓN Y MODERNIZACION EMPRESARIAL.

<p>35. Indique qué certificados internacionales posee su empresa (<i>puede señalar más de uno</i>)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tr><td>No tiene</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>ISO 9.001</td><td></td></tr> <tr><td>ISO 9.002</td><td></td></tr> <tr><td>ISO 14.000</td><td></td></tr> <tr><td>OSHAS18.000</td><td></td></tr> <tr><td>BASC</td><td></td></tr> <tr><td>Otros</td><td></td></tr> </table> <p>¿Cuáles? _____</p>	No tiene		ISO 9.001		ISO 9.002		ISO 14.000		OSHAS18.000		BASC		Otros		<p>36. Indique si se encuentra en proceso de obtención de los siguientes certificados internacionales. (<i>puede señalar más de uno</i>)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tr><td>NO</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>ISO 9.001</td><td></td></tr> <tr><td>ISO 9.002</td><td></td></tr> <tr><td>ISO 14.000</td><td></td></tr> <tr><td>OSHAS18.000</td><td></td></tr> <tr><td>BASC</td><td></td></tr> <tr><td>Otros</td><td></td></tr> </table> <p>¿Cuáles? _____</p>	NO		ISO 9.001		ISO 9.002		ISO 14.000		OSHAS18.000		BASC		Otros	
No tiene																													
ISO 9.001																													
ISO 9.002																													
ISO 14.000																													
OSHAS18.000																													
BASC																													
Otros																													
NO																													
ISO 9.001																													
ISO 9.002																													
ISO 14.000																													
OSHAS18.000																													
BASC																													
Otros																													
<p>37. (<i>Si no se ha certificado</i>) ¿Por qué razón no se ha certificado? (<i>Señalar 2</i>)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tr><td>No es necesario</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>No se cuales necesito</td><td></td></tr> <tr><td>Es muy caro</td><td></td></tr> <tr><td>Falta de tiempo</td><td></td></tr> <tr><td>Creo que no cumplo con los requisitos</td><td></td></tr> <tr><td>Otros</td><td></td></tr> </table>	No es necesario		No se cuales necesito		Es muy caro		Falta de tiempo		Creo que no cumplo con los requisitos		Otros		<p>38. ¿Existe algún sistema de evaluación formal para medir el desempeño de los empleados de su empresa?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tr><td>En ningún nivel</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>En pocos niveles</td><td></td></tr> <tr><td>En muchos niveles</td><td></td></tr> <tr><td>En todos los niveles</td><td></td></tr> </table>	En ningún nivel		En pocos niveles		En muchos niveles		En todos los niveles									
No es necesario																													
No se cuales necesito																													
Es muy caro																													
Falta de tiempo																													
Creo que no cumplo con los requisitos																													
Otros																													
En ningún nivel																													
En pocos niveles																													
En muchos niveles																													
En todos los niveles																													
<p>39. ¿Posee su empresa un departamento de control de calidad?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tr><td>SI</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table>	SI		NO		<p>40. ¿Contrata servicios externos de auditoría de calidad?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tr><td>SI</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table>	SI		NO																					
SI																													
NO																													
SI																													
NO																													
<p>41. ¿Posee un sistema de evaluación de la calidad de los insumos que compra a sus proveedores?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tr><td>SI</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table>	SI		NO		<p>42. ¿Su empresa tiene establecido procedimientos para tratar los reclamos de los clientes?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tr><td>SI</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table>	SI		NO																					
SI																													
NO																													
SI																													
NO																													
<p>43. Su empresa ha definido una Misión, una Visión y unos valores que orientan su actividad?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tr><td>SI</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table>	SI		NO		<p>44. ¿Cuáles diría usted que son las dos principales estrategias de su empresa para ser competitiva? (<i>Señalar 2</i>)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tr><td>Costo</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>Calidad</td><td></td></tr> <tr><td>Flexibilidad</td><td></td></tr> <tr><td>Entrega pedidos a tiempo</td><td></td></tr> <tr><td>Satisfacción del cliente</td><td></td></tr> <tr><td>Innovación en producto o servicio</td><td></td></tr> <tr><td>Satisfacción de los empleados</td><td></td></tr> <tr><td>Otras</td><td></td></tr> </table> <p>¿Cuáles? _____</p>	Costo		Calidad		Flexibilidad		Entrega pedidos a tiempo		Satisfacción del cliente		Innovación en producto o servicio		Satisfacción de los empleados		Otras									
SI																													
NO																													
Costo																													
Calidad																													
Flexibilidad																													
Entrega pedidos a tiempo																													
Satisfacción del cliente																													
Innovación en producto o servicio																													
Satisfacción de los empleados																													
Otras																													
<p>45. Indique el porcentaje de los equipos técnicos de su empresa que tienen una edad mayor a tres años (sin contar los computadores)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-bottom: 10px;"> <tr><td>0%</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>1 a 20 %</td><td></td></tr> <tr><td>21 a 40 %</td><td></td></tr> <tr><td>41 a 60 %</td><td></td></tr> </table>		0%		1 a 20 %		21 a 40 %		41 a 60 %																					
0%																													
1 a 20 %																													
21 a 40 %																													
41 a 60 %																													

61 a 80 %	
81 a 100 %	

#### MÓDULO 4. ASOCIATIVIDAD

<p>46. Durante los últimos tres años su empresa ha realizado acuerdos de colaboración con: <i>(puede marcar varias)</i></p> <table border="1"> <tr><td>Clientes</td><td></td></tr> <tr><td>Proveedores</td><td></td></tr> <tr><td>Otras empresas del sector</td><td></td></tr> <tr><td>Otras empresas de otros sectores</td><td></td></tr> <tr><td>Organizaciones públicas</td><td></td></tr> <tr><td>Universidades y centros de investigación</td><td></td></tr> <tr><td>No se han realizado acuerdos</td><td></td></tr> </table> <p><i>(Si NO ha realizado acuerdos pase a la pregunta 49)</i></p>	Clientes		Proveedores		Otras empresas del sector		Otras empresas de otros sectores		Organizaciones públicas		Universidades y centros de investigación		No se han realizado acuerdos		<p>47. Los acuerdos de cooperación realizados por su empresa han sido:</p> <table border="1"> <tr><td>Todos informales</td><td></td></tr> <tr><td>Algunos informales</td><td></td></tr> <tr><td>La mayoría formales</td><td></td></tr> <tr><td>Todos formales</td><td></td></tr> </table>	Todos informales		Algunos informales		La mayoría formales		Todos formales	
Clientes																							
Proveedores																							
Otras empresas del sector																							
Otras empresas de otros sectores																							
Organizaciones públicas																							
Universidades y centros de investigación																							
No se han realizado acuerdos																							
Todos informales																							
Algunos informales																							
La mayoría formales																							
Todos formales																							
<p>48. ¿Cuál ha sido el objetivo principal de sus acuerdos de cooperación? <i>(Marque solo uno)</i></p> <table border="1"> <tr><td>Desarrollo o mejora de productos</td><td></td></tr> <tr><td>Desarrollo o mejora de procesos</td><td></td></tr> <tr><td>Comercialización de productos</td><td></td></tr> </table>	Desarrollo o mejora de productos		Desarrollo o mejora de procesos		Comercialización de productos		<p>49. ¿Su empresa participa en alguna asociación empresarial?</p> <table border="1"> <tr><td>SI</td><td></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table> <p>¿Cuáles? _____</p>	SI		NO													
Desarrollo o mejora de productos																							
Desarrollo o mejora de procesos																							
Comercialización de productos																							
SI																							
NO																							

#### MÓDULO 5. CAPITAL HUMANO

<p>50. Durante el último año, su número total de empleados ha sido:</p> <table border="1"> <tr><td>1 a 50</td><td></td></tr> <tr><td>51 a 100</td><td></td></tr> <tr><td>101 a 150</td><td></td></tr> <tr><td>151 a 200</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 200</td><td></td></tr> </table> <table border="1"> <tr><td>Total Empleados</td><td></td></tr> </table>	1 a 50		51 a 100		101 a 150		151 a 200		Más de 200		Total Empleados		<p>51. ¿De estas, cuántos titulados universitarios trabajan en su empresa?</p> <table border="1"> <tr><td>1 a 10</td><td></td></tr> <tr><td>11 a 20</td><td></td></tr> <tr><td>21 a 30</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 31</td><td></td></tr> </table> <table border="1"> <tr><td>Total Empleados</td><td></td></tr> </table>	1 a 10		11 a 20		21 a 30		Más de 31		Total Empleados	
1 a 50																							
51 a 100																							
101 a 150																							
151 a 200																							
Más de 200																							
Total Empleados																							
1 a 10																							
11 a 20																							
21 a 30																							
Más de 31																							
Total Empleados																							
<p>52. Y cuántos titulados de centros de formación técnica o de institutos trabajan en su empresa?</p> <table border="1"> <tr><td>1 a 10</td><td></td></tr> <tr><td>11 a 20</td><td></td></tr> <tr><td>21 a 30</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 31</td><td></td></tr> </table> <table border="1"> <tr><td>Total Empleados</td><td></td></tr> </table>	1 a 10		11 a 20		21 a 30		Más de 31		Total Empleados		<p>53. Durante los tres últimos años, el número de empleados de su empresa:</p> <table border="1"> <tr><td>Han aumentado</td><td></td></tr> <tr><td>Se han mantenido</td><td></td></tr> <tr><td>Han disminuido</td><td></td></tr> </table>	Han aumentado		Se han mantenido		Han disminuido							
1 a 10																							
11 a 20																							
21 a 30																							
Más de 31																							
Total Empleados																							
Han aumentado																							
Se han mantenido																							
Han disminuido																							

<p>54. Durante los tres últimos años, cuál ha sido la rotación de sus empleados:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr><td>0%</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>1 a 20 %</td><td></td></tr> <tr><td>21 a 40 %</td><td></td></tr> <tr><td>41 a 60 %</td><td></td></tr> <tr><td>61 a 80 %</td><td></td></tr> <tr><td>81 a 100 %</td><td></td></tr> </table>	0%		1 a 20 %		21 a 40 %		41 a 60 %		61 a 80 %		81 a 100 %		<p>55. Durante los últimos 12 meses, qué proporción de empleados participaron en:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">OPCIONES</th> <th>0 %</th> <th>1% 20%</th> <th>21% 40%</th> <th>41% 60%</th> <th>61% 80%</th> <th>81% 100%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Capacitación interna</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Capacitación externa</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Rotación de tareas/intercambio de tareas</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	OPCIONES	0 %	1% 20%	21% 40%	41% 60%	61% 80%	81% 100%	Capacitación interna							Capacitación externa							Rotación de tareas/intercambio de tareas						
0%																																									
1 a 20 %																																									
21 a 40 %																																									
41 a 60 %																																									
61 a 80 %																																									
81 a 100 %																																									
OPCIONES	0 %	1% 20%	21% 40%	41% 60%	61% 80%	81% 100%																																			
Capacitación interna																																									
Capacitación externa																																									
Rotación de tareas/intercambio de tareas																																									
<p>56. (Hacer si ha realizado capacitaciones)</p> <p>¿Cuál ha sido la proporción del total de gastos destinada a la formación de empleados durante el último año?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr><td>Cero</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>Menos del 1%</td><td></td></tr> <tr><td>Menos del 3%</td><td></td></tr> <tr><td>Menos del 5%</td><td></td></tr> <tr><td>5% o más</td><td></td></tr> </table>	Cero		Menos del 1%		Menos del 3%		Menos del 5%		5% o más		<p>57. ¿Tienen facilidad para encontrar en la región, trabajadores suficientemente calificados para sus necesidades?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr><td>Ninguna</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>Poca</td><td></td></tr> <tr><td>Alguna</td><td></td></tr> <tr><td>Mucha</td><td></td></tr> </table>	Ninguna		Poca		Alguna		Mucha																							
Cero																																									
Menos del 1%																																									
Menos del 3%																																									
Menos del 5%																																									
5% o más																																									
Ninguna																																									
Poca																																									
Alguna																																									
Mucha																																									
<p>58. En qué áreas encuentra más problemas para contratar personal (<i>Marque 2</i>)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr><td>Ventas</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>Gestión y Administración</td><td></td></tr> <tr><td>Producción</td><td></td></tr> <tr><td>Recursos humanos</td><td></td></tr> <tr><td>Otras</td><td></td></tr> </table> <p>¿Cuáles? _____</p>		Ventas		Gestión y Administración		Producción		Recursos humanos		Otras																															
Ventas																																									
Gestión y Administración																																									
Producción																																									
Recursos humanos																																									
Otras																																									

### MÓDULO 6. NUEVAS TECNOLOGIAS APLICADAS A LA PRODUCCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN.

<p>59. ¿Qué número aproximado de computadores posee su empresa?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr><td>No tengo</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>1 a 15</td><td></td></tr> <tr><td>16 a 30</td><td></td></tr> <tr><td>31 a 45</td><td></td></tr> <tr><td>46 a 60</td><td></td></tr> <tr><td>61 a 75</td><td></td></tr> <tr><td>76 a 90</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 91</td><td></td></tr> </table> <p>(Si no tiene pase a la pregunta 60, si tiene a la 61)</p>	No tengo		1 a 15		16 a 30		31 a 45		46 a 60		61 a 75		76 a 90		Más de 91		<p>60. ¿Cuáles son los dos principales obstáculos, que le impiden la adquisición de computadores?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr><td>Falta de recursos financieros</td><td style="width: 50px;"></td></tr> <tr><td>Falta de conocimiento en el uso de las computadoras</td><td></td></tr> <tr><td>No resultan necesarios</td><td></td></tr> <tr><td>Necesidad de personal calificado</td><td></td></tr> <tr><td>Necesidad de cambios la gestión del negocio</td><td></td></tr> <tr><td>Otros</td><td></td></tr> </table>	Falta de recursos financieros		Falta de conocimiento en el uso de las computadoras		No resultan necesarios		Necesidad de personal calificado		Necesidad de cambios la gestión del negocio		Otros	
No tengo																													
1 a 15																													
16 a 30																													
31 a 45																													
46 a 60																													
61 a 75																													
76 a 90																													
Más de 91																													
Falta de recursos financieros																													
Falta de conocimiento en el uso de las computadoras																													
No resultan necesarios																													
Necesidad de personal calificado																													
Necesidad de cambios la gestión del negocio																													
Otros																													

<p>61. Aproximadamente ¿Con qué frecuencia sustituyen sus equipos computacionales?</p> <table border="1"> <tr><td>Cada año</td><td></td></tr> <tr><td>Cada dos años</td><td></td></tr> <tr><td>Cada tres años</td><td></td></tr> <tr><td>Cada más de tres años</td><td></td></tr> </table>	Cada año		Cada dos años		Cada tres años		Cada más de tres años		<p>62. ¿Ha realizado su empresa actividades de formación para sus empleados en el uso de las tecnologías de la información?</p> <table border="1"> <tr><td>SI</td><td></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table>	SI		NO	
Cada año													
Cada dos años													
Cada tres años													
Cada más de tres años													
SI													
NO													

63. Estime la proporción de sus empleados que usan regularmente para trabajar:

OPCIONES	0%	1% - 20%	21%- 40%	41% - 60%	61%- 80%
Un PC o terminal					
E mail					
Internet					

64. ¿En cuál de las siguientes áreas y con qué intensidad se emplean las tecnologías de la información de su empresa?

OPCIONES	NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Producción				
Contabilidad				
Intercambio de información interno				
Administración de inventarios				
Compras y ventas				
Diseño de prototipos				

65. Su empresa usa internet para: (Si no usa internet pase a la pregunta 66, si lo usa pase a la 67)

OPCIONES	NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Búsqueda de información sobre proveedores y clientes				
Búsqueda de información sobre competidores				
Acceder a servicios del gobierno				
Comprar bienes y servicios de Proveedores				
Comunicarse con sus clientes y Proveedores				
Vender bienes y servicios a clientes				
Servicios post- venta				
Otros				

<p>66.Cuál es el principal motivo que limita el uso de internet en la empresa? (Marque una opción y pase a la pregunta 74)</p> <table border="1"> <tr><td>Riesgo de virus o hackers accediendo a información confidencial</td><td></td></tr> <tr><td>Falta de personas capacitadas en tecnología de la información</td><td></td></tr> <tr><td>Costo de aplicación y mantenimiento</td><td></td></tr> <tr><td>No relevante para el giro del negocio</td><td></td></tr> <tr><td>Comunicación de datos lenta</td><td></td></tr> <tr><td>Otros</td><td></td></tr> </table> <p>¿Cuáles? _____</p>	Riesgo de virus o hackers accediendo a información confidencial		Falta de personas capacitadas en tecnología de la información		Costo de aplicación y mantenimiento		No relevante para el giro del negocio		Comunicación de datos lenta		Otros		<p>67. (Si realiza ventas por internet) En los últimos 12 meses ¿cuál fue el porcentaje de las ventas realizadas por internet?</p> <table border="1"> <tr><td>0%</td><td></td></tr> <tr><td>1 a 20 %</td><td></td></tr> <tr><td>21a 40 %</td><td></td></tr> <tr><td>41 a 60 %</td><td></td></tr> <tr><td>61 a 80 %</td><td></td></tr> <tr><td>81 a 100 %</td><td></td></tr> </table>	0%		1 a 20 %		21a 40 %		41 a 60 %		61 a 80 %		81 a 100 %	
Riesgo de virus o hackers accediendo a información confidencial																									
Falta de personas capacitadas en tecnología de la información																									
Costo de aplicación y mantenimiento																									
No relevante para el giro del negocio																									
Comunicación de datos lenta																									
Otros																									
0%																									
1 a 20 %																									
21a 40 %																									
41 a 60 %																									
61 a 80 %																									
81 a 100 %																									

<p>68. <b>(Si realiza ventas por internet)</b> Los clientes de su empresa que le compran por internet provienen mayoritariamente de:</p> <table border="1"> <tr><td>Región</td><td></td></tr> <tr><td>Resto Chile</td><td></td></tr> <tr><td>Extranjero</td><td></td></tr> </table>	Región		Resto Chile		Extranjero		<p>69. <b>(Si realiza compras por internet)</b> En los últimos 12 meses ¿qué proporción de gastos resultó de compras a través de internet?</p> <table border="1"> <tr><td>0%</td><td></td></tr> <tr><td>1 a 20 %</td><td></td></tr> <tr><td>21 a 40 %</td><td></td></tr> <tr><td>41 a 60 %</td><td></td></tr> <tr><td>61 a 80 %</td><td></td></tr> <tr><td>81 a 100 %</td><td></td></tr> </table>	0%		1 a 20 %		21 a 40 %		41 a 60 %		61 a 80 %		81 a 100 %							
Región																									
Resto Chile																									
Extranjero																									
0%																									
1 a 20 %																									
21 a 40 %																									
41 a 60 %																									
61 a 80 %																									
81 a 100 %																									
<p>70. <b>(Si realiza compras por internet)</b> Los proveedores de su empresa por internet provienen mayoritariamente de:</p> <table border="1"> <tr><td>Región</td><td></td></tr> <tr><td>Resto Chile</td><td></td></tr> <tr><td>Extranjero</td><td></td></tr> </table>	Región		Resto Chile		Extranjero		<p>71. ¿Su empresa participa de algún portal electrónico? ¿Cuáles? (Escribir 2)</p> <table border="1"> <tr><td>1.</td><td></td></tr> <tr><td>2.</td><td></td></tr> </table>	1.		2.															
Región																									
Resto Chile																									
Extranjero																									
1.																									
2.																									
<p>72. ¿Posee su empresa sitio web propio?</p> <table border="1"> <tr><td>SI</td><td></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table> <p>¿Cuál es la dirección de su sitio web?</p> <p>_____</p> <p>(si no tiene pase a la pregunta 74)</p>	SI		NO		<p>73. ¿Cuáles de los servicios siguientes ofrece su sitio web? (<i>Puede señalar varias</i>)</p> <table border="1"> <tr><td>Información acerca de la empresa</td><td></td></tr> <tr><td>Publicidad</td><td></td></tr> <tr><td>Información sobre oportunidades de empleo</td><td></td></tr> <tr><td>Pagos online</td><td></td></tr> <tr><td>Información contable</td><td></td></tr> <tr><td>Capacidad para hacer transacciones seguras</td><td></td></tr> <tr><td>Seguimiento de pedidos</td><td></td></tr> <tr><td>Servicios post-venta</td><td></td></tr> <tr><td>Entrega de productos en forma digital</td><td></td></tr> <tr><td>Servicio de información online</td><td></td></tr> </table>	Información acerca de la empresa		Publicidad		Información sobre oportunidades de empleo		Pagos online		Información contable		Capacidad para hacer transacciones seguras		Seguimiento de pedidos		Servicios post-venta		Entrega de productos en forma digital		Servicio de información online	
SI																									
NO																									
Información acerca de la empresa																									
Publicidad																									
Información sobre oportunidades de empleo																									
Pagos online																									
Información contable																									
Capacidad para hacer transacciones seguras																									
Seguimiento de pedidos																									
Servicios post-venta																									
Entrega de productos en forma digital																									
Servicio de información online																									

### MÓDULO 7. INNOVACIÓN

74. Durante el último año, ¿en qué medida las siguientes organizaciones han sido fuente de ideas para innovar en su empresa?

OPCIONES	NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Interior de la empresa				
Competidores				
Clientes				
Proveedores				
Universidades e institutos				
Ferias y exposiciones				
Organizaciones públicas nacionales				
Organizaciones internacionales				

<p>75. Durante los últimos tres años, su empresa ha realizado alguna inversión para desarrollar:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 70%;">DESARROLLO</th> <th style="width: 15%;">SI</th> <th style="width: 15%;">NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nuevos productos para el mercado</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Adaptaciones de productos existentes</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Nuevos procesos para el mercado</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Adaptaciones de procesos existentes</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Si la respuesta es NO a todas pase a la pregunta 81</i></p>	DESARROLLO	SI	NO	Nuevos productos para el mercado			Adaptaciones de productos existentes			Nuevos procesos para el mercado			Adaptaciones de procesos existentes			<p>76. ¿Cuál ha sido, durante los últimos tres años, el resultado de estas inversiones? (Puede señalar varios)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tbody> <tr><td>Aumento de ventas</td><td></td></tr> <tr><td>Acceso a nuevos mercados</td><td></td></tr> <tr><td>Reducción de costos</td><td></td></tr> <tr><td>Innovaciones sin patentar</td><td></td></tr> <tr><td>Innovaciones patentadas</td><td></td></tr> <tr><td>Ninguno</td><td></td></tr> <tr><td>Otros</td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>Cuales _____</p>	Aumento de ventas		Acceso a nuevos mercados		Reducción de costos		Innovaciones sin patentar		Innovaciones patentadas		Ninguno		Otros	
DESARROLLO	SI	NO																												
Nuevos productos para el mercado																														
Adaptaciones de productos existentes																														
Nuevos procesos para el mercado																														
Adaptaciones de procesos existentes																														
Aumento de ventas																														
Acceso a nuevos mercados																														
Reducción de costos																														
Innovaciones sin patentar																														
Innovaciones patentadas																														
Ninguno																														
Otros																														

<p>77. ¿Cómo ha financiado su inversión en innovaciones?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">OPCIONES</th> <th style="width: 12.5%;">NADA</th> <th style="width: 12.5%;">POCO</th> <th style="width: 12.5%;">MUCHO</th> <th style="width: 12.5%;">TODO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Recursos propios</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Créditos de bancos</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Organizaciones públicas</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Cooperación con clientes</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Cooperación con otras empresas</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Capital de riesgo e inversionistas Ángeles</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Cooperación con universidades e Institutos</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Otros</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>Cuales _____</p>	OPCIONES	NADA	POCO	MUCHO	TODO	Recursos propios					Créditos de bancos					Organizaciones públicas					Cooperación con clientes					Cooperación con otras empresas					Capital de riesgo e inversionistas Ángeles					Cooperación con universidades e Institutos					Otros				
OPCIONES	NADA	POCO	MUCHO	TODO																																									
Recursos propios																																													
Créditos de bancos																																													
Organizaciones públicas																																													
Cooperación con clientes																																													
Cooperación con otras empresas																																													
Capital de riesgo e inversionistas Ángeles																																													
Cooperación con universidades e Institutos																																													
Otros																																													

<p>78. ¿Posee su empresa un departamento de I + D?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>SI</td><td></td></tr> <tr><td>NO</td><td></td></tr> </table> <p><i>(Si su respuesta es NO, pase a 81)</i></p>	SI		NO		<p>79. ¿Cuántos trabajadores se encuentran dedicados a actividades de I + D?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;">1 a 3</td> <td style="width: 33%;"></td> <td style="width: 33%;">10 a 12</td> <td style="width: 33%;"></td> </tr> <tr> <td>4 a 6</td> <td></td> <td>13 a 15</td> <td></td> </tr> <tr> <td>7 a 9</td> <td></td> <td>Más de 15</td> <td></td> </tr> </table>	1 a 3		10 a 12		4 a 6		13 a 15		7 a 9		Más de 15	
SI																	
NO																	
1 a 3		10 a 12															
4 a 6		13 a 15															
7 a 9		Más de 15															

<p>80. ¿Cuánto representan sus gastos en I+D en el total de gastos de su empresa?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tbody> <tr><td>Hasta un 1%</td><td></td></tr> <tr><td>Hasta un 3%</td><td></td></tr> <tr><td>Hasta un 6%</td><td></td></tr> <tr><td>Hasta un 10 %</td><td></td></tr> <tr><td>Más de un 10%</td><td></td></tr> </tbody> </table>	Hasta un 1%		Hasta un 3%		Hasta un 6%		Hasta un 10 %		Más de un 10%	
Hasta un 1%										
Hasta un 3%										
Hasta un 6%										
Hasta un 10 %										
Más de un 10%										

### MÓDULO 8. VENTAS Y FINANCIACIÓN

<p>81. Durante el último año, el total de sus ventas han sido, aproximadamente:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tbody> <tr><td>Menos de 500 UF.</td><td></td></tr> <tr><td>501 a 1.000 UF.</td><td></td></tr> <tr><td>1.001 a 5.000 UF.</td><td></td></tr> <tr><td>5.001 a 10.000 UF.</td><td></td></tr> <tr><td>10.001 a 15.000 UF.</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 15.000 UF.</td><td></td></tr> </tbody> </table>	Menos de 500 UF.		501 a 1.000 UF.		1.001 a 5.000 UF.		5.001 a 10.000 UF.		10.001 a 15.000 UF.		Más de 15.000 UF.		<p>82. Durante los tres últimos años:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">INDICADOR</th> <th style="width: 15%;">Ha aumentado</th> <th style="width: 15%;">Se ha mantenido</th> <th style="width: 15%;">Ha disminuido</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Su volumen de facturación</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Su cuota de mercado</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Su tasa de beneficios</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Su nivel de endeudamiento</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	INDICADOR	Ha aumentado	Se ha mantenido	Ha disminuido	Su volumen de facturación				Su cuota de mercado				Su tasa de beneficios				Su nivel de endeudamiento			
Menos de 500 UF.																																	
501 a 1.000 UF.																																	
1.001 a 5.000 UF.																																	
5.001 a 10.000 UF.																																	
10.001 a 15.000 UF.																																	
Más de 15.000 UF.																																	
INDICADOR	Ha aumentado	Se ha mantenido	Ha disminuido																														
Su volumen de facturación																																	
Su cuota de mercado																																	
Su tasa de beneficios																																	
Su nivel de endeudamiento																																	
<p>83. ¿Qué formas de financiamiento ha usado su empresa para sus inversiones en planta, y</p>	<p>84. Se considera informado sobre los sistemas de ayuda de la PYME</p>																																

<p>equipos durante los últimos tres años.</p> <p>(Expreselas como una distribución de porcentajes)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr><td>Recursos propios</td><td style="width: 10%;"></td></tr> <tr><td>Créditos de bancos</td><td></td></tr> <tr><td>Adelantos de proveedor o cliente</td><td></td></tr> <tr><td><b>Financiamiento público</b></td><td></td></tr> <tr><td>TOTAL</td><td style="text-align: right;">100%</td></tr> </table>	Recursos propios		Créditos de bancos		Adelantos de proveedor o cliente		<b>Financiamiento público</b>		TOTAL	100%	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr><td>NADA</td><td style="width: 10%;"></td></tr> <tr><td>ALGO</td><td></td></tr> <tr><td>POCO</td><td></td></tr> <tr><td>MUCHO</td><td></td></tr> </table>	NADA		ALGO		POCO		MUCHO			
Recursos propios																					
Créditos de bancos																					
Adelantos de proveedor o cliente																					
<b>Financiamiento público</b>																					
TOTAL	100%																				
NADA																					
ALGO																					
POCO																					
MUCHO																					
<p>85. Ha accedido su empresa a programas de ayuda de la PYME de algunas organizaciones:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr><td>NO</td><td style="width: 10%;"></td></tr> <tr><td>SI</td><td></td></tr> </table> <p>Especifique CUÁLES:</p> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin: 5px 0;"/> <hr style="border: 0; border-top: 1px solid black; margin: 5px 0;"/>	NO		SI		<p>86. Cómo considera que se encuentra su empresa en comparación con sus competidores directos en las siguientes variables:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">OPCIONES</th> <th style="text-align: center;">MUY POR DEBAJO</th> <th style="text-align: center;">AL MISMO NIVEL</th> <th style="text-align: center;">MUY POR ENCIMA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Productividad</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Retornos de las inversiones</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tasa de la utilidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	OPCIONES	MUY POR DEBAJO	AL MISMO NIVEL	MUY POR ENCIMA	Productividad				Retornos de las inversiones				Tasa de la utilidad			
NO																					
SI																					
OPCIONES	MUY POR DEBAJO	AL MISMO NIVEL	MUY POR ENCIMA																		
Productividad																					
Retornos de las inversiones																					
Tasa de la utilidad																					

<p>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</p> <p>ENCUESTADOR: _____</p> <p>FECHA: _____</p>
<p>OBSERVACIONES:</p>