



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CAPACIDAD EXPORTADORA DE MICROEMPRESARIOS EN LA COMUNA DE  
QUINTERO

Autor  
VIVIANA PONCE SAAVEDRA

INFORME AMPLIADO DE PRÁCTICA PROFESIONAL PRESENTADA A LA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES DE  
LA UNIVERSIDAD DE VALPARAISO PARA OPTAR AL  
GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES  
TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

PROFESOR GUÍA: GALO LÓPEZ

Viña del Mar, Noviembre 2011

## ÍNDICE.

	Páginas.
Introducción .....	1
<u>Capítulo 1: Organización del Estado de Chile</u>	
1.1 Descripción General.....	4
1.2 Organización del Estado .....	6
1.3 Las Municipalidades .....	11
<u>Capítulo 2: Ilustre Municipalidad de Quintero</u>	
2.1 Descripción General.....	14
2.2 Organización y Función .....	16
2.3 Fomento Productivo en la Comuna.....	18
2.4 Microempresas en la Comuna.....	19
<u>Capítulo 3: Análisis de Microempresas en la Comuna</u>	
3.1 Identificación del Problema .....	22
3.2 Análisis FODA.....	26
3.3 Análisis	
3.3.1 Situación de la Municipalidad frente al Problema .....	28
3.3.2 Capacidad de Respuesta.....	30
3.3.3 Debilidades.....	32
<u>Capítulo 4: Propuesta a la Municipalidad para el Desarrollo Exportador de sus Micro-Empresas.</u>	
4.1 Metodología de Trabajo .....	34
4.2 Levantamiento de Datos y Diagnóstico .....	34
4.3 Desarrollo Capacidad Emprendedora y Gestión .....	36

4.4 Línea de apoyo a los Micro-Empresarios	
4.4.1 Proyectos Asociativos (PROFO) de Corfo .....	38
4.4.2 Fondo de Asistencia Técnica .....	40
4.4.3 ProChile .....	42
4.4.4 Otras Instituciones.....	49
<u>Capítulo 5: Conclusiones</u> .....	52

Anexos

## INTRODUCCIÓN.

El emprendimiento en el país por parte de la pequeña y mediana empresa es un tema importante y relevante. Sin embargo, en la realidad se observan diversos problemas que evidencian las dificultades que tiene este sector para desarrollar mejor sus actividades productivas. Respecto de aquello, este trabajo busca delimitar esta inquietud con relación a un grupo de emprendedoras de la Comuna de Quinteros que pudieran ser apoyadas para proyectar sus productos artesanales como una actividad comercial más formal y con proyecciones internacionales.

Para ello, se trabajó con ese grupo de emprendedoras, efectuando un levantamiento de datos que nos permita obtener la información necesaria para formular el problema que les aqueja y, con ello, diseñar un programa de desarrollo emprendedor.

Para ello, se llevó a cabo un levantamiento de datos y se generó la información que se requería para conocer las inquietudes de las artesanas, sus productos y las posibilidades comerciales que se observarían. En este caso, se trata del diseño y fabricación artesanal de diversos productos de cuero del pescado, como materia prima abundante en la zona y de un atractivo para posibles mercados que valoren tanto el diseño y la exclusividad, como el carácter autóctono de lo que se produce.

Frente a ello, y de acuerdo a mis estudios en esta Carrera, se presenta este trabajo y el apoyo que se pudo brindar a estas emprendedoras; quienes requieren de un soporte profesional para llevar a cabo un proyecto comercial con mejores perspectivas de éxito. Hecho particularmente interesante, pues se trata de un grupo de mujeres que no han

tenido una educación completa o posibilidades de optar a cursos de capacitación en el área de emprendimiento, que en un pilar fundamental a tocar, la falta de conocimientos para llevar a cabo un negocio.

Del mismo modo, la poca experiencia o conocimiento que tienen estas personas, se pueden observar las mejoras cuando ellas logran un mayor desarrollo e idoneidad en los temas que abordan, sea en los aspectos productivos de lo que venden, como también respecto de la dimensión comercial y de marketing que hoy necesita todo emprendimiento.

Así, aprovechando los programas de acceso a nuevas fuentes, se facilita el crecimiento emprendedor de la zona, con el objetivo de tomar mayor alcance a nivel regional; manifestando las políticas del Estado en apoyar a los PYMES, con la finalidad de disminuir el desempleo y mejorar los niveles de ingreso de la gente; en este caso, este grupo de artesanas y emprendedoras de la Comuna de Quintero.

El presente informe, da cuenta del trabajo efectuado, para lo cual se han desarrollado 4 capítulos. El primero, trata de la Estructura del Estado, los componentes que lo integran los cuales dan las normas para una mejor dirección y ejecución de funciones, partiendo por el Presidente hasta las Municipalidades. El segundo, consiste en la organización de la Municipalidad de Quintero, funciones y, además, destaca el fomento productivo en la zona. En el capítulo número tres ya se profundizan en datos de los microemprendedores de la Comuna, en especial del trabajo realizado con cuero de pescado, presentando su principal problemática. Por último, el cuarto capítulo presenta

programas de organismos públicos que dirigen sus esfuerzos en la ayuda y soporte hacia PYMES para el mejoramiento de productividad y comercialización, también de entidades privadas que facilitan en la internacionalización de los productos.

Es así, que se exhiben propuestas de trabajo con el fin de acrecentar los negocios, los cuales pueden ser buenas ideas a concretar hacia las personas que requieran de un mejoramiento en sus ventas, adoptando grupos de trabajo para un fin en común.

## Capítulo 1:- ORGANIZACIÓN DEL ESTADO DE CHILE.

### 1.1- Descripción General.

La República de Chile es un país que tiene la característica de ser un pueblo en donde se emplea el poder político uniforme hacia todo el territorio (Estado unitario); además, de ser democrático ya que se hace valer las decisiones de los ciudadanos. Donde el concepto de Estado se define como una “Agrupación humana, fijada en un territorio determinado y en la que existe un orden social, político y jurídico orientado hacia el bien común, establecido y mantenido por una autoridad dotada de poderes de coerción”<sup>1</sup>.

También, se deben considerar los elementos que conforman el Estado como el Territorio, él es considerado un espacio en donde los habitantes pueden ejercer sus actividades y funciones; en donde cabe destacar que éste cuenta con una fuente de recursos propios para el desarrollo del país. El segundo elemento es la Población que, es el conjunto de personas que habitan en un territorio común, ya sean nacionales o extranjeros; destacando el concepto de Nación, quienes comparten una entidad en común, historia y dándoles características que los une. Finalmente, nos encontramos con la estructura de poder, esto se entiende así a que la dirección de un Estado es hacia el bien común de los habitantes, lo que conlleva a que se necesite de un individuo que sea

---

<sup>1</sup> Hauriou, Andre Derecho Constitucional e Instituciones Políticas, Editorial Ariel, Segunda Edición, 1980, Página 118

autoridad antes los demás, generando orden, justicia y objetivos claros que sean en provecho hacia las personas.

Así, para organizar institucionalmente al Estado surge la distribución del poder del Estado en público, los cuales son Legislativo, Judicial y Ejecutivo; siendo quienes los representan personas con carácter responsable y una legítima autoridad.

La máxima autoridad del Poder Legislativo recae en el Congreso Nacional a través del Parlamento, el cual se compone por la Cámara de Diputado, el cual lo integran 120 electos; y la Cámara del Senado, integrando por 38 personas; para poder ser parte de una de las Cámaras se deben cumplir ciertas características como ser ciudadano del país, vivir en la localidad que pretende representar, haber completado la enseñanza media o superior y tener 21 años, en para optar a Diputado y para ejercer como Senador tener una edad mínima de 40 años. La Ley Orgánica Constitucional especifica las atribuciones y funciones que debe cumplir, destacando una de la más importante, aquí se tratan los proyectos de Ley hacia el país.

El Poder Judicial, en nuestro país se encuentra representado por los Tribunales, los cuales componen la Corte Suprema, las personas designadas acorde a lo estipulado en la Ley Orgánica Constitucional deben cumplir funciones y obligaciones, además de la estructura u organización que debe tener éstos. El Congreso y el Presidente de la República deben ejercer labores judiciales ni menos cuestionar los procedimientos adoptados o resoluciones tomadas.

Por último, nos queda el Poder Ejecutivo del Estado , ejercido por el Presidente de la República, el cual está encargado de la Administración del país, velando por el cumplimiento de los planes propuestos hacia los habitantes a través de sus colaboradores inmediatos, los Ministros. El Presidente hace que se ejecuten las leyes y su cumplimiento, llevar el bienestar interno y, además, tiene la facultad de ser figura visible del país, representando internacionalmente ya sea en actos importante como en celebración de tratados de libre comercio.

#### 1.2- Organización del Estado de Chile.

La importancia del funcionamiento y la Organización del Estado de Chile, de acuerdo a su Constitución Política de Chile, tanto el gobierno y la administración se rige, principalmente, por el Presidente de la República, quien es elegido a través de una votación popular cada cuatro años. En la constitución, se encuentra estipulada la organización básica de los ministerios, intendencias, gobernaciones y los servicios públicos en el Título II de la Ley Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado N° 18.575 de 1986.

La Administración Pública del Estado, está organizada en una serie de servicios a disposición de los habitantes del país y extranjeros en tránsito, los Ministerios, encargándose de una sección en la actividad social que contiene el país, ejecutando los planes, políticas y programas, con previa aprobación del Presidente. Éstos colaboran en las funciones del Gobierno y Administración de sus respectivas secciones.

Cada uno de los Ministros son partes principales y colaboradores del Presidente de la República en las funciones y gestión de sus respectivas secciones, en donde se debe ejercer la autoridad del Gobierno. Los Ministros, con su calidad de colaboradores directos e inmediatos del Presidente, son responsables de la conducción en sus respectivos ministerios, en conformidad con la ley y las políticas e instrucciones que les imparte el Presidente de la República.

Los Ministros proponen, evalúan políticas y planes, estudian y presentan normas aplicables a los sectores correspondientes, controlando el cumplimiento de las normas, asignando recursos y fiscalizando las actividades respectivas de las divisiones. Por lo tanto, son responsables en la conducción de sus concernientes ministerios.

Estos servicios pueden ser centralizados o descentralizados<sup>2</sup>, los cuales tienen designado a un Director, quien tiene la responsabilidad de dirigir, organizar, administrar y velar por el cumplimiento de los objetivos establecidos. Sin embargo, cabe destacar que los servicios públicos centralizados operan bajo la personalidad jurídica, recursos y bienes del Fisco; y los servicios descentralizados cuentan con personalidad jurídica y de patrimonio propio que la Ley le adjudica.

En el punto de vista organizativo, los Ministerios cuentan con sus Ministros correspondientes, una o más subsecretarías y las Secretarías Regionales Ministeriales

---

<sup>2</sup> Centralizado: Asumir un poder central las atribuciones funciones políticas y administrativas que corresponden a un poder local o regional.

Descentralizado: Traspasar poderes y funciones del gobierno central a organismos autónomos.

(SEREMIAS). En donde los directores de las subsecretarías corresponden a los Subsecretarios y tiene el carácter de colaboradores inmediatos de los Ministros; éstos coordinan las acciones de los órganos y los servicios públicos del sector, ejercen la administración interna del Ministerio y las funciones que la Ley les señala.

Las Secretarías Regionales Ministeriales (SEREMI) constituyen una descentralización de Ministerios, pero cabe mencionar que los siguientes no cuentan con tal descentralización: Ministerio del Interior, Relaciones Exteriores, Defensa Nacional y Secretaría General de República de Chile. Sin embargo, los Ministerios Regionalizados por medio de las respectivas SEREMIAS, para el efecto de sus propósitos de desarrollo regional, están subordinados al Intendente de cada Región.

De acuerdo a los planes que se pretenden para el crecimiento y desarrollo de Chile, tanto a nivel nacional como regional, el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción asume el liderazgo respecto de diversos programas y funciones específicas para tales fines. Para ello, la ley lo faculta para decretar la ejecución de diversas iniciativas, sea por medio de su orgánica, como también por medio de los otros organismos públicos y la supervisión, regulación y control sobre las actividades privadas que la ley le fija.

El valor de este organismo público es fundamental para el surgimiento del país, es por eso que el trabajo que desempeña éste es primordial.

Este Ministerio cuenta con divisiones en dos Subsecretarías; una de ellas se encarga de Pesca y la segunda de Economía, Fomento y Reconstrucción.

La Subsecretaría de Economía, Fomento y Reconstrucción formula políticas para fomento de la actividad productiva del país, en particular diseñar un plan para una orientación, coordinación, fomento y desarrollo del comercio. Donde la principal misión es originar modernidad y competir en la industria nacional, desarrollando la innovación para generar posibilidades de ubicarse en el mercado internacional para, así, facilitar las actividades productivas correspondientes con el desarrollo de éstas.

Por lo demás, de esta Subsecretaría dependen entidades tales como Servicio Nacional del Consumidor, la Fiscalía Nacional Económica, el Instituto Nacional de Estadísticas, el Servicio Nacional de Turismo, Comisión Nacional de Riesgo, Superintendencia de Electricidad y Combustible, Servicio Nacional de Pesca y la Corporación de Fomento de la Producción.

Respecto del Fomento Productivo, el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción asumen un rol relevante e importante, porque el significado de éste, a nivel nacional, motiva y cautiva el bienestar de las personas con ideas de negocio y que no cuentan con la posibilidad de implementarlo. Conjuntamente, ofrece refuerzos para las empresas ya establecidas, en donde se impulsan programas que suministran conocimientos de nivel técnicos, como administrativos para que sigan compitiendo equitativamente frente a otras reconocidas mundialmente.

La intención del Estado, es que las microempresas nacionales puedan crecer, que sean competitivas con los estándares internacionales y así, pueda aumentar las

posibilidades de trabajo hacia el país generando una economía más estable y sostenible en el tiempo.

Con la ayuda que proporciona, el Gobierno aspira en aumentar la calidad de las empresas nacionales y competir, prontamente, internacionalmente; además, gestionar los procesos productivos de pequeñas y medianas empresas (Pymes) para que puedan mejorar, avanzar, crecer y sigan desarrollándose y, también, generando hacia las personas posibilidades laborales.

En consecuencia, se cuentan varias herramientas que auxilian a estas personas que pretenden surgir, las Pymes y los emprendedores, fundamentalmente; por ejemplo: desembolsando créditos con el fin de incrementar la producción para así crear más empleo.

Cabe mencionar que, a través de (SERCOTEC)<sup>3</sup>, pueden optar a servicios que apoya a la promoción y el desarrollo de las actividades productivas del país con las acciones de Fomento, Gestión, Investigación y Desarrollo de éstas.

Del mismo modo, tiene herramientas que son ilustradas a través de CORFO<sup>4</sup> para potenciar oportunidades de negocios hacia las micro y pequeñas empresas, contando con sistemas de gestión de calidad para PYMES, para que éstas puedan cumplir con

---

<sup>3</sup> SERCOTEC: Servicio de Cooperación Técnica.

<sup>4</sup> CORFO: Corporación de Fomento de la Producción.

estándares reconocidos nacional e internacionalmente y así poder competir mejor, en forma más equitativa.

Por lo demás, para este año 2010 hay planes a través del Fondo Solidario e Inversión Social (FOSIS) para apoyar el emprendimiento tanto para la creación y fortalecimiento de estas personas.

Es así como se presentan las oportunidades para poder fortalecer las actividades particulares y vigentes de locatarios del país.

### 1.3- Las Municipalidades.

Son organismos autónomos con personalidad jurídica y patrimonio propio, los cuales están encargados de la conducción y desarrollo de una Comuna, para así satisfacer las necesidades de la localidad correspondiente. Al mismo modo, la autonomía que se le otorga a esta institución no quiere decir que actuará distinto a los planes que el Presidente ha propuesto hacia el país, debe actuar coordinadamente. Cabe mencionar que el Intendente de la Región debe velar con el cumplimiento de los propósitos.

Está conformado por un Alcalde y un Consejo Municipal, quienes son elegidos a través votación popular. Además, cuenta con un Consejo Económico y Social Comunal (CESCO)<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> CESCO: Consejo Económico y Social Comunal

La Organización de las Municipalidades, se rige de acuerdo a la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades en donde se destaca la función del Administrador Municipal. Éste es propuesto por el Alcalde al consejo municipal, concentrando la facultad de removerlo o no, con la aprobación de los dos tercios de los concejales. Es el principal colaborador de éste durante su ejercicio. Sin embargo, cada uno de los empleados, para una mejor comprensión y comportamiento dentro de sus labores, están regulados bajo las normas de la Ley N° 18.695.

Sin embargo, cabe mencionar, que las Municipalidades tienen a cargo las áreas de Salud y Educación de la comunidad, es por ello que la máxima autoridad del organismo, el Alcalde, debe presentar hacia el Consejo Municipal planes a favor a los departamentos mencionados anteriormente; y, por lo demás debe elaborar el presupuesto municipal, el cual corresponde la aprobación del Consejo, y el plan de desarrollo comunal.

En esta descripción, el Alcalde dentro sus propuestas, durante su jefatura, debe tener prioridades en la formulación, planificación y ejecución en los propósitos a seguir con respecto al Desarrollo de la Comuna, en este sentido el Alcalde puede recibir ideas del Consejo como la participación del CESCO.

De acuerdo a las Organizaciones del Estado, en su totalidad, deben ser acorde a lo propuesto y establecido por la máxima autoridad ejecutiva del país, el Presidente de la República. Éste, establece las políticas, designa a las autoridades y delega las funciones para la ejecución de sus planes, conformando una red de concordancia con todas las

políticas públicas del Estado. Complementariamente a lo ya dicho, en el nivel comunal, la máxima autoridad de éste es elegida por los vecinos en forma autónoma del poder central y democráticamente. Con estas facultades y legitimidad, el Alcalde es quien debe ajustarse a la ley que lo guía, correspondiente al desarrollo de sus funciones y labores hacia la localidad que representa, en un bien común e igualitario para cada uno de sus habitantes.

## Capítulo 2: ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE QUINTERO.

### 2.1- Descripción General.

La Ilustre Municipalidad de Quintero se encuentra ubicada en el borde costero, al Norte de la Quinta Región del país; pertenece al Distrito Electoral N° 10 y, además, a la Jurisdicción Senatorial de la Quinta Cordillera de esta Región.

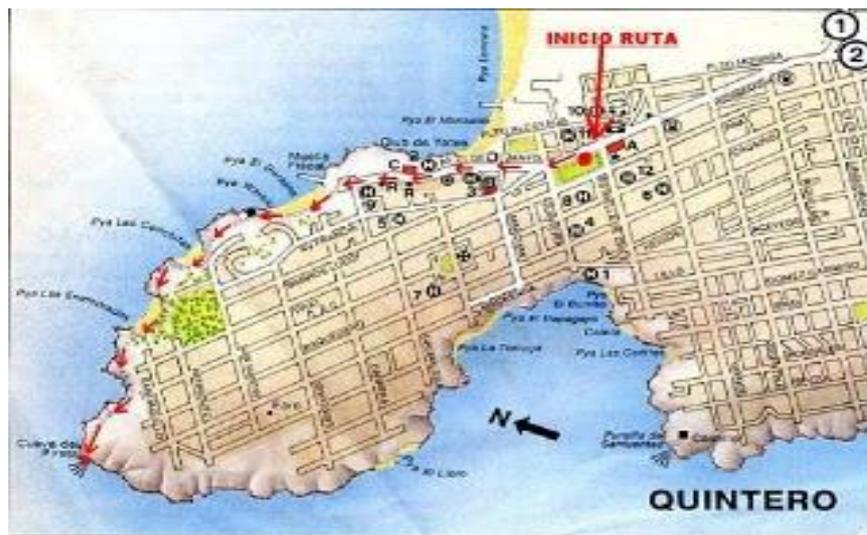
La Comuna tiene una característica especial, ya que consta de una diversidad territorial la que posibilita y potencia el desarrollo de ésta; los roles son: Portuario, Industrial, Habitacional, Turísticos y Servicios. En este aspecto, la localidad se identifica, especialmente, por el turismo, sobre todo, en las temporadas de verano, en donde se aumentan posibilidades de crecimiento para el comercio, ya que en este lugar los rubros más importantes son: artesanales y marítimos. Concentrando la parte relevante en la actividad comercial; la cual resalta, en particular, los servicios de restaurantes en donde la especialidad son los productos marinos de esta zona.

Representando las dimensiones, la comuna de Quintero cuenta una superficie de 174 kilómetros cuadrados, tal corresponderían a 10,2 a área urbana; por lo tanto, un 163,8 concierne a zona rural. Sin embargo, a nivel socioeconómico la gran cantidad de la población cuenta con alto índice de pobreza<sup>6</sup>, y que se demuestra en la ocupación laboral que cuentan los habitantes de esta comuna como la destacada pesca artesanal y mano de obra para trabajos de construcción; que, además, de ser labores esporádicos e

---

<sup>6</sup> Según resultados de Censo 2002

inestables, no son remuneradas adecuadamente, por la baja educación que tienen éstas personas. Sin embargo, se destaca la mayor actividad económica, el comercio, el cual representa más de 50% en la industria comunal.



La comuna de Quintero es considerada como una zona estratégica, por la calidad en su ubicación, porque en este podemos encontrar un cordón trascendental de Empresas tal como es OXIQUM, CODELCO, ENAP, COPEC y GNL, aportando al desarrollo de la comuna, debido a la gran capacidad Portuaria que cuenta la bahía de la comuna. Además, últimamente, se destaca la construcción de una pista aérea para la Fuerza Aérea de Chile, que, por ahora, es una ampliación de la ya existente pista y, utilizada sólo por esta entidad.

## 2.2- Organización y Función.

Especialmente, el desarrollo de la comuna se concentra en las actividades comerciales, principalmente, en la pesca, turismo y el comercio; son la forma de representar a la localidad, las cuales generan grandes posibilidades de emprendimiento y, además, son punto de partida para desarrollar planes de ampliación en estas áreas, pero siempre, prevaleciendo en el camino costero de la zona.

Para generar tales propósitos y, de acuerdo a la Ley, los objetivos y funciones de la Municipalidad residen en la Loce Municipal<sup>7</sup>, donde principalmente se destacan las actividades de Desarrollo Comunal, la cual debe realizarse a fines a los Regionales y, consecuentes, con los Nacionales; colaborando tanto en su elaboración como promoción y ejecución. Además, en la prestación de servicios hacia la comuna en temas tales como: en Salud, Educación, Transporte, Deporte, entre otras.

Las funciones designadas de la Municipalidad se encuentran actividades primordiales como Secretaría Comunal de Planificación (SECPLA), Departamento de Administración Educacional Municipal (DAEM), Relaciones Públicas, entre otros.

Pero cabe destacar que existe un departamento de suma importancia, es la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO), el cual, su objetivo principal y esencial, “Promover el Desarrollo Comunitario”.

---

<sup>7</sup> Anexo N° 1: Extracto de Ley 18.695; Párrafo 2° Funciones y Atribuciones, Artículos 3-4.

En especial, el Departamento de Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO), cumple las funciones de acuerdo a lo que establece la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades, especificadas en el artículo 22, en donde prima realizar acciones relacionadas con Fomento Productivo, Promoción y Capacitación Laboral, sin mencionar las actividades que restan, considerando su relevancia que esta Sección gestiona.

Dentro de este Departamento existen subdivisiones encargadas de las acciones anteriormente mencionadas, la cual cabe mencionar que, una de las oficinas que tiene mayor importancia es la Oficina Municipal de Intermediación Laboral y Fomento Productivo (OMIL), aquí es donde se tramitan las posibilidades de empleo disponibles para una empresa o negocio, se realizan inscripciones para cursos de capacitación, a través de SENCE<sup>8</sup>; además se dan a conocer las ofertas de concursos de financiamiento hacia la comunidad, principalmente microempresarios, para así conseguir un aporte o ayuda a los emprendedores que puedan iniciar y/o reinventar su negocio.

Sin embargo, las distintas clases de financiamiento que son presentados para la comuna, como para el resto del país, son de suma importancia, porque los microempresarios no cuentan con recursos suficientes para empezar y formalizar sus ideas de negocios; así, en estas posibilidades encuentran una gran ocasión por optar.

---

<sup>8</sup> SENCE: Servicio Nacional de Capacitación y Empleo.

### 2.3- Fomento Productivo en la Comuna

La gran mayoría de las personas que son microempresarios, tienen negocios representativos y acordes a la zona, porque el sustento de aquí se basa en la venta de artesanía; productos que son elaborados con restos marinos, como conchas de mariscos o algas que se encuentran a la orilla del mar. También, hay productos fabricados con madera y otros que se realizan con cuero de pescado; el cual tiene un proceso especial, creando valor a los bienes elaborados para la venta.

Al mismo tiempo, se encuentran los negocios tradicionales tales como: la venta de productos plásticos, pequeños locales de bazar o venta de verduras, entre otros. Sin embargo, la actividad más importante y representativa de la comuna, es la extracción de productos marinos, los cuales son comercializados en lugares establecidos, ya sea en restaurantes o en los espacios aledaños a la playa.

No obstante, los medios para que sigan creciendo los negocios es casi desconocido en esta comuna, ya que no todos saben ni se informan de las oportunidades para poder hacerlo, generando disconformidad dentro de la población y culpando al Gobierno de la falta de ayuda que puedan otorgar al sector.

En cambio, hay personas que buscan las maneras para seguir creciendo en sus negocios y, éstas concurren a la oficina OMIL de la Municipalidad para consultar acerca de concursos que se encuentren disponibles; y es aquí donde se observa que las personas que asisten son, en su mayoría, la mismas personas, que siempre se informan, que participan de los fondos presentando sus necesidades.

Más allá, la comuna de Quintero, no existe la capacidad para emprender y generen sus propios recursos, desarrollando sus ideas de negocio. Es aquí, donde prevalece un agente importante a considerar, la falta de capital y que se relaciona con la falta de estudios o que se hayan postergado, dejando incompletos este proceso, generando una desventaja frente a otros participantes.

#### 2.4- Microempresas en la Comuna.

La mayoría de los microempresarios, como se ha mencionado anteriormente, representan a la realidad cultural de la comuna, enfatizando el comercio en las áreas:

- Artesanal, en este tipo se encuentran registradas cuatro agrupaciones dentro del lugar, de las cuales tienen rubros similares entre sí, ya que tiene productos a la venta como: tejidos, mercancía hecha en madera, chocolatería, entre otros. En una de estas agrupaciones, hay personas que desarrollan una actividad interesante, realizan trabajos con cuero, especialmente, el de pescado; este ha sido unos de sus grandes aprendizajes, ya que han sido proyectos atrayentes para sus negocios.
- Hotelero, en esta área se destaca la presencia de dos hoteles en la comuna pero; sin embargo, existen variadas de hosterías y cabañas que también prestan el servicio que otorga un hotel. Sin mayor relevancia de éstos en el lugar, no cuentan con una gran abundancia en sus reservas para temporadas en que aumenta la población en la zona.

- Pesquero, actividad rústica y principal de la comuna de Quintero, correspondiente a agrupaciones organizadas en las caletas del lugar; éstas se esfuerzan por seguir adelante con sus actividades, esencialmente, en extracción de productos marinos y luego de venta de ellos en lugares establecidos, considerando a la feria libre autorizada de la comuna. Estos espacios cuentan con maquinarias para poder proteger y conservar los mariscos, los cuales se encuentran listos para su consumo de inmediato.
- Turístico, aunque no sea un producto llamativo del lugar, se quiere prevalecer y resaltar los distintos lugares, porque existen sitios que se pueden explotar y poder atraer a más personas hacia la localidad. Principalmente, se pretende hermostear el camino costero de la zona, siendo creativo y que se pueda compartir en familia.

Esencialmente, toda microempresa gira entorno a la naturaleza de la Comuna, tratando de ampliar estas condiciones de los recursos en favor a la economía del colectivo.

Además, se debe considerar a las Ferias Libres que participan en el mercado comunal, éstas componen la venta de frutas, verduras, pescados, mariscos y vestimenta. También, se cuenta con la instalación de la “Feria de las Pulgas”, la cual se caracteriza por la venta de ropa americana, utensilios plásticos o, principalmente, ropa usadas; hay una minoría que ha empezado su negocio con la venta de productos, no novedosos pero si necesarios para la comunidad, con la ayuda fondos, esencialmente, FOSIS el que ha apoyado a personas con baja calificación social.

Las oportunidades que se pueden aprovechar con la ayuda que fuesen proporcionadas hacia la Comuna, se podría explotar mas aún los espacios físicos o generación de negocios potenciales, representando a la Comuna. Además, el desarrollo de las funciones y acciones del Municipio tiene que alinearse con este pensamiento, el aumentar y resaltar la principal característica, el desarrollo de la capacidad de emprendimiento, tanto educacional y económicamente.

### Capítulo 3- ANÁLISIS DE MICROEMPRESA EN LA COMUNA DE QUINTERO.

Problema: El poco conocimiento de administración y desarrollo de un Negocio.

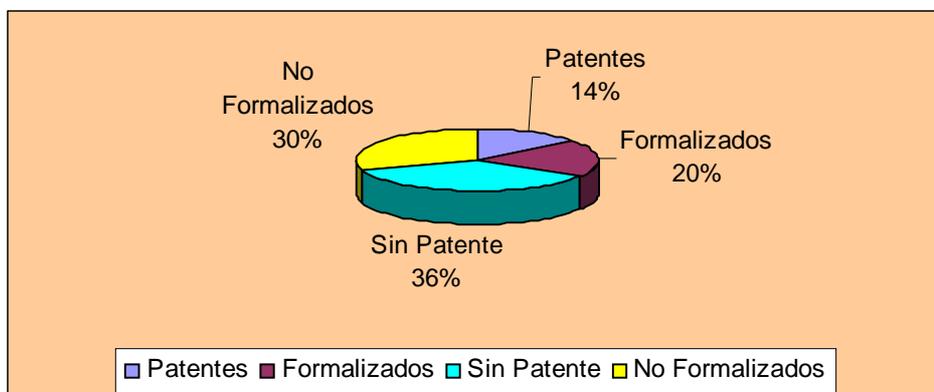
En la localidad de Quintero, estos Microempresario muestran en común estas carencias lo que afecta la capacidad económica en los hogares, por lo que han tenido que trabajar desde muy pequeños u otros que han dejado los estudios por intereses propios. Ésta es la razón por la cual se presenta un nivel bajo educacional en los habitantes de la comuna, dificultades generando a la hora de emprender una actividad o bien en la búsqueda de un trabajo.

#### 3.1- Identificación del Problema.

Como se ha planteado, anteriormente, las personas que cuentan con un negocio o emprendimiento, por falta de información o educación, no tienen la capacidad de fortalecer sus trabajos. Es por ello, que se muestra a continuación una pequeña grafica, con un margen de 35 personas, considerándolas en un porcentaje de 100, como inscritas y con información de sus permisos y patente<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Anexo N° 2, Listado de Emprendedores Locales



Con la información graficada se demuestra que el grupo existente, considerando el total señalado, hay tres diferentes resultados:

- Personas que se encuentran trabajando sus negocios con Permiso Municipal, reflejados en la patente que le otorga el municipio, pero que no cuentan con la formalización.
- Personas que se encuentran Formalizadas, pero no cuentan con el Permiso Municipal para realizar su Ejercicio.
- Personas, la gran mayoría, que no cuenta con ninguna de los dos requerimientos; Patente Municipal y Formalizadas. Pero, aún así, siguen trabajando en sus respectivos Negocios.

La Formalización de las personas Emprendedoras se representa por la Iniciación de Actividades en el Servicio de Impuestos Internos (SII), en donde se clasifican según rubro de negocio, y venden generando boletas, el cual se debe declarar todos los años durante el mes de abril. Asimismo, hay que considerar a las personas que venden

alimentos, en donde no todos tienen el permiso de la autoridad de salud, sanitario para funcionar correctamente en su negocio.

Al mismo tiempo, se debe considerar un universo de emprendedores que no se encuentran registrados en la Oficina, que se no acercan porque buscan oportunidades por otros lados o con capital de ellos mismos. También, desconocen una de las funciones de la Omil, ya que lo relacionan sólo con el fragmento laboral, el cual es importante en la comuna por el alto índice de cesantía que presenta la comuna.

Por otro lado, nos encontramos, que la totalidad del tiempo que ejerce OMIL no es suficiente para dedicar el espacio dispuesto hacia las emprendedoras; ya que la demanda de trabajo es altísima y la comunicación entre las empresas para la derivación curricular y las personas que desean participar en el proceso de selección, el período no basta. Destacando que, la Oficina no cuenta con la dotación de personal adecuado, porque no posee la persona que se encargue especialmente de este tema; que informe las oportunidades o posibilidades que poseen las Entidades Gubernamentales o, simplemente, que realicen charlas para orientar, enseñar y/o capacitar a grupos de emprendedores. La labor es gigantesca y, hasta el momento, no se ha podido suplir este vacío que presenta la comuna.

Pero, a pesar, de las limitaciones que posee la Oficina en tener una cifra oficial de los emprendedores en la zona; me ocuparé en un desarrollo de negocio que es interesante de abordar, el cual es grupo reducido de artesanas que trabajan un material natural que puede ser adquirido en menor costo dentro de la Comuna. Éstas, extendieron

sus ventas en nuevos productos, los cuales se crean con el Cuero de Pescado. El implemento de este, se desarrolló a partir de la ejecución de un Curso de Capacitación que se generó gracias a un Programa creado por SERNAM, “Jefas de Hogar”, el cual ayudo a las mujeres en temas de capacitación, es así como adquirieron el conocimiento de este Cuero.

El curso fue desarrollado, aproximadamente, en el año 2009, en donde participaron 15 mujeres que aprendieron técnicas para el tratamiento de esta materia prima como también para su conservación y darle la firmeza necesaria al cuero para que pudiesen producir sus artículos. No obstante, nos encontramos con cinco mujeres que no han dejado de ocuparse y siguen activamente elaborando mercancía gradualmente.

Es así, que con esta posibilidad pudieron acrecentar sus posibilidades de ventas, con materia prima que es común en la zona y que pueden adquirirlo sin costo, en un principio, ya que las personas que trabajan en la venta de productos marinos, las habían beneficiado con la entrega de los cueros de los pescados en forma gratuita, por lo que no tuvieron que incurrir en gastos para adquirir esta materia prima. Sin embargo, la escasez de estos productos marinos en las costas de la Comuna, ha provocado que las Emprendedoras hayan tenido que dirigirse hacia otras costas para comprar el cuero de pescados, como en la comuna de Concón y Valparaíso.

Por lo demás, estas mujeres ya manejaban conocimiento en la creación de productos con cuero tradicional, en donde compraban la materia prima fabricada y generaban sus productos. Ahora con el proceso aprendido en la elaboración de la materia

prima en sí, la creación del producto final logra mayor valor agregado, lo que amplía las posibilidades de que las emprendedoras vendan a mejor precio.

3.2- Análisis FODA.

El análisis FODA que se realizará será para mostrar las principales características que y competencias que se presenta en el emprendimiento de las mujeres que confeccionan con el cuero de pescado.

<p>FORTALEZA <b>( F )</b></p>	<p>OPORTUNIDADES <b>( O )</b></p>
<p>DEBILIDADES <b>( D )</b></p>	<p>AMENAZAS <b>( A )</b></p>

**Fortaleza:** Este grupo de artesanas son las únicas en la comuna de Quintero que realiza productos con este tipo de materia prima, su principal objetivo es la constante del crecimiento de mercado y poder alcanzar mercados internacionales. Además, de ser un conjunto organizado que se apoyan mutuamente tanto en información como en la venta de los productos realizados.

**Oportunidades:** A partir de la Ventaja Comparativa que cuentan por la iniciativa en producir con Cuero de Pescado, creando Valor Agregado al Producto Final, permitiendo una mayor competencia, lo que genera una gran oportunidad en expandir su actividad al mercado nacional, atrayendo por lo inusual y novedoso del producto. Aprovechando la temporada verano o en fechas de festividades claves, para ventas del producto en lugares cercanas en donde puedan ser mejor valoradas este tipo de negocio, como por ejemplo en Maitencillo o bien en Viña del Mar.

**Debilidades:** La escasez de la Materia Prima en la Zona de Quintero y sus alrededores, han provocado que las Artesanas tengan que buscar en otras localidades la fuente de su producción, es por ello que se han contactado con pescadores de las principales caletas, tales como Concón y Valparaíso. Y con este resultado, las mujeres han desembolsado dinero para costear el traslado hacia las otras comunas y, también, comprar el cuero del pescado, el cual es guardado en las caletas de los lugares ya mencionados, para que luego sean llevados por éstas.

**Amenazas:** La principal amenaza que enfrentan las negociantes, es la poca demanda que cuentan sus productos en la comuna de Quintero, porque al ser bienes que cuentan con

valor agregado en su fabricación, el precio con el que son vendidos en la comuna, es más elevado de acuerdo a los demás productos realizados con tipo de material, de tal modo esta situación ha inducido que bajen los precios o bien producir mezclando con material similar. Además, la baja demanda de los productos en localidad como consecuencia, se ha mantenido un stock de los productos lo que conlleva a un retroceso en la producción y no poder ampliar las ventas, quedando las mujeres estancadas en este nivel.

### 3.3- Análisis.

#### 3.3.1.- Situación de la Municipalidad frente al Problema.

La Ilustre Municipalidad de Quintero, regulado bajo Reglamento que los dirige, la Ley Orgánica Constitucional de Municipalidades N° 18.695, según en el Título I, Párrafo 2°, en el Artículo N° 6 que, La gestión Municipal contará , al lo menos, con uno de los siguientes Instrumentos:

- El Plan Comunal de Desarrollo y sus programas
- El Plan Regulador Comunal, y
- El Presupuesto Municipal.

De acuerdo, a lo estipulado en tal Plan, se menciona que para potenciar el Desarrollo Productivo de la zona, acorde a la situación económica de ésta; en donde se fortalecerá la difusión y apoyo a las microempresarios. Es así como se destaca la gran

cantidad de personas que se desenvuelven en el área artesanal, los que están organizados en distintas agrupaciones, favoreciendo la gestión mencionada con anterioridad. Asimismo, son consideradas relevantes en el sector microempresarial y turístico, ya que toda mejora que se obtenga tanto en su producción como en su comercialización tendrá una repercusión en los sectores respectivos.

En donde, el Objetivo General es “Fomentar y apoyar el desarrollo económico de la comuna, entregando las herramientas y asesoría necesaria para que se transforme en una actividad creciente y ordenada en la comuna, con mayor variedad y calidad de productos y servicios ofrecidos, de manera que contribuya a disminuir los índices de cesantía y de pobreza en la comuna”<sup>10</sup>.

Referente a la etapa de Desarrollo Productivo, mencionado en el Plan comunal, se señalan Programas a seguir para conseguir el Objetivo General de esta sección. Sin embargo, no se ha cumplido del todo con tales etapas, ya que se necesita de un equipo con las competencias necesarias para poder desarrollarlas y ejecutarlas. Con respecto a los Programas propuestos en la etapa de Desarrollo Productivo, dice que la Dirección y Plan a seguir por parte de la Municipalidad, de acuerdo a actividades o programas a desarrollar, se debe realizar a través del Plan de Desarrollo Comunal.

El cual, se menciona el apoyo y el impulso hacia la actividad microempresarial más relevante en la Comuna, el trabajo de Mujeres que se han ido abriendo un espacio

---

<sup>10</sup> Plan Comunal de Desarrollo, Quintero; Elaborado por Patricia Fernández, Ingeniera Comercial, Tec. Administración de Empresas. Página 56

en el área artesanal con la elaboración de productos interesantes de mostrar. Aprendiendo técnicas que las ayudaron en implementar un proceso riguroso y con dedicación.

Esperando que se presenten Programas de apoyo para crecer en el mercado comunal y así abriendo espacios hacia los demás sectores cercanos a la comuna, adquiriendo experiencia y madurez generando la posibilidad en poder expandir las ventas hacia demandas extranjeras en forma directa o indirectamente.

Las Mujeres Empresarias de la Comuna de Quintero, en la elaboración de Productos Artesanales, los cuales son fabricados con el Cuero de los Pescados, se puede evaluar que éstas cuentan con las herramientas básicas de producción, pero más allá de eso no presentan estudios que las ayuden a seguir con sus proyectos.

### 3.3.2.- Capacidad de Respuesta.

La capacidad de respuesta frente a las oportunidades y posibilidades para acudir en la ayuda respectiva hacia el grupo que trabaja de manera estable en la localidad sin diferenciar las temporadas para seguir con el negocio.

Sin embargo, toda información que es destinada a favor de este sector representativo no llega a satisfactoriamente y en la mayoría de las veces ni siquiera en su totalidad, provocando la inseguridad y falta de ganas en desplegar las propuestas por parte de los micro emprendedores.

Al mismo tiempo, se destaca la falta de personal que se encargue exclusivamente de este tema, el cual es importante para el perfeccionamiento en las actividades económicas que representan a la zona costera.

Por otra parte, las mujeres artesanas que realizan los productos, exclusivamente, con el cuero de pescado, ya están ampliando su horizonte de Mercado, es por ello han estado evaluando la posibilidad de expandir las ventas hacia comunas cercanas. Ya sea en la participación en ferias microemprendedores en donde puedan exponer o en conseguir permiso para instalar sus locales en zonas con más concurrencia de personas, ya que ven posibilidades en generar mayor aceptabilidad entre el público, lo que puede provocar un aumento en las ventas.

Además, se enfatiza la falta de información acerca de posibilidades de postulaciones de financiamiento, no solamente para estas personas sino que para todas las personas que cuentan con un emprendimiento en la zona; por otro lado, la Municipalidad no cuenta con una entidad que trabaje en el área de Fomento Productivo, por lo que no hay mayor interacción entre las dos partes, en donde pueden intercambiar detalles de necesidades, cómo poder seguir sus negocios y crecer o buscar posibilidades de apoyo con entidades primadas aledañas a la Comuna de Quintero.

Por otro lado, se debe considerar que el Nivel Educativo, no es el conforme para que sigan desarrollando sus actividades; sin embargo, esto no limita las posibilidades de programas que presentan las distintas instituciones del Gobierno, las cuales generan apoyo técnico hacia aquellas personas que presentan un proyecto o idea

de negocios que les parece interesante y requieren de una ayuda para poder implementar tanto en inmobiliaria como en asesorías del negocio.

Conjuntamente, se presenta la disminución de su primordial Materia Prima, la escasez de los peces en el sector, el cual desarrolla una cadena de acciones: con la falta de estos animales acuáticos el volumen de venta ha disminuido en consideración, además, de la alza en los precios, de todas maneras, reduciendo la compra; lo que conlleva a que las artesanas que solicitan el Cuero de los pescado para su producción no encuentran satisfactoriamente la cantidad necesaria para desarrollar su actividad, es por ello que han tenido que trasladarse hacia las caletas de la comuna de Concón como de Valparaíso, en donde le facilitan en la recolección de éstos pero que deben ser comprados; además, hay que considerar el traslado hacia éstos lugares, el cual es desembolso para la adquisición de tal.

### 3.3.3.- Debilidades

De acuerdo a las debilidades que presentan las personas emprendedoras de la zona en general, es el poco conocimiento que deberían contar para llevar adecuadamente sus negocios. No obstante, de acuerdo a una Beca Mype, la cual benefició a una cantidad de persona que desarrollan una actividad económica en la comuna, tanto artesanía como en la venta de la feria libre; en donde se ejecutó con éxito curso de Administración. A pesar de esta circunstancia, adquiriendo conocimientos básicos para poder llevar un negocio, no se hacen notar la aplicación de éste y el mejoramiento en sus quehaceres.

También, se añade que no cuentan con un apoyo, que los guíe y los oriente en sus ideas de crecimiento, en donde les puedan desarrollar talleres de reforzamiento tanto de habilidades como en la adquisición de conocimientos en áreas pertenecientes al progreso de las respectivas entidades económicas.

La falta de Información y, principalmente, educacional en la comuna crea pocas posibilidades de emprender un negocio que termine en buenos resultados, o en el momento de optar a un trabajo mejor remunerado.

La visión de las mujeres que trabajan con el cuero de pescado, en crecer su mercado local hacia otras partes, hacen que busquen fuentes de información sin que puedan ejecutar ya que no tienen a un profesional que las pueda asesorar o guiar en el proceso de búsqueda y postulación a fuentes de financiamiento.

Estos temas, mencionados con anterioridad, hace que se planteen nuevas ideas para adoptar y poder generar oportunidades eficientes y rentables hacia la comunidad, especialmente a los artesanos que son representativos de las zonas costeras, principalmente que son del lugar, por la fabricación de productos con cuero de pescado. Dando espacio a programas que son desconocidos y que pueden ser de gran ayuda hacia estas personas que quieren crecer y expandir hacia otros lugares que pueden ser más rentables.

Capítulo 4:- PROPUESTA A LA MUNICIPALIDAD PARA EL  
DESARROLLO EXPORTADOR DE SUS MICRO-EMPRESA.

4.1- Metodología de Trabajo.-

La manera de llevar a cabo los antecedentes preparados y para ser presentados hacia las instituciones relevantes de la Comuna. De acuerdo al proceso efectuado de análisis de datos que, son importantes, en concordancia con el tema a tratar.

De tal modo se han desarrollado propuestas e ideas a adoptar para que puedas aprovechar o aplicar tales programas de ayuda, que son enseñadas por las Instituciones tanto Gubernamentales como Privadas.

Los referencias fueron obtenidas a través de entrevistas o, al momento, de acercarse a oficina OMIL, muestran sus ideas y ganas de emprender, que las ventas en un tiempo no lejano crezcan hacia otros mercados, que puedan ser provechosos para el área donde trabajan y demostrando que con esfuerzo y ayuda adecuada podrán ejecutar los planes que desean.

4.2- Levantamiento de Datos y Diagnóstico.-

De acuerdo a los datos que se han proporcionado con respecto a las personas que desarrollan una actividad económica en la Comuna, resaltando la actividad representativa y común entre éstas, la producción Artesanal. Sin embargo, llama la

atención de Mujeres Emprendedoras y que trabajan el cuero de pescado confeccionando productos.

Es por ello que se insiste en la falta de ayuda que se puede proporcionar frente a la inexactitud de Información con respecto a las posibilidades que pueden presentar las Entidades Gubernamentales o generar posibilidades de reunirse y crear una asociación para contar con mayor cooperación, volúmenes de ventas y aumentar las mismas expectativas de las mujeres artesanales de la zona.

Además, se subraya el poco conocimiento de educación, lo que no favorece en la aplicación de poder llevar en buenas condiciones el desarrollo de los negocios pertinentes. Dándoles auge y relevancia a las condiciones de mercadería, el stock, o contar con un proceso productivo definido, el cual podría ayudar en especificar el perfil del negocio y con ello: productos, precios y lugar de ventas<sup>11</sup>.

De acuerdo a planes de indagación en los temas expuestos se han considerado reuniones, entrevistas, con las personas interesadas; dando sus respectivos puntos de vistas ante sus costumbres y cómo ha sido sus experiencias; desde sus comienzos hasta las nuevas técnicas que han ido adquiriendo con el tiempo. Es por ello, que recalcan la mayor comunicación que debería existir entre la correspondiente Municipalidad y Agrupaciones de Artesanos.

---

<sup>11</sup> Anexo N° 3: Test de Potencialidad Exportadora de ProChile.

Se enfatizan la necesidad seguir adquiriendo conocimientos, tanto para seguir desarrollando diferentes creaciones de productos como también en el interés de conocimientos que ayudan en la formación mínimas lo que concierne a nociones educacionales, para así enfatizar y enfocarse en las respectivas áreas de negocio.

De acuerdo a este tema, las personas micro-empendedoras se sienten cercanas y muy representadas por la Oficina OMIL y al Programa del Servicio Nacional de Mujer (SERNAM), Mujeres Trabajadoras Jefas de Hogar; las cuales ayudan en los procesos para adquirir ventajas tales como las capacitaciones. Es habitual que éstas se acerquen en busca de cursos que las ayuden en seguir surgiendo, especialmente para llevar un buen negocio, óptimo y de calidad.

#### 4.3- Desarrollo de la Capacidad Empresa de Organización y de Gestión.-

Conforme a la capacidad que cuentan las personas que pretenden ampliar sus negocios, las plazas de ventas; sin embargo, al interiorizarse con las realidades de cada una de las personas que componen éstos grupos importantes de la zona, se presentan inmediatamente la falta de conocimientos e información que cuentan para crecer dentro de la península.

Las principales ideas y motivaciones que tiene éstas mujeres para seguir prosperando y ascendiendo en sus expectativas de ventas, son las posibilidades que se

encuentran fuera de la comuna, ya que esperan una buena acogida puesto que son productos elaborados con materia prima natural, el material es fuera de lo común.

Es por ello que, han ido investigando de éstas posibilidades de mostrar sus obras, fuera de la geografía de la comuna de Quintero, y se han encontrado con ferias micro-empresariales; en donde, la mayoría, de emprendedores muestran sus productos, con expectativas de mejorar las posibilidades de ventas. Sin embargo, al compararse con las oportunidades que les ofrece el municipio a éstas personas, es casi nula y es en este punto donde no encuentran una congruencia con respecto a lo que la Municipalidad quiere mostrar.

Por las razones que presentan, se acredita la posición de los artesanos en emprender en la búsqueda de expandir hacía otros lugares, que sea beneficioso para todos y que abran a nuevas experiencias y oportunidades de ayuda.

No obstante, por ahora, manifestamos que la mejor forma de agrupación para que puedan optar a una ventaja de producción y así ir bajando los costos productivos, individualmente, es constituir una asociación en donde puedan integrarse, con el tiempo, personas que ayuden y colaboren con la producción de éstos bienes. Y así masificando la fabricación, apoyándose para ir creciendo en el área, además de la experiencia que pueden obtener.

Con todo, para que las personas puedan optar al crecimiento de sus negocios, deben ser apoyados por instituciones gubernamentales, tal como la municipalidad, pero no cuenta con el departamento o sección apropiada para ello. El cual solamente se

debería enfocar en éstos temas relevantes para comuna. Como, por ejemplo, en la ayuda de hacer una postulación de una forma correcta, exponer programas que se ejecutan con habitualidad o nuevo que se desarrolla dependiendo de las organizaciones, o bien los beneficios que otorgan las grandes empresas que se encuentran en el cordón industrial de la zona. Es por ello que se resalta la necesidad de un especialista que pueda ofrecer asesorías técnicas a personas que no cuentan con la capacidad para poder obtener algún beneficio.

Más allá de la realidad de las personas que habitan la comuna, como por ejemplo la falta de comunicación o bien la falta educación, es importante que adquieran conocimientos básico de un negocio o como poder llegar a realizar uno; pese a esto se resalta la experiencia que tiene las personas en el área de los negocios que, sin duda, es uno de los factores importante y que se destacan entre los pares.

#### 4.4- Líneas de Apoyo a las Micro-empresarios

En el área de apoyo a los emprendedores nacionales, existen varias oportunidades para poder crecer y desarrollar sus actividades, es por eso que para las mujeres de la comuna de Quintero se encuentran particulares programas que las ayudarán a fortalecer sus conocimientos.

##### 4.4.1- Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO) de CORFO.-

Dentro de las líneas de apoyo que cuenta CORFO, se encuentra éste propósito el que consiste en una entrega de financiamiento para grupos de empresas que trabajan asociadamente, que buscan soluciones de problemas del mismo tipo o categoría. Especialmente en las áreas de gestión y de la comercialización de los productos de éstas. En donde, en el inicio de esta agrupación al menos de cinco integrantes, empresarios.

Este plan está orientado a Pequeñas y Medianas Empresas, en donde se pueden ir integrado empresas con valores de ventas menores (considerando valor de venta en UF). Sin embargo, existe la posibilidad que los interesados en optar en este puede tener valores inferiores o mayores a los respectivos, de acuerdo a las áreas productiva y zona geográfica que lo pida, para ello se debe evaluado por el Comité de Asignación de Fondos de Fomento de CORFO.

Lo anterior lo exime a las personas de la comunidad en poder optar a una nueva forma de poder comercializar y ampliar las posibilidades de producción, ya que la fabricación es con material de natural y novedoso, el cual llama la atención la materia prima a ocupar.

El esquema consta de tres ciclos:

**Etapas Preparación:** La primera fase se diagnostica el potencial que se genera al formar una asociación y en la elaboración del proyectos del grupo, el debe solucionar los problemas que se presentaron al momento de realizar el diagnóstico. Ésta etapa cuenta co una duración de un año aproximadamente. Además, el cofinanciamiento consta de un

80%, en donde las tiene un tope de 800UF por grupo y de 80UF por integrantes, es por ello que cada asociado debe invertir en el 20% restante.

**Etapas PROFOS:** En esta sección se debe desarrollar que fue planteado en la primera etapa para solución de las dificultades, para que así puedan incorporar nuevas bases o técnicas de gestión o a sus procesos de producción como también a nuevas formas de comercializar sus productos. Para poder llevar a cabo este espacio y que se realice de forma correcta, se debe contar con un periodo de tres años y así poder aplicar los nuevos conocimientos. Aquí se puede aportar el apoyo con temas tales como servicio básico, el arriendo del inmueble, equipamiento y materiales de oficina, capacitaciones y el envío de muestras. Sólo el 70% del costo total será cofinanciado durante el primer año, luego disminuirá el participación en 10% durante el tiempo restante. Se especifica que el máximo del aporte que puede implementar esta entidad es de 2.700 UF anual y de 360UF por empresas o integrantes de la asociación.

**Etapas Proyecto Específico:** Es la ampliación de la fase anterior, en donde la asociación que haya resultado exitosa, puede formular un nuevo proyecto para adquirir mayor valor, superior a lo que ya han logrado.

#### 4.4.2- Fondo de Asistencia Técnica.

CORFO ha desarrollado este perfil de apoyo a las pequeñas y medianas empresas que requieren de asesorías técnicas, con profesionales que les pueda ayudar en la

incorporación de mejoras en las prácticas de gestión en la operación o de tecnología nuevas en los procesos productivos de la empresa. Este instrumento cofinancia la contratación de consultoras que se especializan en distintas áreas de un negocio como: finanzas, diseño, marketing y otras áreas.

Las PYMES que pueden postular a este instrumento, que requieran de apoyo técnico de profesionales, deben contar con ventas entre 2400 y 100.000 UF anuales. Además se pueden incorporar empresas que no cuenten con el requisito de ventas anuales que se solicitan, en donde deben estar participando activamente de un programa de CORFO o en los instrumentos de financiamiento que presenta Pro-Chile en Exportación.

En este contexto las micro-empresarias del rubro artesanal, pueden optar a estas posibilidades de emprendimiento y ayuda que proporciona el Gobierno, en donde podrán desarrollar sus capacidades en conocimientos de comercialización, finanzas y otras, en donde encuentren que requieran de soporte para el desarrollo de sus actividades.

No obstante, destacamos que el programa puede ser ejecutado de dos maneras: **Fat Individual:** En donde se realiza un diagnóstico el cual consta de un costo que, Corfo aportando 12 UF y la empresa 3 UF, y sobre el resultado, se realiza la consultoría en un área en específico; es aquí donde Corfo cofinancia un 50% del costo total, como tope de subsidio 450 UF por empresa.

**Fat Grupal:** En donde al menos se deben juntar tres empresas de un sector en particular o afín que a través de una evaluación de conveniencia del proyecto, es aquí que Corfo para esta etapa aporta 30 UF y el grupo 10 UF; para el apoyo técnico la institución aporta 50% del costo total con tope de 100 UF por empresas del grupo.

Para realizar tal postulación se debe contactar con un agente que opere con los Fondos de Asistencia Técnica (FAT). Éstos entregan los formatos de postulación, con descripciones y actividades a realizar; conjuntamente destinan a la persona que realiza el diagnóstico y que prevalece las acciones y orienta la asistencia técnica.

Con éstos antecedentes las personas que trabajan con el cuero de pescado podrían optar a crecer y atreverse a postular a nuevas posibilidades de ayuda que entrega Instituciones tal como Corfo, que aportaría tanto a sus habilidades como en conocimientos de áreas más específicas que auxiliarán a sus negocios.

Por lo demás, con este sistema de asociación entre empresas del mismo rubro, las personas que se reúnen adquieren ventajas considerables en sus negocios, ya que trabajan por un objetivo en común, en donde los integrantes puedan aportar conocimientos o ideas que beneficien a la totalidad de participantes. Los principales motivos por los cuales se toma la decisión de asociarse, es la reducción de costos, complementar los recursos y sobre todo aumentar la capacidad productiva del producto, mejorando los procesos productivos.

#### 4.4.3- ProChile.

Además se debe mencionar a otra institución, igual de importante como lo es Corfo, para procesos de Apoyo y de fomento hacia las PYMES, la Entidad ProChile. Ésta cuenta con Programas distintos que ayudan en la búsqueda de Información para llevar a cabo los resultados esperados.

ProChile cuenta con el “Programa de Formación Exportadora”, el cual contiene cinco temas o presentaciones que ayudan a fortalecer este tipo de conocimientos. Los participantes de este, pueden ser empresas que no exportan, que tienen las capacidades para poder realizar tal paso o bien, empresas que ya han empezado a internacionalizarse directa o indirectamente.

Se detallarán los programas que componen el objetivo principal:

- **Talleres y Seminarios de Desarrollo Exportador:** El taller está dirigido para empresas que ya han exportado o que deseen hacerlo, sin restricciones de estar vinculados a la entidad o bien que no hayan realizado un Test de la Capacidad que tiene para Exportar la empresa; sin embargo, se recomienda aplicar tal potencialidad para apoyar y mejorar los conocimientos. Los temas a tratar en los talleres serán de acuerdo a los requerimientos o necesidades que presenten los beneficiarios. Las postulaciones se realizan en fechas que se estipulen por ProChile, acorde al calendario establecido. Para realizar la postulación se debe completar un formulario de inscripción, hacerla llevar vía correo electrónico o dejarla personalmente en la Oficina correspondiente de la región; además, de cumplir con un mínimo de requerimientos como: contar con nivel educacional

básico que permita en la asistencia y comprensión de la temática, manejo computacional a nivel usuario que puedan desarrollar actividades prácticas y del compromiso en participar activamente de los talleres, en la totalidad. En la selección de los participantes es total, pero en algunas ocasiones se limitan el número de participantes. Por lo demás, se debe mencionar que la participación es gratuita.

- **Diploma E-learning, Comercio Exterior:** Es un instrumento que ofrece la institución junto con el Organismo de Capacitación, SENCE, el cual apunta a empresarios o emprendedores que buscan mejoras para poder internacionalizarse. Éste programa cuenta con dos áreas, una dirigida a bienes y la otra área de servicio. Cada una cuenta con ocho materias, además de tres complementarios y con las respectivas clases de Inglés desde nivel básico hasta avanzado. Podrán postular empresas bajo modalidad Bono Empresa y Negocio de Sence y personas que trabajen bajo modalidad independiente o a honorarios, colectiveros, feriantes y pescadores, que pertenezcan a instituciones reconocidas por Sence. Las postulaciones se debe realizar a través de portal Sence y adjudicarse el beneficio del bono negocio y empresa, ya con este documento se puede acceder a completar ficha de inscripción en portal de ProChile, la selección de los participantes será a nivel nacional, ay que al ser programa vía Internet, las propias personas manejarán el tiempo de estudio y avance de las temáticas presentadas.

- **Diplomado Comercio Exterior:** Exposición de temas relacionados a comercio para que adquieran conocimientos y que sean aplicarlas por lo integrantes del curso. Se imparte en forma presencial, el cual consta de dos áreas de desarrollo, una para empresas

de venta de bienes y otra para área de servicios. Este curso se encuentra dirigido a empresas que tiene la intención de realizar tal paso y pueden hacerlo; sin embargo, deben los interesados deben aplicar y aprobar un Test de Capacidad Exportadora que realiza ProChile. El programa tendrá una duración aproximado de seis meses y contará con cupos limitados de participantes. Además tendrá un costo, el cual corresponde a la cantidad de \$120.000 aproximadamente.

- **Coaching Exportador:** Programa que ayuda en el desarrollo de destrezas para liderar y encargarse de negocios; además, de mostrar los apoyos que existen para vigorizar la exportación. Se trabaja en grupos de no mas de 10 personas con rubros similares de negocio, en donde se realizan exposiciones por profesionales que representan tres partes importantes del sector, como: un entrenador del plan de exportación quien ayuda en abrir las habilidades; un empresario con experiencia en la exportación que manifiesta modelos de negocios exportadores; y un profesional de ProChile quien el apoyo de la Institución. Este programa está diseñado, especialmente, a las empresas de menor negocio en donde se privilegiará a las que estén vinculadas menos de un año o por primera vez con la Organización. Las postulaciones para participar de este, se realiza durante los primeros meses del año, ya que el curso empiezan a mediados del año hasta diciembre, sin embargo, para inscribirse los participantes deben previamente aplicar el Test de Capacidad Exportadora y ser aprobado por la Institución. Junto con ello el coso de participación en el programa corresponde a treientos mil pesos.

- **Programa Pre Internacionalización:** La ayuda consiste en la participación de Ferias Internacionales, en donde pueden conocer nuevas técnicas de marketing o de comercialización, iniciar el camino de ventas a mercados internacionales o en adquirir conocimientos y poder mejorar el plan de exportación. Enfocarse en el Mercado Potencial a exportar. Principalmente se dará privilegio a pequeñas empresas, de menor tamaño que no exportan o lo hagan de directa o indirectamente, pero que cuenten con la capacidad exportadora. Las postulaciones para participar de las actividades contempladas por ProChile son en los primeros meses del año; no obstante, se debe aprobar el Test de Potencialidad Exportadora que aplica la entidad, completar Formulario de Inscripción y estar dispuesto a firmar carta de compromiso en la participación correspondiente, además al momento de finalizar las ferias deben entregar una evaluación de sus diligencias realizadas y de un Informe de su actividad en el país de visita. Los empresarios pueden participar y visitar solo una feria en particular por año. Cabe mencionar que el costo asociado en este programa corresponderá a las ferias que se contemplen para el año, en donde pueden ser co-financiados los pasajes de avión y entradas a las ferias si así concierne, los demás costos como alojamiento, comida o traslado correrán por el participante.

Con los Programas de apoyo que se presentan, ofrecidos por las Instituciones Gubernamentales las personas emprendedoras de la Comuna pueden obtener ayuda en adquirir conocimientos fundamentales para manejar un negocio o ventajas que se pueden obtener al agruparse y formar una sociedad, por ejemplo. Sin embargo, la mayoría de los

micro-empresarios no están al tanto de estas herramientas, las cuales pueden aprovechar y conseguir buenas y valiosas oportunidades de ampliar sus capacidades.

En donde cabe destacar que los programas de ProChile son una gran plataforma para adquirir apoyo de manera constante y de calidad para el proceso de Internacionalización.

Menciono que para poder recibir una ayuda, deben pasar por proceso de ser evaluado en Test de Capacidad Exportador; además, es interesante los dos últimos programas que se sugieren, ya que están orientadas a personas que no exportan y que tengan ganas de realizar esta experiencia, con énfasis en las empresas de menor tamaño.

Conjuntamente, esta Institución cuenta con antecedentes y nociones de como exportar, dónde responde preguntas frecuentes de este proceso, los cuales son relevantes e importantes para las personas que quieren aprender en los conocimientos básicos exportación.

Además, la plataforma cuenta con servicios adicionales hacia las empresas o micro-empresas para obtener de antecedentes necesarios a la hora de tomar decisiones importantes como la internacionalización. Esta Institución cuenta con un Centro de Información, el cual entrega datos interesantes de acuerdo a estadísticas del comercio exterior, estudios de mercado, asistencias a los exportadores, cibereport y estudios a perdido. Estas asistencias proporcionadas por ProChile son de gran fuerza, ya que cuenta

con profesionales aptos para las áreas que requieran las personas y/o de las solicitudes que realicen.

Con respecto a este tema, se expone un Estudio de Mercado en el área de Cuero, en donde se presenta una publicación de Estados Unidos; el cual es un país que importa artículos hechos de cuero, que tiene una participación mínima de los productos nacionales. También, se debe considerar que ingresan productos derivados desde el continente asiático, los cuales la mano de obra es menor por ende genera que los precios de los productos finales son bajos; sin embargo, se destaca que mercado europeos exportan hacia Estados Unidos, los que son productos de calidad y con una marca potente lo que conlleva a precios altísimos, participando en un nicho de mercado. Es por ello que para que los productos nacionales entren al mercado estadounidense, se deben concentrar en un área específica, un nicho de mercado, y que los productos sean diferenciados e innovadores.

Es aquí donde se abre una posibilidad concreta a las emprendedoras de la comuna, por la innovación de la materia prima en donde pueden entrar con potencial y diferenciarse dentro de un sector; no obstante, los diseños de los productos no es sofisticado, no cuentan con mayores ideas de generar productos de mayor detalle.

Simultáneamente, el portal cuenta con una sección de preguntas frecuentes en donde se exponen respuestas de preguntas establecidas, orientadas al rubro de internacionalización; como por ejemplo, Incoterms, las barreras existentes en el

comercio, impuestos, entre otros. Temas que son básicos pero necesarios e inexistentes a la hora de tomar antecedentes o en la investigación del Mercado de destino.

ProChile cuenta con varios Programas de ayuda hacia personas no exportadoras o que tiene las ganas de realizar, importante en el sector de exportación, el cual no es conocido el beneficio que se puede obtener al trabajar con este Organismo.

Las herramientas no son conocidas, ni en los beneficios que se pueden obtener al adquirir los conocimientos, fortaleciendo los negocios, procesos tanto de comercialización como de producción. Adquiriendo enseñanzas relevantes e importantes para un futuro no lejano de poder exportar e ingresar con una base activa y eficaz en destino.

#### 4.4.4- Otras Instituciones.

Por lo demás, de contar con entidades gubernamentales que proporcionen asesorías técnicas en áreas específicas de la exportación; existen empresas privadas, sin fines de lucro, que generan oportunidades y específicamente trabajan con artesanos a nivel nacional.

Estas empresas generan soporte independiente a las posibilidades que se pueden obtener de forma particular con los otros Establecimientos, sin perjudicar en la participación en la formación de otros programas de aprendizajes.

Dependiendo de las actividades y de los productos realizados, existen organizaciones que dependiendo de las creaciones, se interesan en productos específicos.

Se pueden encontrar Organizaciones que se interesan por ejemplo de producto elaborados a tejidos o instrumentos musicales característicos de una de las zonas del país o bien fabricaciones de productos alimenticios.

Es por ello que en esta categoría se destaca una Institución que pretende preservar este tipo de manualidades a nivel local, de cada región o sector nacional, trabajando directamente con éstas personas para entregar la importancia de esta arte, valorizando la labor realizada. Hands of Chile selecciona a las mejores producciones a nivel nacional para que así puedan ser vendidas a interesados de este tipo de objetos, beneficiando a productores que con esfuerzo crean modelos e implementando nuevo colores en sus diseños.

Hands of Chile mantiene una relación unida, en forma especial, con las personas que proveen de los productos, con los clientes en donde se les entrega productos de calidad. Junto con ello cuentan con una red que divulga las informaciones y las características que cuenta esta organización.

En especial, trabaja con artesanos que realizan productos más representativos de cómo por ejemplo, los productos típicos del pueblo mapuche. En sí, quiere preservar las tradiciones o lo característicos de las culturas o lugares, que van desde creaciones manufacturadas hasta productos alimenticios naturales.

Al mismo tiempo, se encuentran organizaciones que apoyan a los micro-emprendedores tanto en asistencias técnicas como las exportaciones de productos de calidad, artesanales, generando a posibilidad en salir adelante.

Comparte, es una de las instituciones que genera esta posibilidad, quien trabaja estrechamente con los clientes; además, se acerca a las instituciones que le puede generar información importante y relevante como por ejemplo de mercados internacionales, sobre las características que deberían contar el o los productos para ingresar al mercado o bien las certificaciones correspondientes. Estos datos serán de gran asistencia y se enmarcarán por la gran ayuda que otorgará a los comerciantes a la hora de ofrecer las mercancías, en donde podrán competir en un mercado específico, presentándose con lo necesario para una competencia libre.

Con el apoyo de uno de los Organismos mencionados, también pueden adquirir asesoramiento con respecto a precios que pueden ofrecer los productos, para así competir de igual forma con los demás productos que ingresen al mercado de destino y, además, de los lugares donde llegar, el destino final de las mercancías. Es por ello, que ya cuentan con destinos determinados donde exportan productos, como lo es: Estados Unidos, Francia, Japón, Australis, entre otros.

Referido a lo anterior, se destaca la participación de grupos organizados que prestan servicio a quienes lo requieran, en especial a un grupo de artesanos que conforman una línea en común de producción. Es por ello, que se puede presentar el grupo emprendedor de la comuna, con oportunidades de adquirir conocimientos valiosos a la hora de generar un negocio potencial, puesto que sabrán desde producir adecuadamente hasta la presentación de los productos a un país de destino.

## Capítulo 5:- CONCLUSIONES.

La organización del Estado permite dar un orden de composición y conforme a lo que se estipula, dando origen a las Instituciones del Estado, en este caso a su estructura de gobierno interior, el cual contempla un orden de gestión, masificando un trabajo en común, para un bienestar acorde a los planes que se han determinado.

Dentro de la Administración del Estado, se presentan fragmentos de funciones en donde se llevan a cabo distintas tareas en función de la prosperidad del país, estos son los Ministerios. Cada uno de ellos resalta su importancia y, coherencia con lo expuesto, se presenta el Ministerio de Economía y Fomento, porque de éste depende la idea principal y fundamental del Estado, que las PYMES crezcan, amplíen sus oportunidades de negocio, para así generar posibilidades de empleo hacia los habitantes de la nación. Un concepto que se debe reforzar con los potenciales emprendedores y/o negocios que en un futuro puedan ser una fuente creadora de empleo.

Al mismo tiempo, corresponde que las comunas del país se organicen conforme a sus orientaciones y a lo que estipula la Ley que lo normaliza, según las directrices del Alcalde, quien debe cumplir con funciones y obligaciones establecidas para una organización comunal, dirigiendo a ésta conveniente a los hechos que se presenten; sin embargo, tratando de no salir del perfil nacional.

En la Municipalidad de Quintero, de acuerdo a las actividades a desarrollar estipuladas en la Legislación que la rige, se observa la necesidad y la importancia de Fomento Productivo en la zona. Presentándose en esta área la insuficiencia de los

conocimientos y la escasez de personal adecuado que pueda orientar y guiar a éstas personas para la obtención de recursos o cómo poder generar más comercialización de los productos, apoyando para una potencialidad de entrar en una Mercado Internacional.

Con respecto a fondos de soporte se enfatiza los Organismos Públicos como lo es: SERCOTEC, CORFO y FOSIS; quienes ayudan y cooperan con la posibilidad de crecer y desarrollar un negocio innovador y rentable, ampliando los conocimientos en base a sus propios negocios.

Referente a las informaciones y datos presentados para el emprendimiento, se pueden ocupar varias de las fuentes de ayuda para así crecer e ir adquiriendo conocimientos y experiencias para adoptar. Lo que pueden ser provechosas para las personas emprendedoras de productos no habituales dentro del mercado artesanal, ingresando a la producción con material de cuero de pescado, el cual no es tradicional.

Si embargo, en particular, para que las mujeres que trabajan con la materia prima, específicamente, de cuero de pescado, para que puedan empezar a formalizar completamente sus negocios, con la ambición de expandir sus negocios a mercados internacionales es ir adquiriendo conocimientos básicos, programas especialmente para este tipo de intención.

Es primordial para los proyectos a realizar, que se cuente con una persona idónea que los pueda orientar y llevar por un camino de emprendimiento, es por ello conviene considerar a un encargado del área de Fomento Productivo en la Municipalidad. Así podrá llevar registro de personas emprendedoras, evaluarlas y,

dependiendo de sus debilidades y falencias, poder ayudar con mayor exactitud en los requerimientos necesarios para cada tipo de negocio.

Entrando, en particular, al tema de las mujeres emprendedoras que realizan trabajos con cuero de los pescados, en la búsqueda de la posibilidad de exportar sus productos, ampliar las oportunidades de comercio; en donde, es inusual la venta de éstos dentro de la comuna, lo cual se refleja una ventaja comparativa para aprovechar. Fuera de la idea, el camino es largo para generar productos de calidad, los modelos artesanales, deben pasar por programas para así dar lugar a la importancia que significa este tipo de emprendimiento en la zona. Es así que, con las herramientas señaladas, se pueden ampliar los conocimientos, las materias para ampliar oportunidades de negocios.

Tales ideas son importantes que con los programas presentados por las entidades gubernamentales, CORFO y ProChile en este caso, nos estaríamos entrando a un nivel que realmente se necesita para adoptar un rol de negocio- exportador. Además, el soporte que ofrece las empresas privadas hacia los artesanos contempla una red internacional, para penetrar en mercados potenciales de estos productos. Al trabajar en conjunto con las opciones de crecer, se podría fortalecer los conocimientos para empezar a competir equitativamente con los demás oferentes artesanales; abriendo un camino de hacia la novedad.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Quintero>: Página visitada en Agosto 2011
- [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl): Programa Formación Exportadora; Página Visitada en Agosto 2011.
- [www.corfo.cl](http://www.corfo.cl): Líneas de Apoyo; Página visitada en Agosto 2011
- [www.comparte.cl](http://www.comparte.cl): Página Visitada en Septiembre 2011
- [www.handsofchile.cl](http://www.handsofchile.cl): Página Visitada en Septiembre 2011
- Diccionario General de la Lengua Española; 1º edición, agosto 2006. Larousse Editorial S.L Mallorca 45, 3ª etapa. Libro Visitado en Abril 2011

# **ANEXOS**

**ANEXO N° 1:      PÁRRAFO 2**

**Funciones y atribuciones**

Artículo 3°.- Corresponderá a las municipalidades, en el ámbito de su territorio, las siguientes funciones privativas:

- a) Elaborar, aprobar y modificar el plan comunal de desarrollo cuya aplicación deberá armonizar con los planes regionales y nacionales;
- b) La planificación y regulación de la comuna y la confección del plan regulador comunal, de acuerdo con las normas legales vigentes;
- c) La promoción del desarrollo comunitario;
- d) Aplicar las disposiciones sobre transporte y tránsito públicos, dentro de la Comuna, en la forma que determinen las leyes y las normas técnicas de carácter general que dicte el ministerio respectivo;
- e) Aplicar las disposiciones sobre construcción y urbanización, en la forma que determinen las leyes, sujetándose a las normas técnicas de carácter general que dicte el ministerio respectivo, y
- f) El aseo y ornato de la comuna.

Artículo 4°.- Las municipalidades, en el ámbito de su territorio, podrán desarrollar, directamente o con otros órganos de la Administración del Estado, funciones relacionadas con:

- a) La educación y la cultura;
  - b) La salud pública y la protección del medio ambiente;
  - c) La asistencia social y jurídica;
  - d) La capacitación, la promoción del empleo y el fomento productivo;
  - e) El turismo, el deporte y la recreación;
  - f) La urbanización y la vialidad urbana y rural;
  - g) La construcción de viviendas sociales e infraestructuras sanitarias;
  - h) El transporte y tránsito públicos;
  - i) La prevención de riesgos y la prestación de auxilio en situaciones de emergencia o catástrofes;
  - j) El apoyo y el fomento de medidas de prevención en materia de seguridad ciudadana y colaborar en su implementación, sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso tercero del artículo 90 de la Constitución Política;
  - k) La promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres,
- y
- l) El desarrollo de actividades de interés común en el ámbito local.

ANEXO N° 2



LISTADO DE MICROEMPREENDEDORES

ACTIVIDAD O RUBRO	DETALLES ACTIVIDAD	NOMBRE DE FANTASÍA	APELLIDOS	NOMBRES	RUT	FONO	DIRECCIÓN	PATENTE	FORMALIZADO
COMIDA	TABLAS DE QUESO. SANDWICHES. EMPANADAS CANAPÉ. CEBICHES. CANOAS DE MACHA. PASTEL DE JAIBAS. BANQUETERIA Y COLACIONES. TORTAS.	YENNY, DELICATESES		YENNY		85960993			
RESTAURANT	FUENTE DE SODA RESTAURANT. ESPECIALIDAD EN MARISCOS Y PESCADOS. CARNES Y PARRILLADAS. EVENTOS.	CASINO SOCIAL	VIDAL FUENTES	JUDITH		32- 2931665 92770116	AV. NORMANDI E 1725. QUINTERO	1	1
RESTAURANT-CAFETERIA	BAR RESTAURANT Y CAFETERIA	MARTIN'S	OÑATE	EDISON		92047625	PILOTO ALCAYAGA 1860. QUINTERO	1	1
RESIDENCIAL	ALOJAMIENTOS Y ALIMENTACIÓN	RESIDENCIAL PACÍFICO	OLIVA DÍAZ	JORGE		92600733 89563633	AV. FRANCIA 922. QUINTERO	1	1

MOTEL-CABAÑAS	HOTEL,MOTEL Y CABAÑAS. COMPLETAMENTE EQUIPADAS, CON MUSICA AMBIENTAL, SERVICIO DE BAR, CALEFACCION.	AGUAS MÁGICAS M'HOTEL		BELTRAN		32-2932952 93448299	LOS LIRIOS 170. QUINTERO	1	1
CONSTRUCCIÓN	VENTA DE ARIDOS. MOV. DE TIERRA. ARRIENDO DE MAQUINARIAS. URBANIZACIONES Y TERRAZAS COMPACTADAS.	JAVIER RODRIGUEZ. ARIDOS PARA LA CONSTRUCCION	RODRIGUEZ	JAVIER		33-712045 98849951		1	1
CONSTRUCCIÓN	REMODELACION Y AMPLIACIONES. PINTURA, CERAMICA, CARPINTERIA. ESTRUCTURAS METALICAS	JOSE CEPEDA O.	CEPEDA ORTEGA	JOSE	11.316.416-6	79131744/ 68129023	Calle 1 Block 982 Repto. 41 Villa La Roca - Quintero	0	0
CONSTRUCCIÓN	EDIFICACIONES. AMPLIACIONES. INSTALACIONES ELECTRICAS. PLANOS, REGULARIZACIONES	MENDOZA CONSTRUCCIONES	MENDOZA HENRIQUEZ	ENRIQUE	10.960.139-k	87656630 85507753	Dr. José Brito #2314	1	1
PODOLOGIA Y MANICURE	DUREZAS,CALLOSIDADES, UÑAS ENFERMAS, PIE DIABETICO, EXFOLIACION, CUTICULAS, ESMALTES, TRATAMIENTOS.	PODOLOGIA Y MANICURE	CARRASCO	MARIA ELENA		94815464	PJE. LAS CABAÑAS RITOQUE . CASA AZUL	0	0
REPOSTERIA	REPOSTERIA, TORTAS Y DULCES.	PASTELERIA COMO EN CASA	MUÑOZ DE LA GUARDA	PAMELA		32-2934827 084202897		0	0
GRABADOS EN METAL	MEDALLAS, INSIGNIAS, LLAVEROS, ACRILICOS, CALADOS EN METAL.	GRABADOS EN METAL	LOPEZ VILCHES	MIGUEL	5.666.967-1	2930293 95730452	5 DE ABRIL 2435	0	1
PANIFICACION	PAN, MASAS Y DULCES	NO	GONZALEZ HERNANDEZ	HERNALDO ANTONIO	15.836.528-6	75426602 - 66204281	CONDELL 2898. QUINTERO	0	0

VENTAS VERDURAS. FERIA LIBRE	VENTAS DE ENSALADAS ENVASADAS Y VENTA EMPANADAS	EL CURURO	VERGARA MUÑOZ	ISABEL MARINA	12.218.051-4	93064565 2932261	DAGOBERT O GODOY 2942. QTRO.	0	0
DISEÑO ROPA	ROPA DE MUJER ACCESORIO BAÑOS Y CASA	#¡VALOR!	RAMIREZ BAUTISTA	SASCHA VALERIA	18.303.759-5	2934651 75659988	VILLA QUINTA NORMAL. LONCURA ALTO CASA 6-B	0	0
EMPRESA DE ASEO	LIMPIEZA Y MANTENCION DE CASAS, COLEGIOS Y OFICINAS Y LAVADO DE ALFOMBRAS	DEL RIO ASEO INTEGRAL	LAFUENTE ORTIZ	MONICA BERNARDA	8.040.744-0	29335504- 75850857	AVENIDA CAJAKAY 2200 Loncura ALTO	0	1
ASISTENTE KINESIOLOGIA	TODO TIPO DE MASAJES, REDUCTIVOS, RELAJACION, DRENAJE LINFATICO. ENFERMERIA	SIN NOMBRE	ARANEDA CAMPOS	NADIA ANDREA	13.494.566-4	2329481 82003075	PILOTO MORAGA 2101 CASA 91	0	0
ALIMENTACION	VENTAS DE DESAYUNOS Y BROCHETAS CHOCOLATE	SIN NOMBRE	GONZALEZ TAPIA	MARTA ISABEL	9.214.321-K	62164344	11 DE SEPTIEMBRE ESQ. RETAMOS LONCURA ALTO	0	0
SALUD CORPORAL	PODOLOGIA, MASAJES	SALUD INTEGRAL	GUZMAN MANOSALVA	TERESA SOLEDAD	10.262.846-2	83714501	HERNANDO DE MAGALLANES 626 QTRO. SECTOR EL FARO.	0	0
MUEBLERIA	MUEBLES LINEA PLANA	MUEBLES QUINTERO	GONZALEZ VELASCO	ROBERTO DUILIO	13.258.244-0	86452683 78746427 78746427	BALMACEDA 570-C	0	1

MANUALIDADES	MANUALIDADES CROCHET, ENCINTADOS, BONSAI, TRABAJOS MOSTACILLA, SOFT, ETC.	SIN NOMBRE	ROJAS HERNANDEZ	ANA JAQUELINE	11.831.236-8	84579491 - 82340997	GOMEZ CARREÑO 2746	0	0
TURISMO ECO-CULTURAL	EVENTOS CULTURALES	LUNA MAR	HEREDIA BRITO	GUILLERMO	6.196.760-5	2933611 74302962	SN. MARTIN 201 ESQ. BARROS LUCO	0	1
ALIMENTACION	EMPANADAS FRITAS DE MARISCOS Y QUESOS	SIN NOMBRE	DIAZ DIAZ	MARISOL VERONICA	8.768.342-7	95328789	HERMANOS CARRERA 335	0	0
REPOSTERIA	REPOSTERIA FINA, PROFITEROLES, MEDIAS LUNAS, TORTAS	LA CASA DE MI ABUELA	SILVINA ASTIGUETA	ELSA	14.747.656-6	87051552	BAQUEDANO 1869	0	0
MUEBLERIA	TALLADO, BARNIZO Y TAPIZADO Y CONFECCIONDE MUEBLES	TALLER DN. YAYO	ANGULO LEIVA	GERARDO	3.464.647-3	91871794	ERNESTO RIQUELME 940	0	0
VENTAS FERIA LIBRE	VENTAS, GORROS, SOMBREROS Y ARTICULOS DE NIÑOS	CRISTI	ORTEGA SOLIS	CRISTINA LIDIA	7.576.942-3	93974814 / 2933142	GOMEZ CARREÑO 2744	0	0
FERIA LIBRE	CONFECCION TEXTIL	SIN NOMBRE	MORIS PARRA	JEANNETTE ANGELICA	10.000.329-5	79011794	NORMANDI E 2910 BLOCK E DEPTO 14	1	1
CHOCOLATERIA Y ARTESANIA	BOMBONES, ALFAJORES, FIGURAS, CHOC. MACIZOS. Lamparas. Jotyas, figuritas.	SIN NOMBRE	MUÑOZ ALVARADO	KATY ELENA	17.274.126-6	81846415 2886728	ERNESTO RIQUELME 688	1	1
MASOTERAPIA	MASAJES, RELAJACION, TERAPEUTICOS-DRENAJE LINFATICO-REDUCCION-CELULITIS	SIN NOMBRE	ARANEDA CAMPOS	NADIA ANDREA	13.494.566-4	2329481 82003075	PILOTO MORAGA 2101 CASA 91	1	1

BANQUETERIA	COCTELES Y BANQUETES	VERONICA ROJAS	ROJAS HERNANDEZ	VERONICA		81874780	STA. FILOMENA CON SALAS 2923 QTRO.		
COMIDA	HUMITAS Y PASTELES DE CHOCLO	SIN NOMBRE	SOLIS	ELIZABETH		83904287			
ESTETICA Y BELLEZA	MASAJES, PEDICURE, DE PILACION, TERAPIAS ALTERNATIVAS.	KWAN-YIN	GONZALEZ	KARINA		32-2993565	13 NORTE 1063	1	1
SOLDADURA AL ARCO	SOLDADURA Y CARPINTERIA	SIN NOMBRE	MORA RUBIO	RAMÓN		89975786 - 2930538	VILLA LAS CAMPANAS 2824 LONCURA ALTO		
ENCARGOS Y COMPRAS	TRAMITES EN GRAL, BANCOS, CASAS COMERCIALES, FARMACIAS, REPUESTOS AUTOMOTRICES, DESPACHOS.	QUINCARGO	MORALES FUENTES	PATRICIA		77542279			
TRANSPORTE	VIAJES ESPECIALES DENTRO Y FUERA DE LA REGION	MI CHILE LINDO TRANTUR		MARCOS		62253536-82165231			
SERVICIOS ELECTRICOS	INSTALACIONES ELECTRICAS Y GAS, INDUSTRIALES, DOMICILIARIAS, TRAMITACIONES Y ASESORIAS TARIFARIAS.	SERVICIOS ELECTRICOS & AUTOMATIZACION	ACEVEDO ENCALADA	LUIS	8605453-1	96404889-75005190			

Totales:	Patentes	Formalizados
	10	14

Sin Patente	No Formalizados
25	21



ANEXO N° 3:

TEST DE POTENCIALIDAD EXPORTADORA  
PRODUCTOS Y SERVICIOS

- DEPARTAMENTO DE ATENCION Y APOYO EXPORTADOR -

## TEST DE POTENCIALIDAD EXPORTADORA

Estimado empresario (a),

El Test de Potencialidad Exportadora tiene por objeto proporcionar información sobre el nivel en el cual se encuentra su empresa para formar parte del proceso exportador para así acceder adecuadamente a los instrumentos, servicios y programas de PROCHILE que permitan su inserción en los mercados internacionales.

### OFERTA EXPORTABLE

1. De acuerdo a la siguiente clasificación ¿en qué categoría clasifica a su empresa? Por favor, marque solo una opción.

- Exportador Indirecto (\*)
- Nunca ha exportado

Nota (\*): “Exportador indirecto” se entiende como una empresa que llega hasta los clientes a través de terceros, sin interactuar con el importador en el mercado de destino.

2. Según la siguiente clasificación ¿cuál es la categoría comercial de su empresa? Puede marcar más de una opción.

- Productor.
- Comercializador.
- Prestador de servicios.
- Distribuidor mayorista.
- Distribuidor minorista.
- Representante comercial.
- Trader.
- Otro (mencione): \_\_\_\_\_

3. ¿Cuál(es) es (son) el (los) código(s) de la principal actividad económica de su empresa informada en la declaración de impuestos a la renta del SII? Debe detallar al menos una, máximo dos. (En caso de duda con clasificación, revisar Anexo, punto 1).

4. ¿Cuáles son sus principales productos o servicios?

Producto o Servicio	Clasificación Arancelaria (*)

Nota (\*): Este dato es opcional. Si Ud. no dispone de su código arancelario y quisiera conocerlo, puede obtener la clasificación arancelaria de su producto con el Servicio Nacional de Aduanas ([www.aduana.cl](http://www.aduana.cl)) o con un agente de aduanas.

5. ¿En qué tramo califica su empresa? Por favor, marque el rango con una X en la columna correspondiente. (Valorización tipo de cambio: \$ 500)

Tramo	Mínimo facturación total anual (US\$)	Máximo facturación total anual (US\$)	Marque rango con una X
1	≥ 0	≤ 60.000	X
2	>60.000	≤ 82.000	
3	>82.000	≤ 350.000	
4	> 350.000	≤ 500.000	
5	> 500.000	≤ 625.000	
6	> 625.000	≤ 860.000	
7	> 860.000	≤ 1.250.000	
8	>1.250.000	≤ 2.500.000	
9	>2.500.000	≤ 3.450.000	
10	>3.450.000	≤ 5.000.000	
11	>5.000.000	≤ 7.500.000	
12	>7.500.000	≤ 10.000.000	
13	>10.000.000	≤ 12.500.000	
14	>12.500.000	≤ 22.500.000	
15	>22.500.000		

6. ¿Cuál ha sido su nivel de venta anual nacional en los últimos 3 años? Por favor, ingrese el valor en dólares en la columna correspondiente. (Valorización tipo de cambio: \$ 500)

PERIODO	Monto Ventas Nacionales (US\$)
2010	
2009	
2008	

7. ¿Cuál es el nivel de utilización de su capacidad productiva para los productos y/o servicios que su empresa vende actualmente en el mercado nacional? Por favor, marque con una X una sola opción.

- Superior al 90% ( )
- Entre 70% - 89% ( )
- Entre 50% - 69% ( )
- Inferior al 50% ( X ) Si es inferior al 50%, indicar % 0.5

8. ¿Cuánto tiempo tardaría en aumentar su capacidad si la demanda llega a superar la oferta? Por favor, marque con una X una opción.

- Días ( )
- Semanas ( )
- Meses ( )
- Años ( )
- Nunca ( )
- No sabe ( X )

9. Considera Ud. que el precio de su producto y/o servicio, según corresponda, está:

- Sobre el precio de mercado nacional. ( )
- Dentro del precio de mercado nacional. ( )
- Bajo el precio de mercado nacional. ( X )

10. Considera Ud. que la calidad de su producto y/o servicio, según corresponda, está:

- Sobre el estándar del mercado nacional. ( )
- Dentro del estándar del mercado nacional. ( X )
- Bajo el estándar del mercado nacional. ( )

11. ¿Qué porcentaje de su venta total tiene devoluciones?

- Inferior a un 10% ( )
- Aproximadamente un 10% ( )
- Superior a un 10% ( )

Por favor, indicar % promedio: \_\_\_\_\_

12. ¿Cuál es el porcentaje de reclamos que ha recibido por parte de sus clientes sobre sus ventas totales?

- Inferior a un 10% ( X )
- Aproximadamente un 10% ( )
- Superior a un 10% ( )

Por favor, indicar % promedio: nohemostenido

13. ¿Cuál es el tiempo aproximado de retraso en la entrega de sus productos o servicios?

- Por favor, indicar tiempo promedio en días: \_\_\_\_\_

14. Si la demanda por sus productos y/o servicios superara su capacidad actual. ¿Cómo evalúa Ud. la capacidad financiera y crediticia para comprar o contratar lo necesario para satisfacer esta demanda?

- Alta ( )
- Suficiente ( )
- Insuficiente (X)

15. ¿Cómo evalúa la capacidad financiera y acceso al crédito de su empresa para iniciarse en las exportaciones?

- Alta ( )
- Suficiente ( )
- Insuficiente (X)

Nota: se solicitará el balance financiero de la empresa si ProChile lo estima conveniente.

16. ¿Cuáles son sus principales clientes? Por favor, debe detallar máximo cinco, ordenando de más a menos importante.

NOMBRE DEL CLIENTE	TAMAÑO (*)	NÚMERO DE SUCURSALES
Veraneantes		
Feria Artesanal		

Nota (\*): Especificar si es una microempresa, pequeña, mediana o grande.

Microempresa: Facturación anual hasta 2.400 UF; aprox. 100.000 US\$.

Empresa Pequeña: 2400-25.000 UF; aprox. 100.000 – 1.250.000 US\$.

Empresa Mediana: 25.000-100.000 UF; aprox. 1.250.000 – 5.000.000 US\$.

Empresa Grande: Sobre 100.000 UF; aprox. 5.000.000 US\$.

17. ¿Cuáles son los canales que usa para realizar sus ventas a nivel nacional? Puede marcar más de una opción.

- Tiendas de especialidad. ( )
- Distribuidores minoristas (retail). ( )
- Distribuidores mayoristas. ( )
- On-line. ( )
- Venta directa (X)
- Licitación. ( )
- Otros (mencione): \_\_\_\_\_ ( )

18. ¿Dónde se encuentran ubicados sus clientes? Puede marcar más de una opción.

- Sólo en la región en la cual mi empresa está instalada, en una ciudad. ( X )
- Sólo en la región en la cual mi empresa está instalada, en más de una ciudad. ( )
- En todas las regiones del país. ( )
- En varias regiones. Mencione cuáles: \_\_\_\_\_ ( )

## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

19. Describa en el siguiente esquema la estructura organizacional de su empresa (Indicar cantidad de personas en los siguientes niveles: (1) Nivel Directivo: Gerentes y Directivos participantes en la gestión de la empresa (2) Nivel Ejecutivo: Jefes y Supervisores; (3) Nivel Operativo: Empleados).

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	CANTIDAD DE PERSONAS (N°)	
	HOMBRES	MUJERES
Tipo de estructura		
Nivel Directivo: Directores		
Gerentes		
Nivel Ejecutivo: Jefes		
Supervisores		
Nivel Operativo: Empleados		
TOTAL		

**Cada una de las personas que desarrolla su negocio es la misma que ocupa la jefatura, etc**

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	CANTIDAD DE PERSONAS (N°)	
	HOMBRES	MUJERES
Tipo de contratación		
Personal contratado a plazo fijo o indefinido.		
Personal contratado a honorarios.		
Personal contratado freelance.		
Personal temporero.		
Personal outsourcing.		
Personal asesor externo.		
TOTAL		

20. ¿El personal de su empresa recibe capacitación?

- Si ( X )
- No ( )

Si su respuesta es afirmativa; por favor indicar en qué áreas.

Capacitación en el área administrativa, de hecho por beca Mype tuvieron la posibilidad de realizar el un curso de Administración en donde tomaron nociones de Contabilidad básica

21. ¿Quién realiza las gestiones comerciales en su empresa?

PERSONA QUE REALIZA LAS GESTIONES COMERCIALES EN LA EMPRESA	Marque con una X solo una alternativa.
1. Dueño de la empresa.	X
2. Una unidad o departamento que cuenta con el recurso humano capacitado en estos temas.	
3. Una persona de la empresa que se dedica exclusivamente a la gestión comercial.	
4. Una persona de la empresa que se dedica a la gestión comercial y también a otros aspectos técnicos-productivos.	
5. Externaliza esa función mediante terceros.	
6. Apoya esa función mediante alguna institución pública.	
7. Otra (mencione): _____	

22. ¿Externaliza alguna etapa de su producto o servicio en su empresa?

- SI ( )
- NO (X)

Si su respuesta es afirmativa por favor mencione cuál: \_\_\_\_\_

## ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

23. Indique máximo tres mercados objetivos de interés para exportar y la principal razón por la que seleccionó cada uno.

MERCADO	RAZÓN DE SU SELECCIÓN
1.-	No cuentan con un mercado objetivo ya que no cuentan con posibilidad de saber cual mercado podria ser potencial
2.-	
3.-	

24. ¿Con cuál(es) de los elementos mencionados a continuación cuenta su empresa para abordar a futuro su inserción en los mercados externos? Por favor, marque una X en las columnas “sí” o “no” para todos los elementos expuestos.

ELEMENTO O FACTORES PARA INSERTARSE EN MERCADOS EXTERNOS	Si	No	N/A
<b>Recursos Humanos</b>			
1. Know how (conocimiento) especializado para generación del producto y/o prestación del servicio.	X		
2. Profesionales idóneos para ejercer funciones de comercialización.		X	
3. Personal con conocimientos en comercio internacional.		X	
4. Dominio de inglés o idioma adecuado de la persona que realizará los negocios.		X	
<b>Recursos técnicos</b>			
5. Correo electrónico con url corporativo.		X	
6. Tarjetas de presentación en español.		X	
7. Tarjetas de presentación en inglés u otros idiomas.		X	
8. Sitio web en español.		X	
9. Sitio web en inglés o en otros idiomas.		X	
10. Material gráfico (catálogos y folletería digital o impresa) en español.		X	
11. Material gráfico (catálogos y folletería digital o impresa) en inglés u otros idiomas.		X	
12. Artículos promocionales (llaveros, chapas, lápices, otros).		X	
13. Tecnologías de información: manejo de PC, herramientas de Microsoft office			X
<b>Producto</b>			
14. Diseño del producto.		X	
15. Diseño de la etiqueta.		X	
16. Diseño del embalaje.		X	
17. Precio competitivo.		X	
<b>Otros</b>			
18. Conocimientos de los mercados seleccionados en la pregunta 24.		X	
19. Otro (mencione): _____			

25. ¿En cuánto tiempo más cree Ud. que estaría en condiciones de exportar? Por favor, marque con una X una opción.

- Menos de 1 año ( )
- 1 año ( )
- 2 años ( )
- 3 años ( )
- Más de 3 años ( )
- No sabe ( X )

26. ¿Qué tipo de certificaciones posee su empresa? (Ver en Anexo, punto 2, explicaciones de cada sigla).

TIPO DE CERTIFICACIÓN	Marque con una X todas las que correspondan.
1. Resolución - Autorización Sanitaria (Ministerio de Salud - (Secretarías Regionales Ministeriales de Salud (Autoridad Sanitaria))	
2. Certificado de Libre Venta.	
3. ISP (Instituto de Salud Pública de Chile).	
4. HACCP.	
5. HALAL.	
6. KOSHER.	
7. COMERCIO JUSTO.	
8. HUELLA DE AGUA.	
9. HUELLA DE CARBONO.	
10. BPA (Buenas Prácticas Agrícolas).	
11. BPM (Buenas Prácticas de Manufacturas).	
12. CERTIFICACIÓN ORGÁNICA.	
13. CERTIFICACIÓN CMMI (Integración de Modelos de Madurez de Capacidades).	
14. CERTIFICACIÓN PMP (Project Management Professional).	
15. CERTIFICACIÓN DE CALIDAD DE SERVICIOS TURÍSTICOS.	
16. ISO (International Organization for Standardization). (Mencione cuál): _____ _____	
17. Otra (mencione): _____ _____	

27. ¿Su empresa cumple con la Trazabilidad? (Revisar Anexo, punto 3, explicación de trazabilidad).

- Sí ( )
- No ( )
- No corresponde ( )
- No sabe ( )

28. ¿Su empresa dispone de un análisis FODA (Análisis FODA comprende la identificación de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)?

FODA DE SU EMPRESA		FODA DE SUS PRODUCTOS O SERVICIOS	
SI		SI	
NO	X	NO	X

Nota: Si su respuesta es afirmativa, este informe podría ser solicitado.

29. ¿Su empresa cuenta con Plan de Negocios por escrito para el mercado nacional?

- SI ( )
- NO (X)

Nota: Si su respuesta es afirmativa, este informe podría ser solicitado.

30. ¿Cuáles son las principales fuentes de información que usa su empresa? Por ejemplo, para conocer el comportamiento y tendencias del mercado, identificar oportunidades de negocios, investigar niveles de precios o estándares exigidos para sus productos y/o servicios u otra información relacionada con su negocio.

PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN	Marque con una X todas las que correspondan.
1. Revistas.	
2. Folletos.	X
3. Internet.	
4. Diarios.	
5. Estudios.	
6. ProChile.	
7. Cooperativas.	
8. Misiones/Viajes.	
9. Suscripción a información especializada.	
10. Consultoras.	
11. Otras instituciones públicas.	X
12. Asociación Gremial. ¿Cuál? _____	
13. Otra. (Mencione) _____	

## MOTIVACION EMPRESARIAL

31. ¿Cuáles son sus principales razones para exportar? Por favor, priorice según importancia.

RAZONES PARA EXPORTAR	Priorice según importancia de 1 a 8. (1: más importante, 8: menos importante).
• Mercado nacional limitado.	1
• Mejores precios de venta en el exterior.	
• Demanda por su producto y/o servicio en el exterior.	
• Aprovechar la capacidad instalada.	
• Sus competidores están exportando a nuevos mercados.	
• Aprovechar economías de escala de sus productos y/o servicios.	
• Mejorar posicionamiento de marca.	
• Otra (mencione): _____	

32. ¿Qué espera lograr con la internacionalización? Por favor, priorice según importancia.

LOGROS DE LA INTERNACIONALIZACION	Priorice según importancia de 1 a 8. (1: más importante, 8: menos importante).
• Consolidar sus ventas en el nuevo mercado.	
• Introducir su producto y/o servicio en un nuevo mercado.	1
• Mejorar el posicionamiento de su marca.	
• Hacer crecer su empresa.	2
• Ampliar sus mercados.	
• Avanzar en la cadena del canal de comercialización hacia el cliente final.	
• Diversificar productos y/o servicios.	3
• Otra (mencione): _____	

## COMPETITIVIDAD

33. ¿Cómo piensa Ud. que gestionaría las exportaciones de productos o servicios de su empresa? Por favor, marque con una X todas las opciones que correspondan.

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN DE EXPORTACIÓN	Marque con una X todas las que correspondan.
1. La empresa vendería sus productos y/o servicios desde Chile (sin desplazarse fuera del país).	X
2. Personal o ejecutivos de la empresa se desplazarían al país de su cliente.	
3. Mediante su oficina propia o representación (filial, sucursal, subsidiaria) en el país de su cliente.	
4. Su cliente se desplazaría físicamente hacia Chile.	
5. Mediante un distribuidor en el mercado extranjero.	X
6. A través de un trader (Export Trading Company).	
7. La empresa usaría un representante de un productor o prestador de servicios.	
8. Mediante comercialización asistida (Piggyback Marketing: un fabricante distribuiría su producto y/o servicio).	X
9. Mediante un representante de una empresa extranjera en Chile.	
10. Otras (mencione): _____	

34. ¿Cuáles considera Ud. serían las principales ventajas y desventajas de su empresa respecto a sus principales competidores en el mercado nacional? Por favor, responda todas las opciones marcando con una X en la columna correspondiente.

FACTORES DE COMPETITIVIDAD DE SU EMPRESA FRENTE A SUS COMPETIDORES	Ventaja	Desventaja	No influye
1. Precios.		X	
2. Capacidad financiera.		X	
3. Plazos de entrega.		X	
4. Calidad.			X
5. Marca.			X
6. Servicios.			X
7. Cantidad o economías de escala.		X	
8. Conocimiento del mercado.		X	
9. Ubicación geográfica.	X		
10. Recurso humano calificado.		X	
11. Otros (mencione):			

35. ¿Cuáles son los obstáculos que su empresa enfrenta actualmente y que le impedirían a futuro lograr un mejor desempeño en los negocios internacionales? (Revisar Anexo, punto 4, para dudas conceptuales). Por favor, marque con una X sólo los obstáculos existentes.

FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA	Marque con una X todas las que correspondan.
<b>Recurso Humano</b>	
1. Falta de recursos humanos calificados en gestión comercial de la empresa.	X
2. Falta de recursos humanos calificados en actividades productivas.	
3. Falta de recursos humanos calificados en gestión financiera de la empresa.	X
4. Falta capacidad de gerenciamiento del personal a cargo de negociaciones.	X
<b>Recursos Financieros</b>	
5. Falta financiamiento para capital de trabajo.	X
6. Falta financiamiento para inversión en capital físico.	X
7. Falta capital para actividades de promoción en mercados externos.	X
<b>Información</b>	
8. Falta de conocimiento de procedimientos para realizar una exportación.	X
9. Falta de conocimiento de las herramientas de apoyo a las empresas (CORFO, PROCHILE, otras instituciones).	X
10. Falta de información sobre instrumentos de promoción de Exportaciones.	X
11. Falta de información sobre instrumentos de fomento productivo.	X

12. Falta de información adecuada sobre mercados y nichos para sus productos y/o servicios de exportación.	X
13. Falta de información adecuada sobre productos/servicios demandados en el exterior.	X
Oferta Exportable	
14. Dificultades para cumplir los plazos de entrega.	
15. Dificultades para cumplir con especificaciones técnicas.	X
16. Dificultad para atender pedidos de mayor volumen.	
17. Dificultades con calidad de insumos y/o demás dificultades en el abastecimiento.	X
18. Escala de producción insuficiente para requerimientos de clientes externos.	
Otros	
19. Dificultad para intensificar actividades de promoción.	X
20. Dificultades para comunicarse en otro idioma.	X
21. Dificultad para acceder a información estadística de mercados, productos y/o servicios.	X
22. Falta de instrumentos relacionados con respecto a nuevas tecnologías productivas.	X
23. Servicio de postventa irregular.	
24. Altos costos y problemas de distribución (Logística).	
25. Otros (mencione): _____	

## ProChile

36. En relación a los siguientes Instrumentos o Programas de PROCHILE, por favor marque con una X según corresponda.

INSTRUMENTOS O PROGRAMAS DE PROCHILE	Marque con una X todos los que Ud. conoce.	Marque con una X en todos los que le interesaría participar.
• Concurso de Promoción de Exportaciones.		X
• Programa Coaching Exportador.		
• Programa Nacional de Capacitación.		X
• Ferias Internacionales.		X
• Programa Sabores de Chile.		
• Programa Muestra y Cata.		
• Misiones Sectoriales.		
• Visitas Guiadas.		
• Ninguno.	X	
• Otro (mencione): _____		

37. ¿Cuáles son sus expectativas del apoyo de PROCHILE?

ORIENTACIÓN PARA EMPEZAR PROCESO DE EXPORTACIÓN, SI EXISTE MERCADO POTENCIAL EN EL EXTRANJERO

38. A continuación, se presentan los 5 factores de medición de potencialidad exportadora en los cuales está basado este Test. Por favor, ordene según la importancia que Ud. le asigne.

FACTOR	Ordene de 1 a 5 acorde a la importancia que Ud. le asigne. (1: Mayor importancia – 5: Menor importancia).
• Oferta Exportable.	2
• Estructura Organizacional.	5
• Estrategia de Negocios.	4
• Motivación Empresarial.	1
• Competitividad.	3

#### OBSERVACIONES DEL ENCUESTADO

--

**TEST DE POTENCIALIDAD EXPORTADORA**  
COMPROBANTE DE REALIZACIÓN

**ANTECEDENTES DE LA EMPRESA**

Razón Social: _____ RUT: _____ Identificación del Representante Legal: _____ Año inicio de Actividades: _____ Categoría Jurídica (ver anexo, punto 5.) _____ Dirección: _____ Ciudad: <u>QUINTERO</u> Región: QUINTA Teléfono: _____ e-mail: _____ Sitio web: _____
---

Nombre del encuestado: _____ Cargo que ocupa en la empresa: _____ Correo electrónico: _____ Teléfono directo: _____
--

Declaro que la empresa cumple con todas las normativas y leyes chilenas aplicables al producto y/o servicio. Además, la información entregada y los datos consignados en este Test son fidedignos y correctos.

\_\_\_\_\_  
**Firma del Cliente Encuestado**

\_\_\_\_\_  
**Nombre y Firma del Encuestador (Profesional de ProChile)**

Gracias por su disposición.

La información contenida en este Test estará sujeta al resguardo de ProChile conforme a las leyes aplicables.

**\*\*Este documento sólo es válido si cuenta con la firma del cliente encuestado y del encuestador ProChile\*\***

**Sólo para profesional de ProChile:**

OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR