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

ASOCIATIVIDAD: UNA MANERA DE POTENCIAR LA RED DE APOYO Y EL DESARROLLO DE LAS PYMES Y MIPES EN CHILE

Autor

PAULO ANDRÉS ORTIZ GONZÁLEZ

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL PRESENTADA A LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES

TÍTULO PROFESIONAL DE ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Viña del Mar, Agosto 2015

PROFESOR GUIA: GERARDO NICOLÁS CASTILLEJO

Agradecimientos

A mi familia en general, Padres, hijo y hermanos mayores, en especial a quienes me apoyaron tantas veces de diversas formas y creyeron siempre en mí. A mi abuela recientemente fallecida Olivia Vega Z. (Q.E.P.D), al cual siempre la sentí a mi lado dándome fuerzas desde el primer día de carrera. Junto con mis abuelos Francisco González, Adriana Vistoso, Gustavo Ortiz (Q.E.P.D) y mis tías Patricia y Francisca González Vega que me ayudaron e incentivaron siempre en esta difícil tarea de estudiar y cumplir las metas propuestas.

Mis padres Gustavo Ortiz Vistoso y Elizabeth González Vega que se esforzaron en darme la mejor educación siempre y desde pequeño. En especial a mi mamá Elizabeth que me apoyó mucho en sacar adelante mis estudios y que ha estado conmigo siempre incondicionalmente, a quien le debo gran parte de mis logros obtenidos. Este triunfo también se lo dedico a mi pequeño hijo Camilo Ignacio Ortiz S. que es mi bandera de lucha día a día en lo que la vida respecta.

Al señor Gerardo Castillejo por ser mi profesor guía y otorgarme parte de su valioso tiempo y siempre con muy buena disposición para resolver mis dudas e inquietudes respecto a este informe.

ÍNDICE

Agradecimientos **2**

Introducción **10**

Capítulo 1: Antecedentes de la práctica **12**

1.1 Descripción de la empresa u organización 12

1.2 Descripción de las funciones realizadas 18

1.3 Razones que impulsan al tema a desarrollar 20

Capítulo 2: Objetivos y Metodología **22**

2.1 Objetivo general y específicos 22

2.2 Metodología 23

Capítulo 3: Marco teórico **25**

3.1 La pequeña y mediana empresa (Pyme) 25

3.1.1 PYMES en Chile *26*

3.1.2 Clasificación de Pymes en Chile *30*

3.1.3 Principales características de las Pymes en Chile *33*

3.1.4 Las Pymes y su sobrevivencia *42*

3.1.5 Importancia de la Micro y Pequeña Empresa (Mipe) *43*

3.2 Comentarios finales del capítulo 45

Capítulo 4: Investigación **47**

4.1 Red de fomento y ayuda hacia las PYMES y MIPES 47

4.1.1 Apoyo estatal hacia las PYMES y MIPES en Chile *47*

4.1.2 Instituciones, Historia y Evolución en el fomento productivo *48*

4.1.3 Instrumentos de apoyo para el fortalecimiento empresarial *51*

4.1.4 La evolución de la inversión en el fomento productivo *57*

4.1.5 Avances más importantes cuantificados hasta la fecha en materia de emprendimiento *60*

4.1.6 Exportaciones en las PYMES y MIPES de Chile *62*

4.1.7 Antecedentes de las exportaciones en las PYMES (2014) *67*

4.1.8 Pro-Chile y concursos para el fomento de la PYME exportadora *68*

4.2 Comentarios finales del capítulo (Primera parte, 4.1) 72

4.3 Asociatividad empresarial 73

4.3.1 Aparición de la asociatividad *73*

4.3.2 Alfred Marshall y su relación asociativa *74*

4.3.3 Giacomo Becattini *77*

4.3.4 Definición de Asociatividad empresarial *78*

4.3.5 Asociatividad pequeñas y medianas empresas *81*

4.3.6 Asociatividad como estrategia competitiva *84*

4.3.7 La asociatividad: alianza voluntaria para la competitividad *86*

4.3.8 Asociatividad y exportación *90*

4.3.9 Tipos de asociatividad *91*

4.3.10 Asociatividad y experiencias internacionales *94*

4.3.11 Chile y su ejemplo de fomento hacia la asociatividad *100*

4.4 Clúster, un ejemplo de la asociatividad 104

4.4.1 Resultados y beneficios de un clúster maduro y consolidado para la economía de chile (análisis) *104*

4.4.2 Oportunidades y desafíos de un clúster "ascendente" para la economía de chile (análisis) 106

4.4.3 Turismo y tendencia 107

4.4.4 Turismo, ingresos en la economía de chile. 110

4.4.5 Fortalezas y debilidades del clúster turístico 113

4.4.6 Importancia del turismo de intereses especiales (TIE) 113

4.4.7 Desafíos, oportunidades e iniciativas 116

4.4.8 Iniciativas y líneas de acción 118

4.5 Comentarios finales del capítulo (Segunda parte, 4.2) 120

Conclusión 122

Bibliografía 125

Bibliografía Electrónica 127

Anexos 132

5.1 Ministerios del Estado involucrados en los emprendimientos 132

5.2 Organigrama de CORFO 135

5.3 Logros del Clúster 136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación según estrato y niveles de venta 31

Tabla 2: Distribución por tamaño de Empresas Formales 2005-2012 35

Tabla 3: Clasificación según tamaño en relación a las ventas 36

Tabla 4: Ventas anuales promedio por tamaño empresas formales 38

Tabla 5: Distribución por tamaño de Empresas formales 2006-2011 39

Tabla 6: Distribución sectorial y por tamaño de empresas formales 2012 40

Tabla 7: Distribución regional del número de empresas formales 41

Tabla 8: Apoyo CORFO en financiamiento 2011 55

Tabla 9: Apoyo CORFO en financiamiento 2012 56

Tabla 10: Transferencia de capital, red de fomento 2007-2009 57

Tabla 11: Transferencias de capital, red de fomento 2010-2012 59

Tabla 12: Cuadro exportaciones directas en porcentaje de ventas 66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Distribución porcentual según tamaño de empresas 33

Gráfico 2: Fragmentación complica coordinación en el sector 108

Gráfico 3: Propósitos generales de viaje 109

Gráfico 4: Contribución del turismo al PIB 112

SIGLAS

CNCA = Consejo nacional de la cultura y las artes

CNR = Comisión nacional de riego

CONADI = Corporación de desarrollo indígena

CONAF = Corporación nacional forestal

CONICYT = Comisión nacional de investigación científica y tecnológica

CORFO = Corporación de fomento de la producción

ENAMI = Empresa nacional de minería

FIA = Fundación para la innovación Agraria

FONDEF = Fondo de fomento de desarrollo científico y tecnológico

FONTEC = Fondo nacional de desarrollo tecnológico y productivo

FOSIS = Fondo de solidaridad e inversión social

IDAP = Instituto de desarrollo agropecuario

INAPI = Instituto nacional de propiedad intelectual

INIA = Instituto de investigaciones agropecuarias

INJUB = Instituto nacional de la juventud

MINAGRI = Ministerio de Agricultura

MINEDUC = Ministerio de educación

MINREAL = Ministerio de relaciones exteriores

MIPE = Micro y pequeña empresa

PGTT = Programa de gestión de transferencias tecnológicos

PIB = Producto interno bruto

PREMEX = Programa de gestión de empresas exportadoras

PRO-CHILE = Programa de fomento de exportaciones chilenas

PRODEMU = Fundación para la promoción y desarrollo de la mujer

PROFO = Proyecto de fomento

PYME = Pequeña y mediana empresa

SAG = Servicio Agrícola ganadero

SENADIS = Servicio nacional de discapacidad

SENCE = Servicio nacional de capacitación y empleo

SERCOTEC = Servicio de Cooperación técnica

SERNAM = Servicio nacional de la mujer

SERNAPESCA = Servicio nacional de pesca

SERNATUR = Servicio nacional de turismo

SUBDERE = Subsecretaría de desarrollo regional y administrativo

SUBPESCA = Subsecretaría de Pesca

TIE = Turismo de intereses especiales.

Introducción

El presente informe de práctica es realizado por el alumno Paulo Andrés Ortiz González, egresado de la carrera de Administración de negocios internacionales de la Universidad de Valparaíso, en el cual se pretende mostrar desde una perspectiva descriptiva la evolución y situación actual de las Pymes y Mipes en Chile .

Las razones que me motivaron a inclinarme por este tópico fueron básicamente el percatarme desde mi lugar de práctica en la empresa Pro-Pyme Chile, la importancia de las pequeñas y medianas empresas en la generación de empleos y su participación dentro del total de las empresas chilenas, y lo que esto significa para la economía en general; Como así también lograr entender de mejor manera un área en el cual me interesa seguir desarrollándome en mi futuro laboral.

El informe comienza haciendo referencia a los conceptos y definiciones básicas de Pyme, Mipes y perfil del emprendedor, con sus respectivas clasificaciones, características y divisiones sectoriales , que son vitales para entender lo que continua más adelante, integrando en ellos matices del actual escenario del mercado nacional. Se adentra en su segunda parte en la red de fomento y ayuda hacia las Pymes por parte del Estado y organismos directamente involucrados en actividades de fomento productivo, analizando datos estadísticos de los distintos financiamientos y programas de fomento en los últimos años, y como se han relacionado con el desarrollo de las Pymes incluyendo

la diversidad de programas que tienen pre destinados los organismos del sector público y privado.

También se analiza estadísticamente la relación de las exportaciones según sector económico, las relaciones con instituciones como Pro Chile, Servicio Nacional de Aduanas y las distintas organizaciones que facilitan la oferta exportable de Chile. Por último se aborda el tema de la Asociatividad Empresarial en relación a las pequeñas empresas y en general, sus inicios, distintas teorías y definiciones para lograr entender la importancia que tienen como herramienta de supervivencia y desarrollo en los sectores de menor tamaño empresarial.

Después de conocer diferentes conceptos de Asociatividad, y diversas experiencias internacionales, se hace un análisis de Chile y el fomento hacia los modelos asociativos. El modelo Asociativo elegido en este informe es el "Clúster" el cual se define y se estudia de manera más detallada para luego ejemplificarlo con modelos de sectores competitivos en Chile. Se muestra qué tipo de repercusiones y beneficios podrían tener en la economía del país y que rol está cumpliendo el estado en esta tarea de capturar y crear iniciativas para concretar las diferentes oportunidades que tienen las pequeñas empresas al agruparse y lograr mejores resultados en distintos ámbitos. (Tecnología, sustentabilidad, competitividad, infraestructura, economía, etc.).

Capítulo 1: Antecedentes de la práctica

1.1 Descripción de la empresa u organización

Empresa ProPyme Chile:

Pro pyme Chile nace hace siete años como un producto de la empresa "BrokerMarket" y actualmente se transforma en una conjunción de trabajo y desarrollo derivado de la gran iniciativa de apoyo y difusión a las pymes del País; se podría decir que esta plataforma adquirió vida propia al ser un punto de interacción y concadenamiento del Sector Productivo, Gobierno, Entes Privados, Gremiales y académicos en dónde los emprendedores encuentran orientación frente a necesidades e inquietudes fortaleciendo la productividad y desarrollo empresarial.

Dentro de las Empresas con la cual trabaja ProPyme se encuentran entes públicos y privados tales como Corfo, Pro Chile, Sercotec, Sence, Chile-Compras, Chile-proveedores, Ministerio del trabajo, Ministerio de Economía, SII, Dirección del trabajo, Radio Cooperativa, Radio Biobío, Terra, Diario financiero, La Segunda, El Mercurio, Pulso y La Tercera, así como también cada año se van agregando nuevos partners asociativos y económicos según la dinámica que se proyecta para el futuro del eco-sistema Pyme chileno y sus diferentes actores.

Pro Pyme es un potenciador del espíritu emprendedor, y nace debido a la necesidad por parte de las Pymes de contar con información actualizada, de primera

fuente, territorial y con un fuerte acento en el trabajo asociativo con los distintos actores que componen las Pymes actualmente. La empresa cuenta con una red de más de sesenta instituciones a lo largo del país, tiene un contacto continuo con más de treinta mil empresarios lo cual abrió la posibilidad de convertirse en una de las principales redes de trabajo para el sector Pyme nacional.

ProPyme es un importante vínculo entre personas, empresas y opinión pública en general, el gran aval son los más de veinte seis mil empresarios que han sido parte de las actividades gestionadas por esta misma. Por medio de la realización de los encuentros Pro-Empresas, seminarios regionales realizados de Arica y Punta Arenas han logrado Conformar una sólida y articulada base de trabajo de carácter territorial y transversal para la Pyme, todo esto para el fortalecimiento sustentable del sector Pyme. El gran elemento diferenciador de la propuesta se basa en que ProPyme Chile es una iniciativa creada, gestionada y realizada por emprendedores para emprendedores, y esto le da una especial sintonía con el sector Pyme.

El sector Pyme tiene que ser reconocido en su propia identidad, como un actor relevante en el crecimiento y desarrollo de nuestro país. La Empresa Pro Pyme genera la instancia pertinente para reunir las opiniones de distintos actores de la comunidad, logrando una articulación efectiva entre las distintas propuestas realizadas en apoyo al sector Pyme y sus necesidades reales. Es por esto que el gran Mérito social de las iniciativas de ProPyme seguirá siendo por la gratuidad de sus eventos y actividades, en

respuesta a la manifestación por parte de las Pymes de capacitarse o poder adquirir nuevos conocimientos, la empresa es reconocida y validada como “hacedores de cosas” son una “Pyme que trabaja junto las Pymes del país”.

Dentro de los eventos y colaboraciones podemos mencionar:

Salón Pyme (2014)

Comité MiPyme de Chile Compra (2013)

Enlaces Comerciales CCS (2010-2011-2012-2013)

Lanzamiento y Campaña Bono Empresa, Negocio de Capital (2011-2012)

Encuentro Empresarial BCI (2011-2012-2013)

Estudio de Compensaciones Pyme Mutual de Seguridad (2010-2011-2012)

Programa Pyme Gestión UC (2009-2010-2011-2012-2013)

Obtención del Premio Ministerio de Economía Sercotec, (este premio fue como el mejor Portal Informativo Web para Pymes 2011)

Red de empleadores del Sence (2009-2010)

Vitrina Virtual Mercado MiPyme (2009)

Premio Pyme Gestión Competitiva de Chile-Calidad (2008-2009-2010-2011)

Trabajos Colaborativos Duoc UC (2008-2009-2010-2011)

Programa Jóvenes Bicentenario (2009)

Ferias de Chile Compra (2008-2009-2010-2011)

Clínica Pyme Usach (2008-2009)

Expo Corfo (2009)

Difusión Comunidad Virtual Al Invest turismo (2011-2012-2013)

Difusión proyecto Reserva de la Biosfera (2011)

Marketing Proyecto OGD, Isla de Pascua (2013)

Semana de la Pyme 2012-2013

Ruta del Emprendimiento BCI (PartnerEstratégicos)

Empresa BrokerMarket:

El trabajo junto a las Pequeñas Empresas y Emprendedores del país se remonta al año 2007, instancia en la cual observamos un espacio que no estaba siendo cubierto por el Gobierno y las Instituciones Gremiales, en el tenor de crear una oferta informativa y de participación para las Pymes, que concadenara de forma territorial a éste Sector Productivo, Gobierno, Entes Privados, Gremiales y Académicos en donde los Emprendedores encontraran orientación de frente a sus necesidades e inquietudes

fortaleciendo su productividad y desarrollo empresarial. Hoy Broker Market cuenta con más de 15.000 usuarios en la plataforma web y ha sostenido importantes alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas, todas labores desarrolladas y gestionadas por un gran equipo de profesionales.

Dentro de las características más importantes y diferenciadoras de la empresa encontramos:

Gran Experticia en comunicaciones Empresariales.

Grandes Contactos con personalidades del ámbito público, académico, privado, medios de comunicación y asociaciones gremiales.

La empresa mantiene redes de apoyo y colaboración en Santiago y Regiones.

- La red de trabajo la colocan a disposición con el fin de lograr nuevas sinergias y alianzas estratégicas lo que les proporciona un importante factor diferenciador, son verdaderos concadenadores del Mercado.
- Poseen productos propios y servicios que los diferencian a alternativas existentes en el mercado de las comunicaciones.
- A los clientes se les entregan herramientas comunicacionales y de Marketing, con el fin de lograr un efectivo posicionamiento en el mercado.

Trabajos:

- Se especializan en acciones comunicacionales en el ámbito Empresarial (importantes entidades públicas y privadas)
- Proporcionan un “ Servicio Integral “ en estrategias comunicacionales
    - ✔ Contenidos Periodísticos.
    - ✔ Cobertura de Prensa.
    - ✔ Trabajos de imprenta (Folletería- Boletines).
    - ✔ Realización eventos corporativos.
    - ✔ Plataformas Web.
    - ✔ Arquitectura de la Información.
    - ✔ Estrategias Digitales.

La Empresa se caracteriza por permitir a sus clientes extender su red de contactos con el fin de ampliar el espectro de nuevos inversionistas y nuevos negocios.

Empresa y Contenidos:

- Asesoría integral respecto a relaciones con la prensa.
- Manejo de la demandas de los distintos medios.
- Redacción y distribución de comunicados de prensa.
- Gestión de entrevistas y notas.
- Redacción y Difusión de casos de éxito.
- Envío de Dossier de Prensa.
- Registro Fotográfico.

- Compra de Medios (Gestión de Compra y selección de medios gráficos y digitales para campañas publicitarias que el cliente quiera realizar)

Herramientas Digitales:

Utilización de herramientas digitales que fortalecen las intenciones de cada institución por medio de redes sociales. Por ejemplo Diseño y desarrollo de soportes digitales, News Letter, desarrollo de contenido informativo dirigido a clientes, Sitios Web, Estrategias Digitales.

Producción y Organización de Eventos:

- Exposiciones
- Conferencias
- Seminarios
- Lanzamientos de Productos
- Talleres
- Desayunos
- Almuerzos de Negocios

En los almuerzos de negocios los clientes pueden mostrar sus potenciales y entablar relaciones comerciales con nuevos proveedores y usuarios con el fin de ampliar el espectro comercial de su organización. Para las diferentes actividades la empresa BrokerMarket se ocupa de la Locación, Disposición y reservas, Amplificación, Material

Audiovisual, Catering, Presupuesto de proveedores, Confirmaciones y reservas, Desayuno de negocios, Almuerzos Corporativos, Envío de invitaciones, Logística del evento, producción general.

1.2 Descripción de las funciones realizadas

Participación en mesas de trabajo comercial (Planificación Comercial):

La participación de mesas comerciales permitió aprender las diferentes acciones necesarias para estimular la innovación, evaluar riesgos, y comunicar las ideas al entorno para concretar la venta final del producto o idea de negocio. También estas mesas permitían decidir por adelantado lo que se tenía que hacer durante el próximo año siguiendo una serie de pasos ya sea investigativos, analizando diferentes datos, proponiendo acciones y tomando decisiones cruciales para el futuro de la empresa como tal. En términos comerciales siempre se trataba de defender al máximo la ultranza (decisión y convencimiento) en la rentabilidad de la planificación.

Gestión de actualización de Merchandising y Soportes de Marca de PROPYME:

Gestionar la actualización de todo el Merchandising de ProPyme ya sea desde el Logotipo de la Empresa hasta las tarjetas corporativas que se van a usar durante el año, los diferentes pendones que se usan en los diversos eventos corporativos y generalmente todos los elementos de marca coordinados por líneas maestras que vienen configurando la imagen corporativa dentro y fuera de la empresa. Está labor permite aprender la

importancia en la construcción de la personalidad corporativa que ayuda a reforzar el liderazgo y espíritu de pertenencia, aparte de optimizar las inversiones en comunicación logrando una opinión pública favorable.

Depuración de bases de datos de empresarios región metropolitana, depuración de base de datos medios de comunicación, economía y negocio. Esta tarea permitió actualizar y validar las diferentes bases de datos con las que cuenta la empresa, la idea fue corroborar toda la información actual seleccionado por Nombre, Apellido, Cargo, Medio, Sección, Suplemento, Teléfonos, Correos Electrónicos, Dirección. La idea es contar con una base de datos óptima lo que permite mantener la red de contactos importantes en el desarrollo, rendimiento y efectividad de las diferentes campañas, eventos y estrategias comunicacionales que utiliza la empresa.

En cuanto a los Partners:

- Ejecutivo de relacionamiento para presencia de Marca de la Red de Trabajo en seminarios regionales.

- Coordinación de relatores para seminarios regionales.

- Responsable de la presencia de Marca de los Partners en portal web www.propymechile.com.

*Contenidos Periodísticos - Opinión - Presencia de Marca.

1.3 Razones que impulsan al tema a desarrollar

El presente informe de práctica es realizado por el alumno Paulo Andrés Ortiz González, egresado de la carrera de Ingeniería en Negocios Internacionales de la Universidad de Valparaíso en el cual se pretende mostrar una perspectiva descriptiva de los diferentes actores que conforman la red de apoyo y el Eco-Sistema Pyme en Chile.

Las Razones que me motivaron a inclinarme por este tópico fueron básicamente percatarme desde mi lugar de práctica la empresa Propyme- Chile, la importancia y el rol esencial que cumplen las pequeñas, medianas y microempresas en la economía de Chile. Por eso la importancia de saber quién está en constante ayuda para informar, capacitar e incrementar el desarrollo de estas empresas que son actividad productora de bienes y servicios tan valiosas como cualquier otra empresa, nacional o extranjera, y cubren todo el espectro de la actividad económica, desde el comercio detallista, pasando por otros servicios, hasta la industria de la alta tecnología.

En este informe ampliado se pretende mostrar los diversos actores que en su conjunto conforman la red de trabajo para el desarrollo de las Pymes y Mipes en Chile y la posible red de asociatividad que podría desarrollarse con diferentes propuestas de concadenamiento y trabajo en conjunto.

Capítulo 2: Objetivos y Metodología

1.1 Objetivo general y específicos

El objetivo general de este informe es:

a) Proponer la "Asociatividad" como estrategia de consolidación en el desarrollo del sector Pyme-Mipe.

Los objetivos específicos de este informe son:

a) Definir a la Pequeña, Mediana y Micro empresa mostrando su clasificación y caracterización.
b) Determinar la importancia de las Pymes y Mipes en la economía de Chile y conocer las mayores dificultades que se presentan para su eventual desarrollo.
c) Identificar el rol de entidades públicas y privadas que conforman la red de apoyo y fomento para las Pymes y Mipes en Chile.
d) Proponer modelos de Asociatividad que ayuden a mejorar el fortalecimiento de las Pymes y Mipes.

1.2 Metodología

El procedimiento que se llevó a cabo en el presente informe dice relación con una investigación de carácter descriptivo de característica exploratoria. De carácter descriptivo, ya que se tomaron datos sobre la situación actual de las Pymes y Mipes, su participación en la economía chilena y sus principales actores en la red de apoyo y trabajo, los cuales fueron analizados de tal forma de obtener una imagen de la evolución y crecimiento que ha tenido el sector empresarial (pequeña y mediana) en las últimas décadas.

En lo que se refiere al carácter exploratorio de la investigación, esto dice relación a que se buscaron datos e información en diversos medios, los cuales mezclados con mis conocimientos adquiridos, tanto en los años que estuve en la carrera de Administración de Negocios Internacionales, como en el tiempo que estuve realizando mi práctica profesional en la empresa Pro PYME Chile (Santiago) fueron de vital importancia para llevar a cabo el informe.

Entre la investigación recopilada usada en concreto, está se realizó mediante varias maneras, uno de estas maneras fue el Análisis documental, con esto que pretende decir que se reunió material de apoyo relacionado con el tema Pyme y asociatividad, obteniendo la información se analizó esta misma, y se sacó una mirada al sector pequeña, micro y mediana empresa. Otra fuente usada en la elaboración del informe fueron, las Fuentes bibliográficas de Internet, diversas páginas de Internet y distintos

libros que fueron entregando datos e información que se consideraron relevantes para llevar a cabo el presente informe, con el debido análisis y conclusión pertinente. Gran aporte fue el estudio y lectura de diversas revistas y entrevistas que se hicieron a lo largo de este año en la misma empresa, logrando llegar a varios puntos de vistas de los distintos actores que conforman esta gran comunidad Pyme.

Por último la metodología se llevó a cabo mediante la Observación participante empresa ProPyme Chile, este método mostró in situ el proceso de convocatorias a distintas charlas informativas, almuerzos, ferias de Workshops, entrevistas, documentación requerida, instituciones involucradas, etc. Todo esto, más el valor agregado que me entrego la carrera, pudieron hacer que la cantidad de información que se maneja en el ámbito de Pymes, fuera sintetizada y analizada, de tal forma de poder tener una mirada más clara de cómo se han ido moviendo y desarrollando las pequeñas empresas de Chile a través de las últimas décadas.

Capítulo 3: Marco teórico

2.1 La pequeña y mediana empresa (Pyme)

Chile, país de emprendedores, medianos, pequeños y micro empresas, son el tema de conversación hoy por hoy en todas las agendas constitucionales, privadas y públicas, ya que las cifras demuestran un desarrollo y evolución de manera constante en esta materia. El apoyo al emprendimiento no es asunto de un gobierno de turno, sino que va más allá, el umbral del desarrollo es cada vez más cercano y los sueños de muchos chilenos se están haciendo una realidad.

El sector Pyme tiene que ser reconocido en su propia identidad, como un actor relevante en el crecimiento y desarrollo de nuestro país ya que las cifras avalan este auge, por ejemplo hoy el 24,3% de la población adulta entre 18 y 64 años se considera un emprendedor en etapa inicial, esto lo revela la más reciente encuesta sobre Micro emprendimiento del ministerio de Economía demostrando que los chilenos, denominados "Los Jaguares de Sudamérica" sí se atreven a iniciar sus propios negocios, incluso cuando la economía está en constricción.

Esta reveladora afirmación se sustenta, ya que a pesar de los actuales vaivenes de la economía se continúa destacando internacionalmente a nuestro país por sus índices de emprendimiento y los estudios no mienten cuando muestran que Chile tiene la tasa más alta del mundo, alcanzando el 23,4 % de la población económicamente activa del país.

Esta cifra es extraordinaria si se compara con Estados Unidos, con un 12,8%, y con el promedio de los países de la OCDE, con un 8%.

Los emprendedores y sobre todo los más jóvenes se están inclinando por el denominado emprendimiento social que busca "cambiar el mundo", contribuir y compatibilizar tanto al entorno social como económico a través de proyectos que sean sostenibles en el tiempo. Con este concepto y una clara idea de lo que llamamos emprendimiento, hoy en nuestro país, podemos generar negocios con un impacto positivo en la sociedad, y ese es el Chile que buscan los jóvenes de hoy, un país consiente, globalizado y con gran responsabilidad social empresarial.

2.1.1 PYMES en Chile

De acuerdo con estadísticas tradicionales en Chile que estratificaban a las empresas según tamaño y en base a su número de empleados, desde el año 1991, las estadísticas del Ministerio de Economía consideran la variable "ventas netas anuales" como criterio de diferenciación considerando que este tiene relación más directa con el nivel de actividad en la empresa, reflejando mejor las realidades de los diferentes estratos empresariales.

Por tanto las empresas de menor tamaño, o conocidas como pequeñas y medianas empresas, son clasificadas de acuerdo a su nivel de ventas. Aunque presentan relativamente bajos niveles de ventas, su número y poca automatización hace que contraten proporcionalmente más personal que lo que corresponde a su tamaño. Por

consiguiente a continuación se mostrarán definiciones respecto a los niveles de ventas anuales en UF, personalidades jurídicas o planes de negocios relacionados a las características de un emprendedor y su comienzo en los negocios. Todas estas definiciones según el estatuto Pyme de la ley promulgada el año 2010 para Empresas de menor tamaño (EMT, ley 20.416)[1]

- Pequeña Empresa/Definición: Se define como aquella empresa, que con un valor de ventas anuales entre 2.401 y 25.000 UF es administrada directamente por su dueño, efectuando labores de dirección, supervisión, jefe de producción, jefe de ventas, etc. Es decir realiza casi todas las actividades necesarias para que la empresa subsista.
- Mediana Empresa/Definición: Se define como aquella empresa, que con un valor de ventas anuales entre 25.001 y 100.000 UF, muestra diferencia de funciones de dirección y de administración, pero al igual que en el caso anterior, el capital queda en manos de una persona o grupo familiar. En general este tipo de empresa presenta bajo nivel de instrucción gerencial, lo que implica problemas de dirección, escasa integración de profesionales a su gestión administrativa o tecnológica. Buenas y estrechas relaciones del administrador, que generalmente

[1] Fuente: Documento online, http://www.consejoconsultivoemt.cl/wp-content/uploads/2014/09/Boletin-Clasificacion-de-Empresas-por-Tama%C3%B1o-Estatuto-Pyme.pdf 17-07-2014, 5:55 pm.

es el dueño, con sus clientes, trabajadores y proveedores. Frecuentemente, trabajan para empresas más grandes, a través de subcontrataciones parciales de producción. Tiene escaso poder de negociación, tanto en el mercado como en la compra de bienes y servicios. La tecnología y la investigación son limitadas. Tiene un acceso limitado al mercado de capitales.

- Mipe/Definición: La Mipe es definida como unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. En Chile la Mipe es una gran generadora de empleos, mueve las ventas del país y participa en los mercados internos y externos, en pocas palabras dinamiza la economía conservando una característica muy especial "La familiaridad", ya que cuando hablamos de microempresas nos referimos a hombres y mujeres dueños de almacenes, de artesanos, de pequeños hoteles, de restaurantes y de todo lo que conocemos en el día a día. La Mipe en Chile es el motor de la economía ya que está presente en los lugares más recónditos de nuestra nación, literalmente, desde Visviri hasta tierra del Fuego.
- Emprendedor/Perfil: Una de las potencialidades que más aporta al empleo, es la capacidad de emprender, este último se aprende desarrollando una actividad, valorando riesgos y la capacidad de obtener resultados. Emprendedor es una

persona natural que siendo microempresario, desarrolla actividades empresariales informales y que desea hacer crecer su negocio y encadenarse a nuevos proveedores y demandantes, para lo que es necesaria su formalización. El emprendedor manifiesta el interés por convertirse en empresario por el sólo acto de participar de este instrumento, con una idea admisible y bien formulada.[2]

Emprendedor:

Para realizar una idea emprendedora primero hay que realizar un plan de negocios que cuente con las siguientes partes:

- Antecedentes del negocio a emprender
- Plan de comercialización del negocio a emprender
- Plan de operaciones del negocio a emprender
- Plan de gestión de trámites de formalización
- Plan de obtención de financiamiento del negocio a emprender

Avanzar en el camino del emprendimiento significa:

- Estar atentos a un conjunto de factores en el entorno de la empresa que dinamizan la capacidad emprendedora.
- Diseñar y gestionar programas que abran paso a los aprendizajes propios del emprendedor.

[2]Fuente: Documento-Online: http://www.sercotec.cl/Portals/0/MANUALES/situaci%C3%B3n%20de%20la%20microempresa.pdf Pág. 60. 18-07-2014, 11:11 am.

Romper inercias y hacer que otros se sumen a esta iniciativa de crear una cultura del emprendimiento.

2.1.2 Clasificación de Pymes en Chile

a) De acuerdo al Ministerio de Economía y las PYMES se clasifican de la siguiente manera[3]

- Microempresa : ventas anuales menores a UF 2.400
- Pequeña empresa: entre UF 2.400 y UF 25.000
- Mediana empresa: entre UF 25.001 y UF 100.000
- Gran empresa: más de UF 100.000

b) De acuerdo a la Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa), la clasificación basada en el número de empleados de la empresa (SOFOFA, 2014) es la que se indica a continuación[4] :

- Microempresa: hasta 4 trabajadores
- Pequeña y mediana: 5 a 199 trabajadores
- Gran empresa: más de 200 trabajadores

[3] Fuente: Información obtenida de: http://www.sii.cl/estadisticas/empresas_tamano_ventas.htmcl
[4] Fuente: Documento Online, http://web.sofofa.cl/wp-content/uploads/2011/02/ClasificacionPyme.pdf 18-07-2014, 14:00 pm

Tabla 1: Clasificación según estrato y niveles de venta

Tamaño de Empresa	Ventas Anuales (UF)
Grande	100.000,1 – Más
Mediana	25.000,1 - 100.000
Pequeña 2	5.000,1 - 25.000
Pequeña1	2.400,1 - 5.000
Microempresa 2	800,1 - 2.400
Microempresa 1	0,1 - 800

Fuente: Elaboración propia adaptado de Clarck. Encuesta longitudinal, boletín ELE-emprendedores, Ministerio.Economía.DisponibleOnline:(http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/05/Boletin-ELE-emprendedores.pdf)

Las Pymes se desarrollan en sectores donde existe una escala de operación eficiente pequeña y en los casos en que la escala eficiente de operación es alta o se requiera de una publicidad masiva, el desarrollo de la PYME se vuelve más complejo. Un ejemplo de esto pueden ser las Pymes productoras de fruta fresca ya que no pueden exportar directamente, porque requieren escalas de operación altas. Las Pymes pueden coexistir con empresas grandes que vendan productos similares, sólo si consiguen explotar nichos de demanda para productos diferenciados en algunas características.

Chile es un país de emprendedores, micro y pequeñas empresas y al finalizar el 2010 ya se habían constituido 85.452 sociedades y de acuerdo a los indicadores del Ministerio de Economía ya desde marzo del 2013 esta cifra asciende a 250.560, esto nos

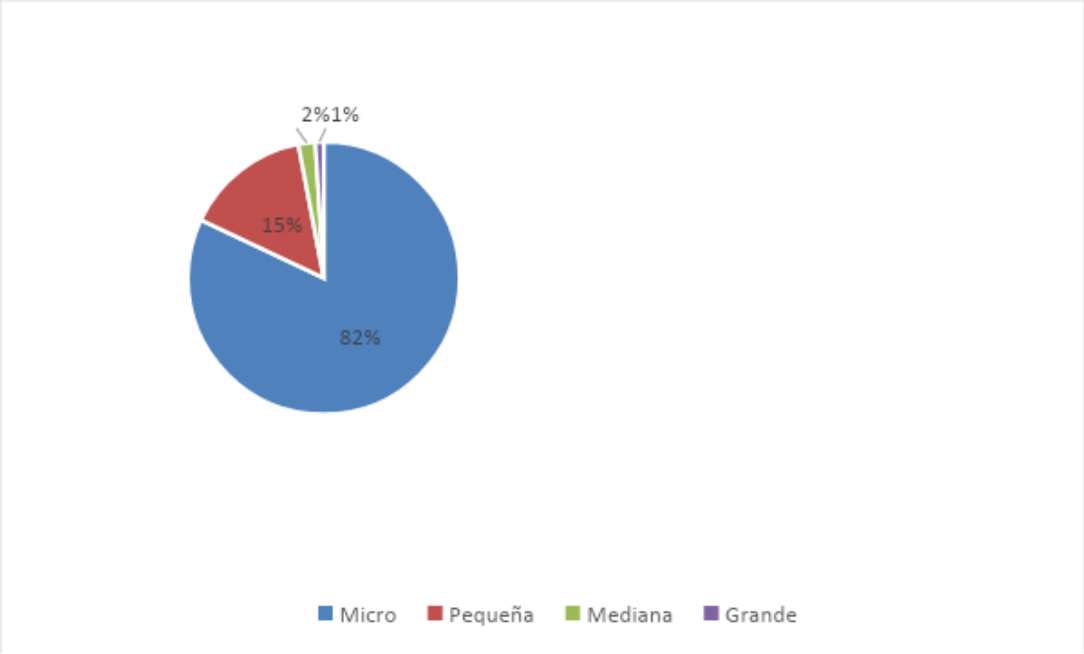
habla de una evolución en la actitud de la gente a la hora de hablar del concepto emprendimiento, las herramientas y diferentes oportunidades ya están, la información que se necesita es cada vez más cercana y de mayor acceso donde cada día se hace más familiar en los posibles emprendedores chilenos.

2.1.3 Principales características de las Pymes en Chile

Distribución de empresas por tamaño:

La distribución de las empresas según criterio de ventas indica que el 99% corresponde a Empresas de Menor tamaño (EMT), donde un 82% corresponde a microempresas, un 15% a pequeña empresa y sólo un 2% a empresas de tamaño mediano. A continuación revisaremos un gráfico circular que muestra los diferentes porcentajes según tamaño de las Empresas y distribución porcentual mostrando los porcentajes anteriormente señalados.

Gráfico 1: Distribución porcentual según tamaño de empresas



Fuente: Elaboración propia, adaptada sobre la información de la Distribución porcentual de empresas según tamaño. (Encuesta Longitudinal,

http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Informe-resultados-ELE1.pdf

)

Por otra parte la distribución también se puede determinar relacionando el sector económico, giro o rubro y su participación en la economía. La distribución por sector económico indica que la principal concentración de empresas se encuentra en el sector comercio con un 38%, seguido distantemente por el sector de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler y el de servicios comunitarios, sociales y personales, con alrededor del 12 % y 13% respectivamente.

La distribución de sectores económicos por tamaño de empresas varía, aunque el principal sector sigue siendo el comercio. Las microempresas se concentran en un 39% en el sector comercio, seguido de lejos por el sector de servicios comunitarios, sociales y personales, con un 14%, y actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler con un 12%. En la pequeña empresa el comercio concentra casi un tercio de las empresas, secundado por el de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler común con un 13%, y en tercer lugar se encuentran los sectores agro silvopecuario y manufacturas. Sobre la base de lo antes planteado se puede inferir que a las medianas y grandes empresas como por ejemplo manufacturas pasan a ocupar el segundo lugar con más de un 16% y 21% respectivamente, seguido de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, finalizando con el rubro de la construcción.

De acuerdo a la distribución hasta el año 2012 se cuentan 846.809 empresas

formales con ventas mayores a cero según el SII. La Mipe representa el 95.5% de 808.348 unidades productivas contabilizando sólo empresas activas, si a esto le sumamos las empresas informales que según estudios de Casen hacienden a 709.526 podríamos decir que las Mipes alcanzan 1.5 millones de empresas.

A continuación la tabla número **2** graficará la evolución porcentual positiva que se fue dando cada año en el crecimiento de las Empresas formales, por ejemplo años 2005 y 2006.

Tabla 2: Distribución por tamaño de Empresas Formales 2005-2012

Año	Micro	%	Pequeña	%	Mipe	%	Med.	Grand.	Total
2005	600.510	80.5 %	119.579	16.0 %	720.089	95.5 %	17.407	8.727	746.223
2006	608.876	79.9 %	125.504	16.5 %	734.281	96.4 %	18.309	9.454	762.044

Fuente: Elaboración propia adaptada sobre la base de SII expuesta por SERCOTEC, se excluyen las empresas sin venta:

(http://www.sercotec.cl/Portals/0/MANUALES/situaci%C3%B3n%20de%20la%20microempresa.pdf) Pág. 15.

Revisando el recuadro en el período 2005, 2006 hasta el 2012, todas las empresas ya sean micro, pequeña, mediana y grande experimentan una evolución positiva, solamente se puede detectar una excepción en el año 2009 dónde la gran empresa tiene una baja en comparación al año anterior. Por su parte la micro empresa

reduce su participación de un 80.5 % a un 75.2% y la pequeña empresa aumenta su participación de un 16% a un 19.5%, del mismo modo aunque las Empresas grandes corresponden a un 1% de las empresas nacionales, su aporte a las ventas es considerable.

Tabla 3: Clasificación según tamaño en relación a las ventas

Estrato/Año	2003	2004	2005	2006
Sin Ventas	0,2	0,17	0,17	0,13
Micro	0,18	0,16	0,16	0,15
Pequeña	0,06	0,05	0,05	0,05
Mediana	0,03	0,02	0,02	0,02
Grande	0,02	0,01	0,01	0,02
Promedio	0,17	0,15	0,15	0,13

Fuente: Elaboración propia adaptada a Benavente-Kulzer, 2008

http://www.scielo.cl/pdf/ede/v35n2/art06.pdf

La tabla **3** muestra la clasificación según el tamaño de la Empresa y su relación a las ventas, dónde muchos aspectos diferencian a las PYMES del resto de las empresas ya que su incidencia sobre el número y la magnitud de ventas a nivel nacional es realmente importante, siempre considerando también el aporte de las grandes empresas que corresponden al 1% del total nacional y dónde su aporte a las ventas es de considerar.

En este contexto hay que recordar que la producción, ventas y exportaciones de las Pymes no superan el 20% del PIB, en consecuencia se destacan, la contratación de

la mano de obra, principalmente la no calificada o semi-calificada y el aporte a la creación de puestos de trabajo más informales. Excepcionalmente se encuentran Pymes con personal muy calificado en rubros como las del sector biotecnológico que es más exclusivo o no es muy común. Un ejemplo es que la mayoría de las veces los trabajadores se capacitan y se desplazan a cargos más técnicos dentro de la Pyme, y posteriormente son "levantados" por empresas más grandes o sofisticadas.

Volviendo al tema tamaño en relación ventas, podemos inferir que anualmente el promedio según esta relación proporcional en las empresas varía porcentualmente cada año consecutivo, pero un estudio hecho por Sercotec sobre la base de dato de SII dice que las grandes empresas aumentaron un 8,9% en el período 2008-2012, y un 55,8% en el período 2005-2012. Esto significa que la tasa anual de crecimiento de las ventas de las grandes empresas fue de un 7%, cabe destacar que en el período 2008-2009 el único segmento que no presentó una disminución fueron las microempresas, mientras que las pequeñas, medianas y grandes mostraron una leve disminución de un 0,1 % aproximadamente.

En relación a las microempresas, estas han aumentado sus ventas en un 12,8% en siete años y en un 8,7% en los últimos cuatro años, mientras que la gran empresa aumentó sus ventas, promedio, en un 6,8% en siete años y disminuyó sus ventas, promedio en un 10,1% en los últimos cuatro años (Ver tabla 4). Esto último sigue dando cuenta de una economía sin imbricaciones, sin un tejido productivo denso y la

brecha entre las tasas de crecimiento de las ventas, promedio, de la microempresa y la gran empresa es mucho menor que en períodos anteriores. Además es importante mencionar que la microempresa fue el segmento que se vio menos afectado por diferentes efectos que produjeron disminuciones en los indicadores de los otros tamaños de empresas, durante el año 2009 y siguientes.

En la siguiente tabla se mostraran un poco los niveles de crecimiento porcentual durante los períodos 2008-2012 y 2005-2012 respectivamente, adaptada y resumida de acuerdo a la información recién planteada.

Tabla 4: Ventas anuales promedio por tamaño empresas formales

Año	Micro	Pequeña	Mipe	Mediana	Grande	Total
2008-2012 (% de crecimiento)	8,70%	O,4%	13,90%	0,10%	-10,10%	2,70%
2005-2012 (% de crecimiento)	12,80%	2,10%	24,20%	-0.6%	6,80%	35,30%

Fuente: Elaboración propia adaptado de la base de SII.

http://www.sercotec.cl/Portals/0/MANUALES/situaci%C3%B3n%20de%20la%20microempresa.pdf .Pág23

En la tabla número **5** logramos observar una evolución de la cantidad de empresas entre el período 2006-2011 dónde inversamente proporcional las empresas formales tienen un claro aumento y las unidades productivas informales disminuyen.

Un ejemplo de aumento es la Micro empresa que pasa de 608.876 el año 2006 a 627.998 el año 2011, las empresas grandes se elevan de 9.454 el año 2006 a 12.149 el año 2011, pero las unidades productivas informales muestran una disminución de por ejemplo pasar en el año 2006 de 778.245 a 708.459 el año 2011, a continuación se expresa gráficamente todos los tamaños de empresas y sus respectivos aumentos o disminuciones porcentual y numéricamente.

Tabla 5: Distribución por tamaño de Empresas formales 2006-2011

Tamaño	Casen 2006	%	Casen 2009	%	Casen 2011	%
Unid. Prod. Informales	778.245	50.5 %	758.511	49.2 %	708.459	46.2 %
Micro	608.876	39.5 %	615.788	39.9 %	627.998	40.9 %
Pequeña	125.405	8.1%	137.993	8.9%	161.225	10.5 %
Mediana	18.309	1.2%	20.264	1.3%	23.994	1.6%
Grande	9.454	0.6%	10.249	0.7%	12.149	0.8%
Total	**1.540.289**	**100%**	**1.542.805**	**100%**	**1.533.825**	**100%**

Fuente: Datos extraídos "Información empresas formales", SII. Casen 2006, 2009 y 2011.

http://www.sercotec.cl/Portals/0/MANUALES/situaci%C3%B3n%20de%20la%20microempresa.pdf .Pág16

En la tabla número **6** se puede reconocer el alto grado de heterogeneidad de las empresas chilenas participando en distintos sectores de la actividad económica nacional, operando en zonas rurales y urbanas con distintas funciones de producción.

Revisando la participación de las MIPES y PYMES formales del país podemos inferir a través de la gráfica la gran concentración en el rubro del comercio, restaurantes y hotelería con un 43,5% seguido por transporte y comunicaciones con un 9%, mientras que el sector empresarial e inmobiliario tienen sólo un 9,8% de participación. Aunque es difícil para el micro empresario participar en el sector industria el porcentaje de participación es de un 9.5% seguido por el sector agricultura y pesca con un 8.7% que

están siempre asociado a la pequeña producción agrícola, en muchos casos asociado a la agricultura familiar campesina entre otros.

En general la mayor parte de los sectores de la actividad económica incrementaron el número de pequeñas empresas pero los más destacados hasta la fecha fueron el sector minería (31,3% MIPE y 103,6% PYME) y el servicio financiero (48,7% MIPE y un 99,1% PYME)

Tabla 6: Distribución sectorial y por tamaño de empresas formales 2012

Rubro	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Agricultura y pesca	54.620	15.341	1.725	588	72.274
Minería	2.444	1.584	339	265	4.632
Industria	57.751	19.368	3.374	2.061	82.554
Electricidad, gas, agua	1.952	581	143	202	2.878
Construcción	41.694	18.762	2.857	1.368	64.681
Inmov. act. Empresarial	58.325	20.916	3.185	1.287	83.713
Comer,hotelería,restaurant	295.105	56.361	8.602	3.981	364.049
Transporte, Comunicaciones	64.872	15.168	1.678	742	82.460
Servicios Financieros	19.776	11.577	2.461	1.764	35.578
Servicio salud, S.Social	35.837	8.186	586	240	44.849
Enseñanza	4.091	3.323	773	210	8.397
Sin clasificar	644	70	14	16	744
Total	637.111	171.237	25.737	12.724	846.809

Fuente: Elaboración propia adaptado de la base de SII.

http://www.sercotec.cl/Portals/0/MANUALES/situaci%C3%B3n%20de%20la

%20microempresa.pdf Pág. 18.

Tabla 7: Distribución regional del número de empresas formales

Región	Micro	Pequeña	Mipe	Mediana	Grande
Región de Tarapacá	36,4	9,1	45,5	2	1,1
Región de Antofagasta	31,4	8,7	40,1	1,2	0,4
Región de Atacama	35,4	8,6	44	1,1	0,4
Región de Coquimbo	35,5	7,2	42,7	0,8	0,3
Región de Valparaíso	36,7	8,2	45	1	0,4
Región .Bernardo Ohgg.	39,7	8,5	48,1	0,9	0,4
Región de Maule	45,2	8,6	53,8	0,9	0,3
Región del Biobío	33,7	7,2	40,9	0,9	0,3
Región de la Araucanía	33,7	6,6	40,2	0,7	0,2
Región de los Lagos	39,7	8,8	48,6	1	0,4
Región de Aysén	49,3	9,1	58,5	0,9	0,3
Región de Magallanes	46,8	11,6	58,5	1,1	0,7
Región Metropolitana	34,7	11,3	45,9	2	1,2
Región de los Ríos	37,9	7,3	45,2	0,8	0,2
Región de Arica	59,3	8,9	68,2	0,7	0,3
Promedio	**39,7**	**8,6**	**48,3**	**1,1**	**0,5**

Fuente: Datos extraídos de SERCOTEC sobre la base de INE-SII, 2012

http://www.sercotec.cl/Portals/0/MANUALES/situaci%C3%B3n%20de%20la%20microempresa.pdf .Pág. 20

En la tabla número **7** se muestra la distribución de las empresas nacionales a lo largo de todo el territorio nacional por región, está distribución se analiza según

densidad regional de empresas expresada en números de empresas formales cada 1.000 habitantes. La primera constatación es que las medianas y grandes empresas están altamente más concentradas en la región Metropolitana (62.2%) en comparación a la MIPE que es lo que se busca resaltar en su política de distribución nacional.

Las regiones que muestran mayor participación después de Santiago son las regiones del Biobío y Valparaíso (10,7% y 10,1%) mientras que las grandes no superan el 7%, todo esto implica y dice que la presencia mejor distribuida de las pequeñas empresas hacen más atractivas las nuevas políticas de carácter nacional con las que se pretende llegar a todos los puntos del país, caracterizando de manera positiva a la micro y pequeña empresa.

2.1.4 Las Pymes y su sobrevivencia

Estudios internacionales indican que entre un 5 y 10 % de las empresas desaparece anualmente por razones ajenas a las del ciclo económico. La tasa de salida es más alta para las empresas más nuevas y las pequeñas que son alrededor de un 10% desaparece antes del primer año, esta tasa posteriormente tiende a disminuir. La tasa también está relacionada con el tamaño de las empresas; por ejemplo las pequeñas tienen una tasa de salida más alta y esto se debe a que no tienen un tamaño eficiente de operación y fracasan, sin embargo, las empresas que se mantienen activas, tienden a crecer más rápidamente si son pequeñas.

Se ha comprobado que las Pymes presentan un porcentaje de fracaso más alto que las empresas grandes. La estadística indica que un 51% de las empresas industriales Pyme muere al cabo de 10 años, pero esto mismo ocurre solamente con un 26 % de las empresas grandes. Una razón importante que incide en la quiebra de las Pymes, es que no pueden subsistir cuando los costos fijos son altos.

Se debe tener presente que las cifras de entrada y salida de Pyme en Chile son similares a las internacionales. Muchas empresas pequeñas ingresan sin tener conocimientos suficientes, sino como un ensayo y si no son eficientes, aprenden de sus errores o desaparecen, por esta razón se ve desaparecer empresas aunque no exista una situación de crisis en el mercado. En relación a lo mismo, las empresas grandes han llegado a esa posición después de un aprendizaje y se mantienen por más tiempo vigente porque tienen más capacidad para enfrentar los problemas del mercado y las situaciones de crisis

2.1.5 Importancia de la Micro y Pequeña Empresa (Mipe)

En Chile encontramos alrededor de 1,5 millones de micro y pequeñas empresas, la cual el 49,3% de la ocupación privada. La participación de las Mipes formales en las ventas totales del país son de un 8.9% y representa el 95,5% de las empresas del sector formal y está distribuida a lo largo del territorio nacional, con toda esta información nos damos cuenta de la importancia de este segmento de empresas dentro del territorio nacional.

Durante los años 2005-2013, la variación porcentual de cantidad de empresas en el sector micro fue de 0,9% en promedio, en la pequeña de 5,3% y en la grande, de 5,6%; cabe destacar que, durante estos años, el sector micro aumentó en 36.601 empresas. En resumidas cuentas la Mipe tiene gran importancia desde la perspectiva del empleo, de la proporción de empresas que representa, de la dinámica de creación de empresas y cada vez más, cobra relevancia por el sector terciario. Los desafíos que tienen este tipo de empresas van por el lado de la calidad del empleo y la informalidad, su baja productividad y participación, resultando cada vez menores las ventas totales.

Las micro y pequeñas empresas en Chile, presentan una alta heterogeneidad, participando en distintos sectores de actividad económica, operando en zonas urbanas y rurales, con distintas funciones de producción. Las Mipes formales (43,5%) se concentran en el rubro del comercio, restaurantes y hotelería. Luego, vienen los rubros de transporte, almacenamiento y comunicaciones (9,9 %) que corresponden a buses, taxis, colectivos, actividades postales y telecomunicaciones. Sigue el sector de inmobiliarias y actividades empresariales (9,8%), que incluye actividades de corretaje y administración de propiedades, loteo, asesorías jurídicas, arriendo de transporte, actividades de profesionales prestadas a empresas, etc.

Por su parte el sector industria (9,5%) está asociado a la industria manufacturera metálica y la no metálica, la que incluye productos alimenticios, textiles, cueros, madera y otras manufacturas. El sector agricultura y pesca (8,7%) está asociado a la pequeña

producción agrícola, además de la pesca artesanal y la industria de la exportación. También podríamos decir que la mayor parte de los sectores de la actividad económica incrementaron en el número de empresas Mipe (sectores financieros, sector minería) pero sin embargo hubo una reducción en tres sectores como agricultura-pesca, servicios de salud y personales o sociales.

De hecho la participación Mipe está más concentrada en la región Metropolitana seguido de la región del Biobío y Valparaíso como se ha explicado anteriormente, esto quiere decir que la Mipe tiene una participación mejor distribuida en la mediana y grande empresa, esto la hace mucho más interesante para las políticas de carácter nacional con las que se pretende llegar a todos lados.

En resumen las Mipes se caracterizan por su gran heterogeneidad desde el punto de vista de su estructura productiva y administrativa, presentando realidades muy diversas. Desde empresas de una sola persona-trabajadores por cuenta propia a empresas de 49 ocupados. Con base a esto podemos mencionar que "La Mipe está presente en casi todos los sectores de la actividad económica", sin embargo, el sector terciario del comercio, restaurantes y hotelería son los que predominan por una gran diferencia. En menor medida, está presente en la enseñanza, la minería, la electricidad, el gas y agua.[5]

[5] "La situación de la Mipe en Chile" 2013. Gobierno de Chile. http://www.sercotec.cl/Portals/0/MANUALES/situaci%C3%B3n%20de%20la%20microempresa.pdf 29-08-2014, 10:40 am.

2.2 Comentarios finales del capítulo

En este capítulo se revela la información del importante rol que cumplen las PYMES y MIPES en la economía de Chile y sus influencias a nivel emprendimiento. También se define el significado de cada término de pequeña y micro empresa con sus respectivas características ya sea a nivel económico o jurídico, así mismo se clasifican según su tamaño y niveles de venta.

Del mismo modo se explica y grafica la distribución porcentual según años, tamaño, ventas y tipo sectorial, regional, formal o informal, además de su sobrevivencia y mayores complicaciones a la hora de su creación como pequeñas empresas.

Capítulo 4: Investigación

3.1 Red de fomento y ayuda hacia las PYMES y MIPES

3.1.1 Apoyo estatal hacia las PYMES y MIPES en Chile

Los recursos públicos de fomento productivo son aquellos que el Estado destina para facilitar el proceso de creación de nuevas empresas, y en el caso aquellas que ya se encuentran establecidas, puedan crecer, innovar y generar productos y/o servicios con valor económico. Si están bien diseñados, los instrumentos de fomento productivo no representan un gasto sino una inversión para la sociedad. Los programas de fomento productivo, tienen por objetivo, mejorar la competitividad de las empresas, su productividad, capacidad emprendedora y de innovación con el fin de contribuir al bienestar de la población. La creación de empleo, una mayor equidad y la disminución de la pobreza, son expresión directa de políticas públicas de desarrollo productivo.

En Chile existe una amplia gama de instrumentos de fomento productivo, con diferentes objetivos:

- Facilitar el acceso al financiamiento.
- Facilitar herramientas para el emprendimiento femenino.
- Promover la innovación y la transferencia tecnológica.
- Desarrollar la capacidad emprendedora.
- Capacitar a emprendedores y a los trabajadores de empresas.

- Facilitar el acceso y crear nuevos mercados.
- Mejorar la integración de las empresas de menor tamaño en las cadenas de valor.
- Estimular la exportación.
- Promover la diversificación económica.
- Facilitar el acceso a la información.
- Estimular la Asociatividad.
- Incluir a grupos más vulnerables en procesos productivos formales.
- Desarrollar la economía local.

Para llevar a cabo todos estos objetivos, se cuenta con la Red de Fomento Productivo que pone a disposición de los emprendedores y de los micros y los pequeños empresarios, una serie de herramientas y servicios para que lleven adelante sus ideas y tengan éxito en sus negocios. Dentro de los organismos que están directamente involucrados en actividades de fomento productivo correspondientes a los distintos Ministerios del Estado. Véase Anexo 5.1 Ministerios del Estado involucrados en los emprendimientos, página 132

3.1.2 Instituciones, Historia y Evolución en el fomento productivo

La red de Fomento Estatal hacia las medianas, pequeñas y microempresas en Chile incluye varias instituciones, pero entre las más importantes podemos mencionar a CORFO, SERCOTEC y FOSIS. En el caso de las PYMES en Chile, el apoyo del Estado

a su desarrollo se ha llevado a cabo principalmente a través de CORFO, mediante instrumentos que tienen el objeto de aumentar la productividad, el desarrollo, el capital humano y en relación a los mencionados anteriormente, a minimizar las fallas que presenta el mercado. En 1990 el ministerio de economía crea los proyectos de fomento PROFO, en ocasión del lanzamiento del programa de ayuda y apoyo a las Pymes de Chile.

Del mismo modo fue el Servicio de Cooperación Técnica la que puso en marcha y administró en primera instancia los primeros PROFOS. En 1993 la Cooperación de Fomento de la Producción adquiere el papel regulador y controlador del programa a través de la autorización de convenios y financiamientos. Posteriormente en 1994 pasa a manos de privadas autorizadas por la CORFO la puesta en práctica del programa.

La CORFO ha llevado a cabo un profundo proceso de modernización en pos del desarrollo productivo del país, a fin de que Chile pueda mantener un crecimiento económico a un ritmo sostenido. Este proceso de modernización ha puesto énfasis en avanzar hacia estilos de gestión eficiente y especializar el fomento de la actividad empresarial privada, toda esta misión está dirigida y se centra en promover la competitividad de las empresas chilenas, gran parte de productos hoy en día se están implementado gracias a una red de fomento la que integran una serie de intermediarios, en su mayoría de carácter privado, que se encargan de administrar los productos y de colocar los recursos en ellos involucrados.

Los productos que abordan las distintas dimensiones que influyen en el aumento de la competitividad de las empresas chilenas, constituyen un sistema integral tendiente a potenciar la innovación tecnológica, impulsar la modernización de la gestión empresarial, promover formas asociativas para encarar en conjunto la solución de problemas comunes, desarrollar fórmulas de acceso al financiamiento y mediante programas de incentivo, incrementar también la inversión privada en zonas de actividades de declinación.

La red de fomento productivo ha permitido aumentar en forma significativa la cobertura y el impacto de acción de fomento productivo, también es importante destacar que en la red de operadores, el servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) es el único agente del sector público que cuenta con financiamiento CORFO para administrar productos de fomentos. La red de agentes intermediarios es de vital importancia para las pequeñas y medianas empresas ya que estos permiten irradiar notablemente la acción de fomento CORFO.

Véase Anexo 5.2 Organigrama de CORFO, página 135

En el sector privado, han actuado como operadores intermediarios de la institución, las siguientes entidades:

- Asociación de Exportadores de Manufacturas (ASEXMA)

- Asociación de Exportadores de productos manufacturados de la región del Biobío (ASEXMA BÍO-BÍO)
- Asociación Gremial de industriales de Malleco y Cutín (ASIMCA)
- Asociación de industria Metalúrgicas y Metalmecánicas (ASIMET)
- Asociación Gremial de industrias de la V Región (ASIVA)
- Centro de productividad Industrial (CEPRI)
- Centro para el desarrollo de la Araucanía (TRAFKIN)
- Cooperación de adelanto y desarrollo de la Provincia de Arauco (CORPARAUCO)
- Corporación del Norte para el desarrollo e Integración (CORDENOR)
- Corporación Educacional de la Sociedad Nacional de Agricultura (CODESSER)
- Corporación para el desarrollo de la región de Coquimbo (CORPADECO)
- Corporación para el desarrollo Productivo II Región (CDP)
- Federación de productos de Fruta de Chile (FEDEFRUTA)
- Instituto Textil de Chile (INTECH)

3.1.3 Instrumentos de apoyo para el fortalecimiento empresarial

Una de las entidades más importantes de la red de Fomento es SERCOTEC ya que está al servicio de la micro y pequeña empresa desde hace más de 50 años, su misión es promover y apoyar las iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas y fortalecer el desarrollo de la capacidad de gestión de sus empresarios. Consta de una amplia red de cobertura a lo largo del país, con 13 oficinas

regionales y más de 8 provinciales, para atender preferentemente a los empresarios de los sectores de la industria, pesca artesanal, turismo y artesanía en todo el territorio.

Se evidencia que desde 1997, cuenta con un mecanismo de asignación de fondos de fomento, que opera en forma descentralizada en cada región. La totalidad del programa de apoyo Microempresas de SERCOTEC, se focaliza en las regiones y las intervenciones se deciden en los Comités de Asignación Regional (CAR), los que permiten acercar las decisiones de asignación de recursos a los clientes y el desarrollo de proyectos de fomentos coordinados con las estrategias de desarrollo regional.

Muchos de los proyectos financiados por SERCOTEC son de carácter asociativo y principalmente en los sectores de la industria, el turismo, la artesanía y pesca artesanal. Adicionalmente al total de proyectos gestionados en regiones, SERCOTEC atendió a más de 2.500 empresarios de forma individual a través de programas como RED SERCOTEC y PROEM. La corporación de fomento de la producción CORFO, el fondo de la solidaridad e Inversión Social FOSIS, además de otras instituciones públicas y privadas constituyen las principales fuentes de financiamiento de los proyectos de SERCOTEC.

Ahora veremos algunos instrumentos que utiliza SERCOTEC según la necesidad o el objetivo específico de la asistencia requerida por él o los empresarios que acuden al servicio:

1) Proyecto de fomento (PROFO)

Es el conjunto de acciones sistemáticas desarrolladas por un grupo integrado inicialmente, por al menos cinco empresas productoras de bienes y servicio, cuyo objetivo es incorporar a sus operaciones modernas técnicas de gestión empresarial o nuevas tecnologías a sus procesos productivos y de comercialización, propendiendo a la Asociatividad empresarial, todo ellos con el fin de lograr metas comunes al grupo y a cada empresa en forma individual.

2) Programa de desarrollo de proveedores

Es un subsidio que cubre parte del costo de un programa de desarrollo de proveedores ejecutado por una empresa de tamaño mayor, que actúa como demandante de un conjunto de proveedores de tamaño medio y pequeño. Para que la empresa demandante pueda postular al cofinanciamiento de un programa de desarrollo de Proveedores, debe presentar una propuesta de trabajo que involucre mínimo diez empresas proveedoras en el sector manufacturero y de servicios industriales y de veinte en el sector agrícola. El programa consta de dos etapas, una de diagnóstico y otra de ejecución.

3) REDSERCOTEC

Es un sistema que ha sido diseñado para satisfacer los requerimientos más frecuentes de información de las pequeñas y micro empresas. Este sistema tiene una cobertura de atención nacional, pudiendo acceder a estos servicios a través de diferentes

formas como por ejemplo, de Internet, de las oficinas regionales de SERCOTEC, terminales de auto-consulta, etc.

4) Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDEF)

El FONDEF fue creado en 1991 con el objeto de contribuir, a través del fortalecimiento de la capacidad científica y tecnológica nacional, al desarrollo de la competitividad de los principales sectores de la economía chilena. Dentro de su mandato, el FONDEF intenta aumentar la vinculación entre Universidades e Instituciones de investigación y las empresas.

5) Fondo Nacional de Desarrollo Tecnológico y Productivo (FONTEC)

Es una organización de CORFO que tiene por objetivo promover, orientar, financiar y cofinanciar la ejecución de proyectos de innovación tecnológica, transferencia tecnológica asociativa, implantación de infraestructura tecnológica y, en general, fomentar todas las etapas del desarrollo de proyectos derivados de un proceso innovador, llevado a cabo por empresas productivas de bienes y servicios.

6) Programa de Gestión de Empresas Exportadoras (PREMEX)

El objetivo del programa de gestión de empresas exportadoras es mejorar a través de asesorías subvencionadas, la competitividad de empresas exportadoras (manufacturadas o software) introduciendo cambios en su gestión que le permitan

incrementar su productividad y calidad.

7) Programa de Gestión de Transferencias de Tecnologías (PGTT)

El PGTT forma parte de un proyecto CORFO-ONUDI de apoyo a la modernización de la Pyme, su objetivo principal es la contribución a que grupos de al menos diez empresarios nacionales diseñen, implanten y administren Centros de Transferencia de Tecnologías propias, que les permitan atender necesidades reales de progreso tecnológico que sus sectores requieran para incrementar su competitividad.

8) Financiamiento de inversiones de las medianas y pequeñas empresas

Este financia mediante créditos bancarios las inversiones a largo plazo de activos fijos que requieren las empresas para sus actividades productivas ya sean maquinarias, infraestructura, algunas plantaciones y ganado, servicios de ingeniería e inversiones para proteger el medio ambiente muy relacionado a lo que es responsabilidad social empresarial.

9) Reprogramación de deudas PYME

El plan de reprogramación de deudas de crédito bancario busca sanear financieramente a las empresas de menor tamaño, que mantienen deudas difíciles de cancelar[6].

[6] **Fuente**" Las Pymes en Chile" Escuela de Ingeniería Comercial, profesor Aquiles Moreno.

El apoyo financiero de CORFO hacia las PYMES se puede analizar según los años 2011 y 2012 en la tabla que se muestra a continuación, dónde se indica el número de empresas beneficiadas y sus respectivos montos.

Tabla 8: Apoyo CORFO en financiamiento 2011

Tamaño	N° Empresas	%	Monto	%
Micro	11.616	67,1	$ 15.970	57,8
Pequeña	4.248	24,6	$ 7.581	27,4
Mediana	1.056	6,1	$ 2.192	7,93
Grande	311	1,8	$ 751	2,72
Total	**17.305**		**$ 27.656**	

Fuente: Elaboración propia, adaptada sobre la base de CORFO y balance de Gestión integral 2012 http://www.dipres.gob.cl/595/articles-103966_doc_pdf.pdf

Con respecto a las tablas **8** (2011) y **9** (2012) podemos inferir que el año 2012 presenta un nivel similar de beneficiarios respecto del año 2011 y solo aumenta levemente, en un 1%. Al igual que el año anterior el aumento de beneficiarios de debe a las colocaciones relacionadas al instrumento de Programa de Emprendimientos locales, el cual fue reformulado el año 2011, por lo tanto tiene sus efectos durante este periodo presupuestario. Solo durante el año 2012 este instrumento registró beneficiarios estimados a los recursos entregados por 9.235 versus los 7.761 del año anterior.

Tabla 9: Apoyo CORFO en financiamiento 2012

Tamaño	N° Empresas	%	Monto	%
Micro	12.562	71,7	$ 22.534	69,4
Pequeña	3.632	20,7	$ 5.988	18,4

Mediana	905	5,17	$ 1.384	4,26
Grande	246	1,4	$ 461	1,42
Total	**17.512**		**$ 32.488**	

Fuente: Elaboración propia, adaptada sobre la base de CORFO y balance de Gestión integral 2012 http://www.dipres.gob.cl/595/articles-103966_doc_pdf.pdf

En cuanto al nivel de proyectos financiados durante el año 2012 a través de instrumentos de fomento el universo fue de 3.306, un 5% inferior a lo alcanzado el año 2011, esto se explica por las modificaciones de reglamento efectuado a los instrumentos que modifico el número mínimo de empresas a participar de algunas iniciativas y sus niveles de cofinanciamiento.

Respecto a la distribución por tamaño de empresa, el porcentaje de beneficiarios del segmento Mipyme se mantiene en alrededor del 98%, con la salvedad que el segmento microempresas presenta un aumento de 5 puntos porcentuales, pasando desde un 67% el a un 72% en el año 2012.

3.1.4 La evolución de la inversión en el fomento productivo

El Gobierno de Chile ha presentado importantes aumentos en los presupuestos destinados al fomento productivo. En el caso de las principales instituciones de la red, se puede observar un aumento de un 70% en los montos utilizados en transferencias corrientes y de capital. Un ejemplo claro fue después de terremoto ocurrido en el Sur, SERCOTEC aumentó su presupuesto aproximadamente en 10 mil millones de pesos para incentivar la reconstrucción. A continuación en la tabla número **10** podemos

revisar las principales instituciones en la red de fomento para la transferencia de capital y su evolución desde el año 2007 hasta el año 2009.

Tabla 10: Transferencia de capital, red de fomento 2007-2009

Institución	2007	2008	2009
CORFO	$ 75.846	$ 87.407	$ 98.728
FOSIS	$ 38.744	$ 38.457	$ 42.892
INDAP	$ 68.558	$ 86. 786	$ 84.067
SENCE	$ 27.891	$ 45. 834	$ 53.761
SERCOTEC	$ 15.108	$ 19.958	$ 26.653
SERNAPESCA	$ 1.369	$ 1.609	$ 3.803
SERNATUR	$ 5.954	$ 5.732	$ 8.706
Total	**$ 235.478**	**$ 287.692**	**$ 320.619**

Fuente: Elaboración propia en base a la Dirección de presupuestos del Ministerio de Hacienda (Miles de millones de pesos)

http://www.dipres.gob.cl/595/articles-60638_doc_pdf.pdf

Del mismo modo INDAP y CORFO son las instituciones que presentaron volúmenes más altos en sus transferencias, mientras que los servicios SERNAPESCA y SERNATUR son las instituciones con menores volúmenes de transferencias. En particular, llama la atención la estabilidad del presupuesto que presenta FOSIS, una institución fuertemente ligada a la eliminación de la pobreza del país a través del trabajo, la habilitación social lo más importante, en este contexto, el fomento al emprendimiento. Además CORFO, SENCE Y SERCOTEC presentan notorias ampliaciones en sus presupuestos durante el año 2010. Estas acentuaciones se realizaron en pos de

reconstruir el entramado económico social del cual se hacen cargo las MIPES en nuestro país. Finalmente, vale la pena mencionar que SERCOTEC Y FOSIS son las únicas instituciones que focalizan la gran mayoría de su presupuesto en la MIPE y además, SERCOTEC sólo hace a través de programas de fomento productivo.

En la tabla número **11** se muestra la transferencia de fondos de capital al igual que en la tabla número **10** pero desde el año 2010 hasta el 2012 en donde por ejemplo en otros ingresos corrientes existe un aumento del 48% entre el presupuesto estimado para el año 2012 y el presupuesto final de dicho período (menos transferencia de capital por mayor devolución de presupuesto). Sobre esta última cifra existe una sobre ejecución de recursos percibidos de un 27%, lo cual se explica principalmente por M$1.975.877 recibidos por Corfo en forma adicional a lo presupuestado. La mayor ejecución observada corresponde a devoluciones por proyectos no ejecutados.

Tabla 11: Transferencias de capital, red de fomento 2010-2012

Institución	2010	2011	2012	Total por Institución
CORFO	$ 100.913	$ 89.924	$ 95.574	$ 548.392
FOSIS	$ 40.782	$ 40.175	$ 41.651	$ 242.700
INDAP	$ 83.208	$ 92.899	$ 117.020	$ 532.538
SENCE	$ 64.024	$ 89.150	$ 100.724	$ 381.384
SERCOTEC	$ 37.381	$ 16.175	$ 20.303	$ 135.478
SERNAPESCA	$ 3.646	$ 1.854	$ 13.588	$ 25.869
SERNATUR	$ 8.231	$ 10.672	$ 9.501	$ 48.798
Total	**$ 340.195**	**$ 342.860**	**$ 400.372**	**$ 1.927.215**

Fuente: Elaboración propia en base a la Dirección de Presupuestos del Ministerio de

Hacienda (Miles de millones de pesos)

http://www.dipres.gob.cl/595/articles-60638_doc_pdf.pdf

Así mismo dentro del Ecosistema Pyme existen variadas instituciones que conforman esta red de fomento, anteriormente nombradas y explicadas por orden de importancia de manera sintetizada pero diversificando su manera y estilo de promocionar y fomentar el crecimiento de la pequeña empresa nacional, a continuación se mencionaran más de estas empresas incluyendo algunas de orden privada.

1. Chile Compras (www.chilecompra.cl)
2. Inicio Consejo Pro- pyme
3. Chile Proveedores (www.chileproveedores.cl)
4. Mutual de Seguridad
5. Núcleo Emprendedor: (www.nucleoemprendedor.cl)
6. Action Coach (Couching) (http://www.coachdenegocios.cl/)
7. Pro- Spirit (www.prosprit.cl)
8. Cumplo (www.cumplo.cl)
9. Concurso Emprendedores Globales: Start-Up Chile ((www.startupchile.org/about/apply)
10. Mentores por Chile, El programa: (www.mentoresporchile.cl)
11. Entel Empresas (http://www.entel.cl/empresas/index.iws)

12. Coopeuch (Sociedades cooperativas cuyo objeto es servir las necesidades financieras de sus socios mediante entidades de crédito) (www.coopeuch.cl)
13. BCI Nace (www.propymechile.com)
14. BCI y PROPYME CHILE, "La Ruta del Emprendimiento". (www.bci.cl/nace)

3.1.5 Avances más importantes cuantificados hasta la fecha en materia de emprendimiento

El capital más frecuente en las nuevas empresas es de un $ 1.000.000, dentro de los rubros más frecuentes encontramos Comercio, Actividades Inmobiliarias y Manufactura que representan un 66,1% dentro de la actividad económica de las nuevas sociedades. Para agilizar los trámites de nuevas empresas nos encontramos con la Ley 20.494, que tiene como objetivo agilizar trámites para el inicio de actividades de nuevas empresas y eliminar las trabas burocráticas que hoy la dificultan.

También como manera de fomentar el Re-emprendimiento y tomarlo como una manera de aprendizaje, el Senado aprobó las modificaciones propuestas por el ejecutivo, que reemplazan la actual legislación de quiebras por una Ley de Reorganización y Liquidación de Activos de Empresas, lo que permite el cierre de una para empezar con otra iniciativa con más experiencia y bagaje.

También podemos mencionar dentro de las iniciativas más importantes a:

- Protección a la MIPE (Pago 30 días corridos)

- Programa Despega Pyme (Mejora en el Financiamiento)
- Facturación electrónica (Facturación en el portal Mipyme aparte SII)
- La Microempresa Familiar (Empresas que existen en su propia casa)
- Incorporación de independientes a beneficios del sistema de seguridad social
- Capital Semilla Abeja (Emprendimiento-Empresa)
- Creación de Estatuto Pyme 2.0
- Unidad de apoyo a las pymes (DEMT)

Dentro de las actividades más importantes de difusión para apoyar a las Pymes encontramos:

- Salón Pyme.
- Creación semana Pyme.
- Feria arriba Mi Pyme.
- Ruta compra Pyme.

Dentro de los desafíos para el Gobierno, los Privados y todo el Ecosistema:

- Potenciar la Asociatividad.
- Disminuir la Informalidad.
- Aumentar el número de mujeres emprendedoras.
- Aumentar el emprendimiento de los primeros quintiles.

Aumentar la difusión de las herramientas de apoyo que entrega el gobierno a los emprendedores

3.1.6 Exportaciones en las PYMES y MIPES de Chile

Es difícil pesquisar el valor real de las exportaciones de las MIPES, ya que una parte importante de ellas no se hace en forma directa sino, a través de terceros. Por lo tanto, no quedan registradas en el Servicio General de Aduanas bajo su RUT.A esto lo podemos calificar como exportación indirecta. También, existen exportadores mixtos que envían al exterior una parte de sus ventas directamente y, otra parte, a través de terceros, por lo que la información de Aduanas subvalúa el valor real de sus exportaciones, también cabe destacar que hay PYMES que participan en cadenas productivas en que la empresa líder es la exportadora directa.

Por otra parte, es la de aquellas empresas que participan en consorcios de exportación, como por ejemplo es el caso de las viñas emergentes, dónde se ha creado una organización que se hace cargo, específicamente, de la función exportadora para un conjunto de pequeñas empresas, no apareciendo ninguna de ellas como exportadores directamente aunque, preferentemente, estén dedicadas al mercado externo. Esta situación sucede frecuentemente en el sector de la agroindustria ya que todos califican dentro de las exportaciones indirectas.

En este contexto, las estadísticas disponibles entregan sólo las exportaciones directas, siendo la otra parte bastante importante en la MIPE y con la posibilidad de

llegar a ellas, fundamentalmente, vía encuestas. Pero el tema planteado de las exportaciones directas e indirectas no sólo es un asunto de registros estadísticos, sino también, de estrategias y formas de organización para abordar el mercado externo. Por factores de carácter estructural, facilita más para determinados tamaños de empresas, el llegar a los mercados externos por la vía de exportación indirecta que la directa.

Sobre la base de la segunda Encuesta Longitudinal de Empresas[7], un estudio con una muestra efectiva de 7.062 unidades productivas realizada el año 2009, el 1% de los micros y el 3% de las pequeñas empresas exportaron directamente. Al analizar las exportaciones indirectas podemos inferir que sólo el 5% de los micros y el 11% de las pequeñas, se declararon como proveedoras de una empresa exportadora.

Al comparar ambos indicadores con los obtenidos en la primera Encuesta Longitudinal de Empresas, se aprecian leves mejorías para el caso de las exportaciones directas. En esta encuesta se tuvo un 0,4% para los micros y un 2,4% para las pequeñas, en el caso de las exportaciones directas. Sin embargo, para las exportaciones indirectas sólo se obtuvo una mejora en el caso de las micro-empresas, mientras que las pequeñas disminuyeron su porcentaje. En esta primera encuesta también se obtuvo, además, que un 3,6% de los micros y un 12,6% de las pequeñas realizaban exportaciones indirectas.

[7] Fuente: Encuesta longitudinal de empresas Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (http://www.economia.gob.cl/estudios-y-encuestas/encuestas/encuestas-de-emprendimiento-y-empresas/segunda-encuesta-longitudinal-de-empresas-2011/ 15-11-2014, 8:40 am.

Adicionalmente resulta interesante observar cómo se distribuyen las ventas de estas empresas exportadoras, por ejemplo las ventas de las micro-empresas, que son exportadoras directas corresponden al 42% del total de las ventas de las micro-empresas exportadoras.

En consecuencia, las ventas de las pequeñas empresas exportadoras, que son exportadoras indirectas, corresponden al 45% del total de las ventas de las pequeñas empresas exportadoras. Respecto al total de las ventas por exportación, las ventas de las microempresas exportadoras, directas e indirectas, corresponden a un 4% mientras que las ventas de las pequeñas exportadoras, directas e indirectas, corresponden a un 12%.

Sobre la base de lo antes planteado cuando se analiza la distribución de las exportaciones por sector económico, se pueden encontrar resultados interesantes, por ejemplo en el caso de las micro-empresas, existe un panorama diverso, dado que hay sectores económicos en los que, un gran porcentaje de sus ventas se realizan a través de exportaciones directas llegando a un 100% en el caso de la explotación minera y canteras, mientras existen sectores donde hay un nulo porcentaje de ventas a través de la exportación directa llegando al 0% en el caso de los sectores como la agricultura, ganadería, caza y silvicultura, pesca, electricidad, gas y agua, construcción intermediación financiera y otras actividades de servicio comunitario.

Cuando se observa a las pequeñas empresas, se presenta un panorama más uniforme y dónde el sector económico que tiene mayor participación de ventas de

exportaciones directas, en las ventas totales, es el sector de la construcción, mientras que el que posee menor participación resulta ser el sector de la electricidad, gas y el agua.

A continuación se mostrara un cuadro de exportaciones directas como porcentaje de ventas totales de las empresas que exportan según el sector económico y tamaño según la información anteriormente planteada.

Tabla 12: Cuadro exportaciones directas en porcentaje de ventas

Sector Económico	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	0%	48%	55%	68%
Pesca	0%	72%	69%	80%
Explotación de minas y Canteras	100%	15%	78%	81%
Industria Manufacturera	67%	41%	29%	29%
Electricidad, Gas y Agua	0%	0%	2%	0%
Construcción	0%	80%	16%	17%
Comercio	2%	38%	54%	39%
Hoteles y Restaurantes	30%	43%	40%	50%
Transporte, Comunicaciones	20%	44%	55%	32%
Intermediación Financiera	0%	0%	13%	35%
Actividades Inmobiliarias	50%	58%	38%	12%
Otras actividades de servicios comunitarios	0%	52%	27%	28%
Total	**42%**	**45%**	**45%**	**35%**

Fuente: Cuadro, adaptación propia, Segunda Encuesta Longitudinal de Empresas.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

(http://www.economia.gob.cl/estudios-y-encuestas/encuestas/encuestas-de-emprendimiento-y-empresas/segunda-encuesta-longitudinal-de-empresas-2011/)

3.1.7 Antecedentes de las exportaciones en las PYMES (2014)

Con el objetivo de seguir apoyando la diversificación de las exportaciones chilenas, Pro-Chile abrió la convocatoria 2015 para sus concursos Industrias y Contact Chile. Estas herramientas fueron creadas para fomentar la exportación de bienes y servicios, con especial énfasis en aquellas con valor agregado, a través del cofinanciamiento y apoyo en la gestión de diferentes estrategias de promoción. A través de estas iniciativas se busca seguir sumando diversificación a la canasta exportadora del país. En la convocatoria 2015 se concursarán cerca de $280 millones para cada sector.

"La oferta exportable de Chile es amplia y diversa. El trabajo de Pro-Chile, junto al sector privado, está enfocado en seguir ampliando la oferta del país hacia el exterior. En ese sentido, el desarrollo de la industria y de los servicios han contribuido a disminuir la dependencia de la exportación de materia prima, aunque queda aún mucho trabajo por hacer"[8]

Por otra parte el Servicio Nacional de Aduanas, en el 2013 comentó que las exportaciones de bienes excluyendo cobre y servicios representaron el 44% del total

[8] Fuente: Ricardo Bosnic, subdirector de desarrollo de Pro Chile http://www.proempresas.cl/tips-pyme/8863-pymes-en-chile-pro-pyme-chile-emprendimiento-pymes-pueden-postular-hasta-el-14-de-noviembre-a-concursos-de-promocion-de-exportaciones-de-industrias-y-servicios-de-prochile.html
04- 01-2015, 9:50 am.

exportado por el país al mundo. Los servicios, por su parte, según cifras del Banco Central, representaron el 16% del total enviado por Chile al mundo en igual período, estas cifras demuestran la importancia de seguir apoyando la diversificación de las exportaciones chilenas.

"Este año, siguiendo los lineamientos de la Presidenta Michelle Bachelet, ambos concursos buscan beneficiar a más empresas, especialmente Pymes, incentivándolas a postular en forma asociativa, con el fin de que generen mayor impacto en el posicionamiento internacional de Chile como exportador de bienes manufacturados y servicios"[9]

3.1.8 Pro-Chile y concursos para el fomento de la PYME exportadora

De acuerdo a los fondos que Pro-Chile está dispuesto a ofrecer, este año el llamado 2015 de concursos incluye el apoyo a proyectos con estrategias de internacionalización avanzadas, las que facilitarán a las empresas chilenas tener mayor participación en las cadenas de comercialización de los bienes y servicios que exportan. La convocatoria para ambos concursos de ProChile comienza este 22 de octubre y estará abierta hasta el 14 de noviembre. Pueden postular personas naturales y jurídicas, y para

[9] Fuente: Ricardo Bosnic, subdirector de desarrollo de Pro Chile: http://www.proempresas.cl/tips-pyme/8863-pymes-en-chile-pro-pyme-chile-emprendimiento-pymes-pueden-postular-hasta-el-14-de-noviembre-a-concursos-de-promocion-de-exportaciones-de-industrias-y-servicios-de-prochile.html
10-01-2015, 18:00 pm.

hacerlo sólo es necesario completar el formulario de la página web, adjuntar el RUT de la empresa, y presentar una estrategia de promoción.

Las bases de los concursos y más información en: www.prochile.gob.cl/concursos

3.1.8.1 Tipos de concursos para exportadores

Internacionalización de la manufactura:

El concurso de industrias busca beneficiar a empresas exportadoras o con potencial exportador que produzcan o comercialicen productos que pertenezcan al sector industria manufacturera. Se exceptúan los productos silvoagropecuarios, y los productos de la gran minería con bajo nivel de transformación. Algunos de los subsectores admisibles en el concurso Industrias de ProChile son: manufactura de madera; equipos y productos para la construcción; productos manufacturados de la industria metalmecánica; bienes y productos de la industria eléctrica y electrónica; equipamiento e insumo para la industria acuícola; equipos e insumos para la minería; equipos e insumos médicos; productos de la industria del cuero y del calzado; de la industria textil y de la confección; cosméticos, medicamentos, envases y embalajes; artículos de vidrio y de plástico; productos de la industria química y artesanías, entre otros.

En esta convocatoria 2015 se concursarán alrededor de $280 millones para cofinanciar actividades de promoción de exportaciones de industrias. De igual forma para proyectos empresariales que benefician a una o más empresas y sectoriales, se

entregará un cofinanciamiento público máximo de hasta un 65%. Todo esto considerando un tope de $14 millones de aporte público para proyectos empresariales individuales y hasta $20 millones para proyectos empresariales asociativos. Para los proyectos de carácter Sectorial (asociaciones) el tope de cofinanciamiento es de $28 millones.

Servicios:

Este año, el Concurso Contact Chile está enfocado en fomentar las exportaciones de servicios con valor agregado. Para esta convocatoria, se ha definido apoyar a los sectores de servicios ambientales; artes visuales; consultorías; tecnologías de la información y comunicaciones; música; narrativa gráfica e ilustración; servicios de investigación y desarrollo; servicios de diseño; servicios de logística; audiovisuales; franquicias; servicios de apoyo al retail; servicios de arquitectura; servicios turísticos, servicios de construcción; servicios de ingeniería; servicios editoriales; servicios educacionales; biotecnología; y videojuegos.

Para esta convocatoria, se concursarán $280 millones para cofinanciar actividades de promoción de exportaciones de servicios. Para los proyectos empresariales que involucren a una o dos empresas, y para los sectoriales, se entregará un cofinanciamiento público máximo de hasta un 65%. Se considera un tope de $14 millones de aporte público para proyectos individuales y hasta $20 millones para

proyectos empresariales asociativos. Para los proyectos de carácter Sectorial (asociaciones) el tope de cofinanciamiento es de $28 millones.

En cifras:

Según el análisis de Pro-Chile con cifras del Banco Central, las exportaciones del sector Industria manufacturera chilena excluyendo cátodos de cobre, celulosa e industria alimenticia, al mundo alcanzaron los US$ 12.875 millones en 2013, con una participación de un 35% en las exportaciones no cobre del país. Por tanto los principales envíos de este sector corresponden a: Partes y piezas para la carpintería (US$ 1.858 millones), sustancias químicas (US$ 1.663 millones) y equipos de transporte (US$ 884 millones). Así mismo los principales mercados hacia donde se dirigieron estas exportaciones de este sector en 2013 fueron Estados Unidos (US$ 2.004 millones), Bolivia (US$ 1.518 millones) y Perú (US$ 1.397 millones).

En cuanto a los servicios, en 2013 Chile exportó US$12.787 millones, de los cuales US$ 4.211 millones corresponden a servicios de mayor valor agregado, los llamados "servicios no tradicionales"- servicios globales u offshoring, servicios a las empresas, servicios profesionales en amplias ramas como: Arquitectura, investigación y desarrollo, ingeniería, informática y finanzas, comunicaciones regalías y derechos, de acuerdo a cifras del Banco Central de Chile. Según la misma fuente, las exportaciones de servicios representan un 26% de las exportaciones no cobre.

Por su parte según el Servicio Nacional de Aduanas, los principales subsectores exportados en 2013 fueron: Mantención y reparación de naves (US$ 213 millones), Asesoría a empresas (US$ 107 millones), Ingeniería para la minería del cobre (US$ 82 millones). Los principales mercados de destino de las exportaciones de servicios chilenos fueron en 2013: Perú (US$ 263 millones), Estados Unidos (US$ 221 millones) y Colombia (US$ 139 millones).

"Pondremos especial atención en América Latina, y haremos esfuerzos concretos por incrementar la cantidad de Pymes exportadoras. Hoy, de las 197 mil empresas que exportan, solo el 1,8% son Pymes y eso debe cambiar. También queremos dar un sitio de mayor preponderancia a las regiones y mayor apoyo a los sectores de industria y servicios, a través de los planes sectoriales y el trabajo conjunto con Corfo y Sercotec"[10]

3.2 Comentarios finales del capítulo (Primera parte, 4.1)

En esta primera parte del capítulo 4 se explica la importancia de la red de apoyo y fomento hacia el sector PYME y MIPE en Chile. Se enumeran una amplia gama de instrumentos de fomento productivo y se mencionan los diferentes objetivos que tienen los organismos y Ministerios del Estado, todos con su respectiva historia y evolución. También se grafican distintos estudios del importante financiamiento que tiene CORFO

[10] Fuente: Roberto Paiva, director de Pro-Chile. http://www.propymechile.com/noticias/7963-pymes-en-chile-pro-pyme-chile-emprendimiento-prochile-y-su-nuevo-rol-en-el-fomento-de-las-pymes-exportadoras.html 15-01-2015, 9:30 am.

en pro del fomento productivo, destacando algunas de sus mejores iniciativas y niveles de transferencia de capital.

El ecosistema PYME es mencionado y explicado a nivel estatal y privado, incluyendo a las empresas más importantes en materia de fomento, promoción y apoyo.

Y como último punto de esta primera parte del capítulo, se explica el valor real y el nivel de importancia que tienen las exportaciones con el comercio internacional a nivel pequeñas empresas, graficando porcentajes de exportaciones a nivel sectorial y su relación ventas, también explicando distintas iniciativas y resaltando la importancia de organismos como Pro-Chile en la diversificación de exportaciones chilenas para la pequeña y mediana empresa.

3.3 Asociatividad empresarial

3.3.1 Aparición de la asociatividad

En la actualidad el concepto de Asociatividad en las empresas se ha transformado en una herramienta importante para sobrellevar los efectos de la globalización, ya que ayuda a que las pequeñas y medianas empresas se unan no sólo en los mercados internos sino que al mismo tiempo puedan competir en mercados externos, permitiendo la mejora de su estructura de costos, para lograr mejores precios, productos de buena calidad y una mayor competitividad.

Sin embargo, antiguamente la economía estaba regida por un modelo " Fordista", en el que la producción era en cadena y se trataban de encontrar mayores beneficios al lucrar en mayor medida con economías desarrolladas con grandes empresas que eran capaces de producir bajo este modelo, obteniendo así mejores resultados, razón por la cual las políticas que desarrollaban, los agentes económicos estaban enfocadas a fortalecerlas olvidándose de las pequeñas empresas y de las que estaban recién surgiendo.

En consecuencia de las innumerables crisis de la economía y el gigante llamado Globalización , se generaron nuevos procesos en que los países notaron la necesidad de encontrar nuevos enfoques, que apoyen no sólo a empresas de gran tamaño, sino que también a las pequeñas y medianas, surgiendo así este gran concepto llamado Asociatividad empresarial, entre pequeños y medianos conocida como la mejor alternativa, pese a que muchos años atrás, en la década de 1920 varios de estos conceptos relacionados se estaban conjugando y desarrollando por Alfred Marshall en su obra " Principios de la Economía". De igual manera años más tarde todas estas ideas fueron retomadas por Giacomo Becattini quién se convirtió en el principal gestor de una de las principales formas de Asociatividad

3.3.2 Alfred Marshall y su relación asociativa

Conocido como uno de los más importantes economistas del XIX Alfred Marshall expuso una de sus más relevantes teorías, la Organización Industrial, gracias a

él, se conoce en la actualidad el concepto de Distritos Industriales. Dicho concepto o teoría está propuesta en una de sus obras más importantes, Principios de la Economía , acá Marshall define la teoría de las organizaciones industriales, retomando el concepto de división de trabajo de Adam Smith afirmando que esta división proporciona la concentración de un gran número de empresas en una misma localidad, en donde deben constituir una organización industrial como aumento de la eficiencia del trabajo, ya que, para la elaboración de cualquier bien o prestación de un servicio se requieren varias etapas, si estas se destinan a pequeñas fábricas surgirán industrias auxiliares, pero para que esto sea una ventaja, deben estar concentradas en un mismo distrito.

En relación a la teoría de la Organización Industrial Marshalliana, se toma el territorio como unidad de análisis, constituyendo una industria localizada, es decir, industria concentrada en ciertas localidades, cuyo establecimiento presenta ventajas y desventajas, está causada por condiciones físicas como "la naturaleza del clima y del suelo, la existencia de minas y canteras en las proximidades, o en sitios fácilmente accesibles por tierra o por agua, otra causa ha sido el patronato de una corte. Las personas ricas que en ella viven dan lugar a una demanda de bienes de alta calidad y esta atrae a los trabajadores especializados y los educa para poder abastecerla…" [11]

Por otra parte, don Alfred Marshall presenta el planteamiento de que las industrias localizadas presentan algunas desventajas, por ejemplo, cuando en el mercado

[11] Fuente: Marshall. A (1957). Principios de la economía, capítulo VIII, Pág. 89, Madrid: Aguilar.

de mano de obra, el trabajo realizado por el distrito sea de una sola clase y no exista donde emplear ni a mujeres, ni a niños, se hace necesario, entonces "el establecimiento de industrias de carácter complementario". Otra desventaja presente en la teoría es cuando un distrito depende de una sola industria, está más propenso a una extrema depresión, por lo que se debe "desarrollar diversas industrias distintas, pues si una de ellas disminuye, las demás las sostienen indirectamente y permiten a los tenderos locales continuar su ayuda a los trabajadores".

En ese sentido el autor plantea que es importante tener en cuenta que los adelantos tecnológicos y la disminución de costos de transporte, medios de comunicación, entre otros, contribuye a que sea más cómodo viajar induciendo a los hombres de negocios y a sus artesanos a adquirir los bienes y servicios en el exterior dejando de lado la industria local. Otro punto importante en la teoría es la asociación cooperativa, que según Marshall en las empresas a la hora de dirigir los negocios: "…todos o una parte de los accionistas que asumen los riesgos de un negocio trabajan en el mismo. Los empleados, contribuyan o no al capital material del negocio, tienen una participación en sus beneficios y voz y voto en las juntas generales en que se establecen las normas fundamentales de la política a seguir y se eligen a los que han de llevarla a efecto. De esta forma son, en cierto modo, patronos y jefes de sus propios gerentes y capataces; tienen suficientes medios para juzgar si la organización del negocio se realiza

honrada y eficientemente, y poseen las mejores oportunidades posibles para observar cualquier negligencia o falta de competencia en la administración."[12]

En consecuencia, esto es muy difícil de llevar a cabo, en cualquier época de la historia, ya que los empleados no son siempre los más honestos, existe corrupción y ansias de poder por encima de todo: "…celos y razonamientos con motivo de represiones son susceptibles de actuar como la arena que se hubiese mezclado con el aceite en los cojinetes de una maquinaria grande y compleja"[13]

De hecho Marshall se opone al conocido "sistema de fábrica" (factory system),en el cual se afirma que "con la concentración de todas las operaciones productivas en un mismo lugar y un elevado grado de integración vertical, sería sistemáticamente superior a los métodos de producción más dispersos en el territorio y menos integrados".

Sobre la base de lo antes planteado Marshall veía distritos industriales en donde nadie más los podía apreciar, en su obra, el distrito aparece bajo dos aspectos: como prolongación de los centers of specialized skill de la época preindustrial y como posible resultado de la extensión organizada de la actividad industrial de las ciudades industriales de la Inglaterra de finales del siglo XIX.

[12] Fuente: Marshall. A (1957). Principios de la economía, capítulo VIII, Pág.90 Madrid: Aguilar.
[13] Fuente: Marshall. A (1957). Principios de la economía, capítulo VIII, Pág. 91 Madrid: Aguilar.

3.3.3 Giacomo Becattini

El mayor exponente de la teoría de los distritos industriales es Giacomo Becattini quien los definió como entidades en las que se asocian tanto la comunidad como las empresas interrelacionándose mutuamente, así mismo, planteó obstáculos que no permiten un pleno entendimiento de su concepto. El primero de ellos, es el planteamiento teórico de las economías externas Marshallianas, pues, existía la incompatibilidad del concepto con el equilibrio parcial y una escasa importancia práctica del fenómeno, al menos en un sector industrial concreto.

Un segundo obstáculo está asociado con el concepto de atmósfera industrial en donde se sintetizan la importancia de know how productivo y el valor de instituciones informales, como las costumbres comerciales, en el desarrollo de los intercambios. Por último, el tercer obstáculo de la teoría del distrito era la existencia en los individuos, y en particular en las empresas, de un «sentido de pertenencia» en donde los individuos ocasionalmente se unen para lograr un objetivo individual, eligiendo con quien asociarse dependiendo las ventajas que cada parte establezca.

En este orden de ideas y luego de establecer algunos obstáculos de la teoría, Becattini plantea que la cualidad del distrito es ser una comunidad de productores que integra flexiblemente, es decir, adaptándose rápidamente a la coyuntura del mercado, múltiples poblaciones de empresas especializadas. Integración, no especialización flexible. Además, se hace necesario una política que combine sinérgicamente las

medidas orientadas a acelerar el crecimiento del aparato productivo privado con aquellas dirigidas a una mejora de la cohesión social y del bienestar en los lugares en los que vive y trabaja la gente.

Becattini (2004) le atribuye el origen de los distritos a la desintegración de una o más empresas grandes, pues generan pequeñas unidades productivas que más tarde serán los principales componentes de los distritos y al crecimiento de un núcleo artesanal-industrial, que era evidente en Italia cuando estos surgieron, pues fue a partir de esa industria subterránea que se empezaron a formar las pequeñas empresas las cuales se fueron asociando para finalmente constituir los distritos. Finalmente es claro que Becattini es el principal autor que defiende las teorías de la asociatividad y más puntualmente los distritos industriales como manifestaciones de ella, por lo que sus aportes teóricos son de gran importancia en el momento de evaluar los efectos que tiene la implementación de dicha herramienta en las unidades productivas de un país.[14]

3.3.4 Definición de Asociatividad empresarial

Existen muchos conceptos y definiciones acerca de la asociatividad, así como múltiples autores. En la actualidad esta herramienta fundamental llamada Asociatividad se está convirtiendo en un mecanismo de desarrollo sostenible y sostenido para muchas empresas, especialmente para las Pymes, como definición hay una que se repite dentro

[14] Fuente: Becattini, G (2004). Vicisitudes y potencialidades de un concepto. El distrito industrial, economía industrial, N° 359. España [En línea] Disponible en: http://www.minetur.gob.es/esES/IndicadoresyEstadisticas/Informes/Papeles%20informativos%20subsecretaria/2006/986_Distritos_Industriales.pdf 27-01-2015, 12:12 pm.

de muchos artículos y diferentes especialistas del tema, que es la de Rosales, quien define Asociatividad como " Un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común"[15]. Del mismo modo podemos decir que las estrategias colectivas como su nombre lo indica, involucran a todos los participantes y la acción de una repercute sobre otras en diferentes grados, dependiendo de la modalidad de estrategia empleada.

Sobre la base de lo antes planteado la necesidad de diseñar y adelantar estrategias colectivas pasa a ser, no solamente una posibilidad de desarrollar ventajas individuales y conjuntas, sino que puede llegar a constituir un requisito básico de sobrevivencia para las PYMES, incluso alguna de las estrategias individuales tendrán éxito en la medida que ellas sean complementadas con estrategias colectivas.

"La Asociatividad es un esquema de cooperación entre diversas personas o grupos de personas que persiguen un objetivo común, para lo cual establecen relaciones y/o articulaciones basadas en decisiones voluntarias y esfuerzos conjuntos, que posibilitan solucionar sus necesidades mutuas, contando para ello con ventajas derivadas

[15]Fuente: Rosales, R (1997). "La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes. Capítulos de Sela, Pág. 44, 27 de Febrero de 2008.

de la planeación a largo plazo y de una visión estratégica."[16]

Otro concepto en relación a las Pymes:

"La Asociatividad permite que las PYMES compartan información sobre mercados, adquieran el tamaño mínimo necesario para aprovechar " economías de escala", logren niveles de flexibilidad y adaptabilidad mayores, y accedan a recursos competitivos fundamental es en los mercados globalizados"[17]

Por otro lado Fuentes hace mención diciendo que: "La Asociatividad en nuestra Región es fundamental para que los pequeños productores logren un volumen de producción y estándares para alcanzar nuevos mercados, con productos competitivos y formalizados que den cuenta de calidad, innovación e identidad local, como en el caso de la gremial de productores gourmet de LicánRay"[18] .

Otra distinción importante de la asociatividad es el alto grado de autonomía gerencial que mantienen los participantes después de adoptar la decisión. Por ejemplo, la manera de emplear los recursos o beneficios obtenidos a partir de la asociatividad es de

[16]Fuente: Banco Agrario de Colombia (2006). "Financiamiento para la Asociatividad" http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/11684/T10.09%20A21a.pdf?sequence=2 08-03-2015, 11.10 am.

[17]Fuente: Benavente, René. Subgerente, CORFO. http://www.propymechile.com/entrevistas/118-corfo-opera-sobre-la-base-de-fortalecer-las-capacidades-y-competencias-para-hacer-mejores-negocios.html 08-03-2015, 12:50 pm.

[18]Fuente: L. Araucanía, Chile. http://www.proempresas.cl/noticias/7756-pymes-en-chile-pro-pyme-chile-emprendimiento-pymes-de-la-araucania-buscan-potenciar-sus-negocios-gourmet-por-medio-de-la-asociatividad.html 08-03-2015, 16:00 pm.

la incumbencia exclusiva de cada empresa, la cual debe responder ante el resto de participantes por la cuota parte de los esfuerzos que le corresponde. Esto puede constituir uno de los principales estimuladores al desarrollo de la asociatividad en el futuro. Bajo esta modalidad los directivos de las empresas no son obligados a compartir información que estimen confidencial para sus compañías, como en el caso de la cooperación compulsiva de las redes verticales, o las exigencias de las alianzas estratégicas.

De igual forma otra característica adicional de la asociatividad es el carácter amplio de actividades de cooperación que puede abarcar. La asociatividad se puede establecer para múltiples propósitos desde el financiamiento hasta la investigación conjunta de determinado problema y, al mismo tiempo, abarcar las diferentes etapas de los procesos básicos de las empresas, a saber, diseño, manufactura, comercialización, servicio post-venta, entre otros. En principio, no hay limitación del ámbito de la cooperación en la asociatividad como sí lo hay tanto en las redes verticales como en las horizontales. En la asociatividad tampoco hay restricciones para la participación en cuanto al tipo de actividad que desempeñe la empresa participante. Estas importantes características de la asociatividad otorgan a este mecanismo de cooperación inter-empresas una alta flexibilidad de afiliación, operación y ámbito de acción que puede ser empleado tanto por empresas insertadas en redes verticales u horizontales, o incluso para aquéllas que no pertenezcan a ninguna red.

3.3.5 Asociatividad pequeñas y medianas empresas

La Asociatividad constituye un mecanismo de agregación de intereses exclusivo para las pequeñas y medianas empresas. Las grandes empresas apelan a la cooperación a través de alianzas estratégicas y aun cuando una misma empresa pueda mantener múltiples alianzas estratégicas siempre cada una de ellas es un acuerdo específico entre dos partes y no hay, en consecuencia, el carácter colectivo. "La asociatividad debe ser una herramienta utilizada por las pequeñas y medianas empresas para afrontar la globalización"[19].

Las grandes barreras para una Asociatividad viable entre Empresas son muy variadas y a pesar de las amplias bondades que el mecanismo de asociatividad promete para el sector de la PYME, su viabilidad está restringida básicamente por los siguientes factores:

Falta de cultura de cooperación entre empresas:

El desarrollo de un comportamiento interactivo de competencia y cooperación entre los empresarios, que dé sustento a la competitividad sistémica no está aún incorporado en el imaginario social de muchos empresarios y organizaciones sociales de la región. Es esta dificultad para cooperar y, por lo tanto, para abandonar parcialmente el comportamiento individual, lo que aparece como uno de los principales problemas. Otro

[19]Fuente: "La Asociatividad en las Pymes" Andrés Fernando Ruiz, 2001. (http://www.gestiopolis.com/asociatividad-pymes) 09-05-2015, 8.30 am.

punto importante a mencionar es el entorno Institucional en los mecanismos de cooperación. La presencia en los países de una pesada red institucional que dificulta la interacción ágil de los agentes económicos y sociales, configura barreras que desestimulan el desarrollo de mecanismos de cooperación.

En consecuencia habría que agregar que las propias estructuras creadas para fomentar la relación entre las empresas han puesto, en ocasiones, más énfasis en obtener un "tratamiento especial" de las autoridades públicas que en sacar máximo provecho, en el campo económico, de la acción conjunta. Quizás podría mencionarse, también, que las distintas iniciativas para fomentar la cooperación inter-empresarial no están bien coordinadas entre sí.

Cabe mencionar también que la asociatividad tiende a confundirse como una asociación de empresas que enfrentan problemas comunes y que requieren asociarse para presionar ante otra empresa o instancia gubernamental para una solución reivindicativa, generalmente coyuntural, por ejemplo, una facilidad crediticia, un descuento en las compras de materias primas o un cupo en la asignación de órdenes de compra o despachos de materiales. Otra confusión del término es considerarlo como una cooperativa con sus tradicionales mecanismos de asambleísmo para la toma de decisiones y el marcado carácter social de su razón de ser.

Las experiencias que se han reseñado deben ser seguidas de cerca para aprender de sus aciertos y descartar sus errores. La construcción de la confianza entre los

empresarios aparece como uno de los elementos claves; la necesidad de contar con alguna experiencia exitosa como efecto demostración resulta, asimismo, de máxima importancia; la evaluación rigurosa para seguir de cerca el resultado de la relación entre las empresas, es una herramienta imprescindible para que estas experiencias logren afianzarse.[20]

3.3.6 Asociatividad como estrategia competitiva

El esfuerzo conjunto con otros participantes para la búsqueda de un objetivo común es una herramienta estratégica para el sector PYME en el presente y más aún para un futuro tendencial. Los objetivos comunes pueden ser coyunturales, tales como la adquisición de un volumen de materia prima, o generar una relación más estable en el tiempo como puede ser la investigación y desarrollo de tecnologías para el beneficio común o el acceso a un financiamiento que requiere garantías que son cubiertas proporcionalmente por parte de cada uno de los participantes.

Este esfuerzo conjunto de participantes en la asociatividad puede materializarse de distintas formas, desde la contratación de un agente de compras o vendedor pagado conjuntamente, hasta la formación de una empresa con personalidad jurídica y patrimonio propio que permita acceder a financiamiento con requisitos de garantías, o para la comercialización de productos.

[20] Fuente: Rosales, Linares, Pág. 26, R (2002) "Estrategias gerenciales para la pequeña y mediana empresa". Ediciones IESA.

En primer término la asociatividad surge como uno de los mecanismos de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización de las economías nacionales. La globalización económica está redefiniendo los procesos de manufactura al localizar las fábricas en diferentes partes del mundo, abriendo oportunidades pero también significando amenazas para las Pyme, las cuales además de verse presionadas a cambiar sus paradigmas gerenciales requieren diseñar nuevos mecanismos de interrelación con el entorno.

Por otra parte de acuerdo a las estrategias más viables para enfrentar la competencia derivada de las aperturas, directivos de las empresas, independientemente del tamaño de éstas, pueden apelar a un conjunto de opciones las cuales se clasifican en dos grandes categorías, no excluyentes: las individuales y las colectivas. Las estrategias individuales son de la absoluta discrecionalidad de la gerencia, mientras que las colectivas requieren el concurso de numerosos participantes al menos más de dos.

En relación a estrategias colectivas e individuales:

Entre las estrategias individuales que pueden emplear las empresas, además de las conocidas como de mejoramiento continuo y reingeniería, se encuentran otras menos divulgadas y analizadas como la de ingeniería de reversa o inversa. Las estrategias individuales no son necesariamente excluyentes de las estrategias colectivas. Estas, como su nombre lo indica, involucran a todos los participantes y la acción de una

repercute sobre otras en diferentes grados, dependiendo el impacto de la modalidad de estrategia empleada.

La necesidad de diseñar y adelantar estrategias colectivas pasa a ser no solamente una posibilidad de desarrollar ventajas competitivas individuales y conjuntas sino que puede llegar a constituir un requisito básico de sobrevivencia para las PYME.

3.3.7 La asociatividad: alianza voluntaria para la competitividad

La introducción efectuada anteriormente, permite ubicar con mayor precisión lo que debería entenderse por asociatividad, despojando a este término de falsas expectativas que pudieran conducir en el futuro a una frustración.

Seis distinciones importantes tiene la asociatividad, a saber:

- Es una estrategia colectiva.
- Tiene carácter voluntario.
- No excluye a ninguna empresa por el tipo de mercado en el cual opera.
- Permite resolver problemas conjuntos manteniendo la autonomía gerencial de las empresas participantes.
- Puede adoptar diversas modalidades jurídicas y organizacionales.
- Es exclusiva para pequeñas y medianas empresas.

En tal sentido la asociatividad permite el esfuerzo colectivo de varias empresas que se unen para solventar problemas comunes y se lleva a cabo mediante la acción voluntaria de los participantes, no siendo forzada la cooperación por ninguna empresa en particular. La decisión de intentar la asociatividad puede ser estimulada por instituciones ajenas a las empresas, como el Estado o los gremios empresariales, pero en definitiva son las empresas las que deben llevarla a cabo. De acuerdo a esta característica la asociatividad se asemeja a una red horizontal pero se diferencia de ésta en que no hay restricciones para la afiliación. En las redes horizontales la cooperación se busca entre empresas que atienden al mismo mercado.

Por otra parte una distinción importante de la asociatividad es el alto grado de autonomía gerencial que mantienen los participantes después de adoptar la decisión. Por ejemplo, la manera de emplear los recursos o beneficios obtenidos a partir de la asociatividad es de la incumbencia exclusiva de cada empresa, la cual debe responder ante el resto de participantes por la cuota parte de los esfuerzos que le corresponde. La autonomía gerencial es un rasgo también presente en las redes horizontales, pero en esta la afiliación, como ya se mencionó, está restringida a quienes comparten el mismo mercado. La posibilidad de mantener un alto grado de autonomía gerencial puede constituir uno de los principales estimuladores al desarrollo de la asociatividad en el futuro.

Queda demostrado que otra distinción adicional de la asociatividad es el carácter amplio de actividades de cooperación que puede abarcar. La asociatividad se puede establecer para múltiples propósitos desde el financiamiento hasta la investigación conjunta de determinado problema y, al mismo tiempo, abarcar las diferentes etapas de los procesos básicos de las empresas, a saber, diseño, manufactura, comercialización, servicio post-venta, entre otros. De hecho, no hay limitación del ámbito de la cooperación en la asociatividad.

Sobre la base de lo antes planteado en las redes verticales el ámbito de la cooperación está determinado, como ya se ha mencionado, por los intereses específicos de la cadena de producción o incluso por los intereses estratégicos de las empresas líderes. En las redes horizontales, la cooperación está restringida a los límites impuestos por los mercados en los cuales operan las redes. En cambio en la asociatividad no hay restricciones para la participación en cuanto al tipo de actividad que desempeñe la empresa participante.

En este contexto en relación a las características Asociativas una importante característica ya señalada de la asociatividad es que ella constituye un mecanismo de agregación de intereses exclusivo para las pequeñas y medianas empresas. Las grandes empresas apelan a la cooperación a través de alianzas estratégicas y aun cuando una misma empresa pueda mantener múltiples alianzas estratégicas siempre cada una de ellas es un acuerdo específico entre dos partes y no hay, en consecuencia, el carácter

colectivo. Por lo tanto las características de la asociatividad le otorgan a este mecanismo de cooperación inter-empresas una alta flexibilidad de afiliación, operación y ámbito de acción que puede ser empleado tanto por empresas insertadas en redes verticales u horizontales, o incluso para aquellas que no pertenezcan a ninguna red.

Se evidencia por ejemplo que una empresa pequeña en particular puede estar simultáneamente empleando tanto la estrategia colectiva de la asociatividad como la de la integración en una red de producción. Las exigencias gerenciales, tecnológicas y financieras, entre otras, pueden ser, sin embargo, diferentes. Dentro de las modalidades de la asociatividad se puede dar el caso de que las empresas participantes también integren una red horizontal de producción, donde todas ellas elaboran los mismos productos para un mismo mercado (cliente). En esta situación prevalece la independencia jurídica y cada empresa participante es responsable ante sus clientes por la calidad y condiciones de entrega de sus productos.

Como síntesis podemos decir que para lograr el estado de "competitividad perfecta" es necesario operar bajo entradas gratuitas al mercado, lo cual implica excluir condiciones tales como:

1. Altos costos de entrada para nuevos entrantes

2. Falta de reconocimiento de marca

3. Pobres canales de distribución

4. Recursos escasos (o ya capturados por los líderes).

A estas condiciones podemos agregar otras, captadas de múltiples experiencias en diferentes sectores y regiones, tales como:

1. Bajo conocimiento de las necesidades de los clientes y de nuevas oportunidades de los mercados internacionales.

2. Altos costos de customizar productos diversos a los clientes.

3. Grandes inventarios para satisfacer la inestabilidad de la demanda y la desconfianza de los proveedores

4. Largas demoras para la penetración en el mercado.

5. Largas demoras en la entrega de órdenes

6. Largos ciclos de ventas (lenta selección de alternativas, sin información detallada, ni políticas claras de retornos, etc.)

7. Pobres certificados de calidad, de procesos, de servicios, etc. y costosas capacitaciones de los programas masivos.[21]

[21]Perego, L. Biblioteca virtual. http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/asociatividad.html

3.3.8 Asociatividad y exportación

Se entiende por Asociatividad cuando un grupo de empresas mediante su propia voluntad y manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, participan en un esfuerzo en común con objetivos claros y bien definidos. Una de las principales características de la asociatividad es que su incorporación se lleva a cabo de forma voluntaria y que las empresas mantienen su autonomía, tanto en la toma de decisiones como en su estructura legal. Las empresas se asocian con el fin de lograr un objetivo común, por lo que es primordial que todas las partes tengan bases y cualidades complementarias, a modo que el grupo sea homogéneo, todos aporten en proporciones iguales y puedan ganar algo del grupo.

De hecho dentro de los motivos que justifican una iniciativa de asociatividad entre las empresas están la reducción de costos, el incremento de la capacidad de producción, además del establecimiento de canales propios de marketing y comercialización. Así mismo también podemos mencionar el fortalecimiento de la capacidad de negociación, la complementación de recursos y potencialidades, condiciones que repercuten directamente en una mejora sustancial de las condiciones a la hora de competir.

La asociatividad entre empresarios exportadores contribuye a la creación de una red de apoyo que beneficia a sus integrantes por cuanto optimiza los canales de

información y genera oportunidades de inversión en nuevos mercados. Cuando empresas de un mismo sector que se agrupan para enfrentar en conjunto un proyecto de exportación, se contempla la delegación de responsabilidades a un coordinador que guíe el camino hacia la colocación de su oferta en el exterior. Uno de los beneficios directos de este tipo de asociaciones es el abaratamiento de costos de todo el proyecto, desde su gestión hasta la promoción y comercialización. Por otra parte, la asociatividad permite generar una imagen comercial sólida de cohesión frente a los clientes.[22]

3.3.9 Tipos de asociatividad

La asociatividad puede adoptar diversas modalidades, dependiendo del objetivo por el cual se produce. Cada modalidad implica diversas formas de participación de los actores y genera mayores o menores responsabilidades, a continuación se mostrarán a grandes rasgos los diversos tipos de Asociatividad.[23]

- SUBCONTRATACIÓN

Son relaciones verticales, entre los distintos eslabones de la cadena de valor. En muchos casos, se trata de pequeñas o medianas empresas que orientan su producción a clientes grandes. (Ej.: Outsourcing)

- ALIANZAS ESTRATÉGICAS

[22]Fuente: Diario, Comex. http://www.diariocomex.cl/asociatividad ,16-07-2015 12:42 pm.
[23] Fuente: "Formas de asociatividad empresarial" http://www.cei.org.ni (Centro de Exportaciones e Inversiones) 17-07-2015, 14:54 pm.

Son relaciones horizontales, entre empresas que compiten en el mercado, pero que se unen y cooperan en ciertas actividades, como pueden ser investigación y desarrollo, compras, comercialización, etc.

- CADENA PRODUCTIVA

Es un conjunto de agentes económicos interrelacionados por el mercado desde la provisión de insumos, transformación y comercialización hasta el consumidor final.

- MINICADENAS PRODUCTIVAS

Son encadenamientos productivos que se conforman a partir de actividades económicas realizadas por unidades productivas de menor tamaño y regularmente son expresión de una vocación productiva regional.

- DISTRITOS INDUSTRIALES

Son aglomeraciones regionales de un número de empresas de una rama de la industria que se complementan mutuamente y cooperan de manera intensiva para fortalecer la competitividad de la aglomeración.

De este mismo derivan los famosos “Clusters” que son “Espacios” asociativos que permiten la comunicación de las cadenas productivas, conformando un conglomerado que ayuda a convertir una región en polo de desarrollo.

- NÚCLEOS EMPRESARIALES

Son equipos de trabajo formados por empresarios del mismo rubro o de rubros diferentes con problemas a superar en común, que se unen para compartir experiencias y buscar soluciones en conjunto.

- REDES DE SERVICIOS

Son grupos de personas de una misma profesión pero con diferentes especialidades, o un conjunto de instituciones que organizan un equipo de trabajo interdisciplinario para cubrir integralmente las necesidades de potenciales clientes.

- POOLS DE COMPRA

Son grupos de empresas que necesitan adquirir productos o servicios similares y se reúnen con el objeto de aumentar el poder de negociación frente a los proveedores.

- GRUPOS DE EXPORTACIÓN

Varias empresas de un mismo sector se agrupan para encarar juntas un proyecto de exportación cuentan con un coordinador que las va guiando en el trazado de una estrategia que le permita al grupo colocar sus productos en el exterior. En general, se logra reducir costos en aspectos que van desde el armado del proyecto exportador y el acceso a la información sobre mercados hasta la promoción y la comercialización. También les posibilita a los integrantes del grupo mejorar la oferta, tener un mayor poder de negociación y armar una imagen comercial fuerte frente a sus clientes.

- JOINT VENTURE

Dos o más empresas forman una sociedad con una razón social independiente, para realizar una actividad de interés de las empresas madres. Las empresas creadoras aportan fondos, personal, bienes y conocimientos técnicos y comerciales.

3.3.10 Asociatividad y experiencias internacionales

Italia:

Se reconoce como uno de los principales antecedentes de la asociatividad, por ejemplo el caso del norte italiano, más precisamente en el noroeste de Italia, dónde se han llevado adelante desde la década del sesenta experiencias exitosas en materia de cooperación empresarial. Una de ellas son los consorcios de explotación que surgen

como consecuencia de la necesidad de las pequeñas y medianas empresas de colocar sus productos en mercados alternativos.

Si bien esta expansión nace a partir de la confirmación y auge de redes de Pymes, es necesario hacer notar que se ha detectado también, una importante participación del estado quien brinda su apoyo a través de beneficios económicos y financieros. En la actualidad existen cerca de 300 Consorcios para la exportación que agrupan a más de 500 empresas, muchos de estos consorcios se encuentran en la Federación denominada Federexport cuya sede se encuentra radicada en Roma.

En este contexto Italia fue el país que impulsó la idea de economías locales y de la inminente asociatividad como factor de desarrollo, se ha llamado Sistema Italia a la herramienta por la que desde la posguerra y tomando como punto departida la teoría de los polos industriales de Alfred Marshall, el país Europeo ha logrado surgir y convertirse en una de las naciones emblemáticas y a seguir a la hora de tomar en cuenta las economías locales, distritos industriales y clúster.

El Sistema Italia surgió hacia 1950 pero tuvo un mayor auge a partir de los setenta, desarrollando los distritos industriales basados en las Pymes de las zonas noroeste, noreste y centro del país, sin embargo es importante mencionar el hecho de que Italia no era más que un país envía de desarrollo hacia la década de los sesenta[24] y presentaba muchas de las características presentes en los países Latinoamericanos, a

[24]Fuente: Zoilo Pallares Villegas, Editorial nueva empresa 2003, "Asociatividad Empresarial".

saber, corrupción política, inestabilidad en sus gobiernos(52en50 años) y criminalidad organizada, entre otras.

A pesar de todo esto entre los años1974y1992, el país presentó un crecimiento industrial continuo y sostenido aunque continuaban las condiciones negativas de la economía y el entorno político, sin embargo lograron buenos resultados, pues se basaron en la asociatividad, la cual estuvo ciertamente instaurada a partir de las, *Rete Urbanadelas Representanze* (R.U.R), las cuales eran redes que tenían como propósito elaborar y sostener propuestas innovadoras que transformaran las ciudades y el territorio, a partir de pactos locales que les dieran una mayor integración y a la vez una mayor fortaleza para afrontar al resto de países.

Por su parte los distritos industriales son la verdadera manifestación de los modelos de desarrollo instaurados por los italianos, algunos remiten su origen a las economías feudales, sin embargo se cree que su verdadero inicio se dio en la posguerra Europea cuando las familias campesinas del centro del país y de la región de Véneto alquilaban máquinas para trabajar prendas de lana y tejidos, dando origen a la industria subterránea, que al final terminó representando a las pequeñas industrias que se unieron para formar los distritos, los cuales para 1951 ya eran 150 y empleaban a 360.000 personas. En 1995 ya eran 199 y ocupaban al 42% de todo el empleo manufacturero ejemplo de ellos son el de joyería de Valenza Po, el de muebles de madera desarrollado en Milán o el de textiles, camisería calzado y prendas de punto de Varese.

Hoy en día existen distritos que agrupan a más de 10.000 empresas como el de Prato el cual acoge a más de 40.000 trabajadores, demostrando que la asociatividad por medio de los distritos industriales es una herramienta capaz de solidificar a un país y en especial a aquellos que basan su estructura productiva en las pequeñas y medianas empresas, pues las convierten en compañías competitivas capaces de enfrentarlos retos de la globalización de los mercados.[25]

Rusia:

Rusia, también ha basado el desarrollo de su industria bajo el modelo de la cooperación, en su economía, cada vez es mayor el número de distritos industriales o *clusters*, que intentan fortalecer a las pequeñas y medianas empresas ante el mundo globalizado. En consecuencia en Rusia se han dado cuenta de las grandes virtudes de los distritos industriales pues ven como estos le proporcionan a las pequeñas empresas recursos complementarios de vitalidad que les permiten no solo compensar sus debilidades tradicionales sino también alcanzar el peso y el rol que hasta estos momentos solo había estado protagonizado por las grandes empresas. Otra gran virtud de los distritos es la capacidad que les da a las pequeñas empresas para crear nuevos puestos de trabajo favoreciendo aún más las condiciones sociales y económicas de los países, además, aparte de crear un ambiente social beneficioso permite la formación de

[25]Fuente: Lazzeretti, 2004, Distritos Industriales y Clúster. "Un análisis entre la economía industrial y la gestión estratégica", Economía industrial N°359.

un mercado de consumo cada vez más exigente que hará que las empresas produzcan cada vez más y bajo mejores condiciones de calidad y precio. Y por último la virtud tal vez más importante de los distritos es que les permite a las PyMes amortizar las consecuencias de la globalización ya que les ayuda a insertarse en los mercados externos exitosamente.

Brasil:

La situación de la economía brasileña, al igual que la de otros países Latinoamericanos ha tenido que sobre llevar numerosas crisis y cargar con índices extremos de pobreza, actualmente el 50% de la fuerza de trabajo está bajo condiciones de informalidad, por lo que el número de empresas legalmente constituidas es mínimo. Además de esto su sistema productivo está constituido en un 99% por pequeñas empresas, las cuales son responsables de más del 20% de PIB, por lo que las políticas que se han desarrollado en este país se han ido enfocando a la búsqueda de mecanismos que solucionen sus problemas y que permitan que la economía se diversifique y engrandezca. Es así como se creó la institución privada Sebrae, la cual es una entidad sin ánimo de lucro que está formada por la unión de todos los agentes económicos (sectores público, privado y gobierno), que busca adaptar los modelos exitosos de desarrollo industrial de otros países como Italia, España y Alemania en su economía.

El nuevo modelo de desarrollo que se ha instaurado en Brasil pretende crear una cultura de emprendimiento, que apoye la creación de MiPyMes simplificando sus mecanismos de legalización y creando herramientas que favorezcan la competitividad por medio de la implementación de *clúster* y cadenas productivas. Surgen así en Brasil a partir del apoyo de Sebrae las Aglomeraciones Productivas Locales APL, las cuales se originaron gracias a las experiencias realizadas en sectores como el del cuero, calzado y muebles entre otros. Recapitulando, "Las aglomeraciones productivas locales, APL, toman su nombre de clúster en español y forman parte de una estrategia de política industrial que el presidente Lula ha venido impulsando desde su gobierno. Hoy, en Brasil, hay consenso sobre que las APL son una estrategia de desarrollo dentro de la política industrial de competitividad y desarrollo local". Así se han configurado ya más de 500 aglomeraciones productivas locales que actúan como polos de desarrollo industrial en las regiones, que han permitido impulsar la innovación, la inversión y la consecución de nuevos mercados externos, ejemplos de ellas son Nova Friburgo de moda íntima, Tobías Barreto de confecciones y bordados, Campina Grande de cuero y calzado y Para gominas de muebles.

Cabe destacar que aunque se han dado innumerables beneficios como los aumentos en la productividad, el acceso a mayores canales de distribución y a mercados más exigentes, con la adopción de las APL, también han surgido inconvenientes que han hecho difícil el progreso de dichas aglomeraciones. La poca calificación de los

trabajadores, los bajos controles de calidad que se tienen con los productos y la alta capacitación tecnológica que se necesita son algunos de ellos. Por lo tanto se hace necesario canalizar todos los esfuerzos posibles para que estas experiencias no se acaben si no que por el contrario se fortalezcan y sean cada vez mejores, para así potencializar sus virtudes y superar sus dificultades.[26]

3.3.11 Chile y su ejemplo de fomento hacia la asociatividad

Como se mencionó anteriormente en este informe, dentro de los modelos o tipos de Asociatividad más importantes, creados con la finalidad de aumentar la productividad de un conjunto de empresas, mejorar la competitividad, impulsar la innovación del campo, estimular el nacimiento de nuevas empresas y coordinar en lo mayor posible un trabajo colectivo, Chile ha puesto sus cartas y mostrado el interés de fomentar el modelo "Clúster".

Este modelo por lo general se puede entender como "la especialización potenciada por la contribución de un conjunto de actores, que intervienen en tramadamente en el proceso. Las empresas compiten y se incentivan mutuamente con aportes tecnológicos sincrónicos y sinérgicos, ayudadas por la contribución de otros participantes como las universidades, los organismos intermedios, los incentivos

[26] Fuente: Ferraro C,2011 " Apoyando a las Pymes" Política de fomento en América latina y el Caribe, Eclac, LC/R, Santiago de Chile

gubernamentales, la cercanía y la eficiencia surgida de su localización geográfica, la rapidez en las comunicaciones, junto con la innovación y el intercambio tecnológico."[27]

Otra definición: "Son grupos de empresas relacionadas en un marco geográfico común, y que operan en un entorno caracterizado por un alto grado de especialización, intensa competencia y una masa crítica de empleados con alto nivel de formación"[28]

Dentro del desarrollo de los Clusters se pueden identificar diversas etapas en relación a su integración, desarrollo y consolidación.

Integración

- Etapa 1 "**GESTACIÓN**": Industrias y empresas que existen pero no están vinculadas.
- Etapa 2 "**EMERGENCIA**": Industrias, empresas e instituciones con vínculos incipientes.

Desarrollo

- Etapa 3 "**EXPANSION**": Industrias, empresas e instituciones con vínculos sólidos para complementarse.

Consolidación

[27]Fuente:Rivas,F.2002,Clúster minero: www.gobernabilidad.cl/documentos/cidet/ponencias/fernando_rivas.ppt, 20-07-2015, 11:13 am.
[28] Fuente: World Economic Forum, http://clusteralimentacion.com/el-cluster/ 20-07-2015, 11:30 am.

- Etapa 4 "**MADURACIÓN**": Redes colaborativas de industrias, empresas e instituciones vinculadas a su ecosistema.[29]

Para los clúster existentes en Chile existe aún un amplio espacio de maduración y el estado chileno ha desarrollado programas para el fomento de estos. La estrategia se ha desarrollado por sectores divididos dentro de todo el país según su nivel de competitividad, con el fin de gestionar los recursos de acuerdo a las actividades en la que cada sector es más productivo.

Sobre la base el estudio realizado por el Consejo de innovación para la competitividad identificó los siguientes Clúster en relación a las ventajas comparativas de cada región, y en relación a los principales recursos naturales que se encuentran en ellas. Los principales desafíos son:

1) **Clúster de Acuicultura** : Es uno de los más desarrollados, con una producción de salmones que se encuentra en segundo lugar a nivel mundial luego de Noruega, el desafío es mejorar el tema sanitario y la Inversión Directa con el fin de diversificar la producción, el desarrollo principal es en la X y XI región.
2) **Clúster de alimentos procesados**: Con un importante potencial, una demanda con alto nivel de requerimientos, el desafío está en mejorar los niveles de capacitación del sector, desarrollar nuevos mercados, establecer estrategias para las

[29]Fuente: http://clusterizando.com/2010/09/05/ciclo-de-vida-de-un-cluster/, 20-07-2015, 14:00 pm.

exportaciones, y el principal foco es la zona central del país.

3) **Clúster de Fruticultura**: El país se encuentra en buena posición al ser el principal exportador de América del Sur, le favorece su alto nivel de diversidad y el gran desafío es aumentar y fomentar la Investigación y Desarrollo del sector, e incrementar la productividad, el desarrollo principal se encuentra en la zona sur del país.
4) **Clúster Minero**: Principalmente desarrollado en la zona norte, es un clúster bien formado pero con cierta dependencia externa de insumos, es importante fomentar la asociación entre los actores del clúster y también incentivar la innovación.
5) **Clúster de la Porci-Avicultura**: Es un clúster que necesita especial preocupación en el tema Sanitario y lograr el incentivo de apertura de nuevos mercados, su principal desarrollo es en la zona sur del país.
6) **Clúster en Servicios Financieros**: El gran desafío es establecer un sistema normativo que fomente la inversión y una revisión al tema impositivo, este se concentra en la Zona centro norte de nuestro país.
7) **Clúster Offshoring**: Dice relación con servicios que se realizan fuera de las fronteras ya sea en un lugar diferente al que se utiliza. En esta materia los principales desafíos son equilibrar los costos laborales y mejorar el nivel de capacitación especialmente el inglés, su principal desarrollo se da en la zona central del país.
8) **Clúster Turístico**: En etapa ascendente, el país cuenta con interés especiales por su

geografía, pero al mismo tiempo el desafío está en dar institución regulatoria, fomentar la posición internacional respecto al turismo, establecer una oferta turística descestacionalizada y el principal desarrollo es en la zona austral del país aunque cada región cuenta con su propio atractivo.[30]

Véase Anexo 5.3 Logros del Clúster, página 136

3.4 Clúster, un ejemplo de la asociatividad

3.4.1 Resultados y beneficios de un clúster maduro y consolidado para la economía de chile (análisis)

El Clúster que se nombrará a continuación es uno de los más importantes debido a su gran desarrollo y período evolutivo que se encuentra muy superior al resto de los ya nombrados, este Clúster es el *Acuícola* o más conocido como el *"Clúster del salmón"*. Este contribuye en gran medida a la economía del país, teniendo en cuenta que es uno de los que genera una mayor explotación de sus recursos naturales y hace un gran aporte en el crecimiento de la productividad, exportaciones y fuerza laboral.

La historia comienza en 1921 cuando se introducen las primeras especies traídas desde el extranjero, luego en 1978 el estado crea Sernapesca y la Subsecretaria de pesca con el fin de fomentar el sector, en la década de los 80 ya existían 36 centros de cultivos y se producían 1200 toneladas, lo que llevo al nacimiento de la Asociación de

[30]Fuente: Consejo de Innovación para la Competitividad "The Boston consulting group" http://biblioteca.cnic.cl/tag/clusters 22-07-2015, 15:00 pm.

productores de salmón hoy más conocida como SalmónChile.

De hecho en la década del 90 las ovas que antiguamente se importaban se empezaron a crear en el país y desde ahí empieza el gran despegue de la industria acuícola. En la actualidad la industria del salmón es la cuarta con respecto a las exportaciones del país y ocupa el segundo lugar como industria productora de salmón a nivel mundial después de Noruega, como "Clúster" se encuentra en una etapa de consolidación y madurez.

En ese sentido si se revisan los datos duros de esta industria se puede inferir que los últimos 10 años la industria creció en un 22% promedio anual y representa un 65% del total de las exportaciones pesqueras. El sector genera empleo para aproximadamente 53 mil personas directa o indirectamente y ha generado un gran cambio social en la zona sur de nuestro país al trasladar la fuerza laboral agrícola hacia la industria acuícola. Siguiendo con los datos duros, se puede decir que la evolución de las exportaciones fue de US $ 538MM en 1996 a US $ 2241 en el 2007, lo que habla de un gran salto a nivel económico. Cabe destacar que hoy en día el 70% de las exportaciones de salmón corresponde a productos con valor agregado (filete de salmón, salmón enlatado, ahumado, etc.).

Por lo tanto Chile cuenta con importantes ventajas comparativas ya que sus recursos naturales adecuados, las buenas condiciones hidrográficas, temperaturas de las aguas especiales y una mano de obra a bajo costo lo hacen un excelente candidato a la

prosperidad. Desde el punto de vista de la competencia existen otros tipos de ventajas que ayudan al crecimiento de la industria como por ejemplo, el apoyo público en términos de regulación, buena iniciativa empresarial, asociatividad de los actores, capacidad de organizarse colectivamente.

Del mismo modo en términos de Asociatividad Salmon Chile o Salmón de Chile AG agrupa a un total de 72 empresas entre proveedores y productores, de los distintos segmentos que aportan en el total de la industria. Por otro lado se suman a esta agrupación el instituto tecnológico creado en el año 2002, la asociación de armadores, la asociación de empresas de buceo, etc. En resumen en este Clúster participan cerca de 500 empresas en la venta de bienes y servicios dentro de la cadena de valor de la industria lo que ha generado un gran aporte tanto a las regiones donde se desarrolla como también para la economía global del país.[31]

3.4.2 Oportunidades y desafíos de un clúster "ascendente" para la economía de chile (análisis)

La selectividad de algunas políticas públicas surge de manera espontánea como una necesidad derivada de la prospección del futuro propuesta por el CNIC (Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad), para poder concretar la estrategia de desarrollo de largo plazo para Chile, basada en impulsar a los sectores con mayor

[31]Fuente: Elaboración propia adaptado de: http://es.slideshare.net/evaperezdearenaza/documento-final-cluster-del-salmon-cultivado-en-chile-junio-2009, www.salmónchile.cl y Estudios de competitividad en Clústers de la Economía Chilena, http://biblioteca.cnic.cl/tag/clusters 25-07-2015, 16:00 pm.

potencial de desarrollo y las empresas conexas a ellos, con la proyección de que se propicien los clústers y se conviertan en punta de lanza de la economía nacional.

En efecto, el CNIC identifica a la industria del Turismo y su sub-sector, el TIE (Turismo intereses especiales)**,** como uno de los sectores con mayor potencial de crecimiento, por lo que ha decidido priorizarlo dentro de su política de Clústers, lo cual implica la puesta en marcha de una serie de iniciativas que fortalezcan y estimulen la competitividad en el sector. Por su parte la visión del clúster TIE dice relación con el desarrollo de Chile como un destino con ofertas distintivas (singulares, únicas, diferenciadas), sustentables y de alta calidad que permitan capturar para el país el potencial de generación de ingresos presente en su patrimonio natural y cultural. Asimismo, se puede definir como objetivo general del clúster el aumentar significativamente el gasto de los turistas en Chile asegurando la sustentabilidad, económica, social y ambiental de los destinos y recursos turísticos.

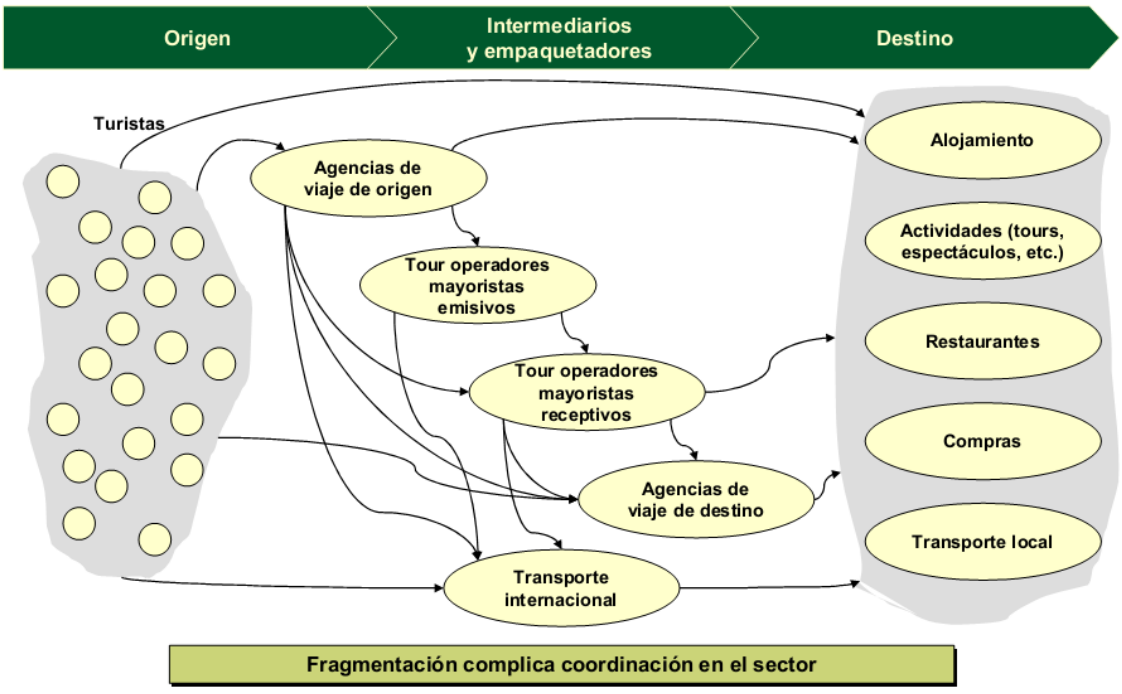
De acuerdo con esto la Agenda Preliminar del clúster considera Programas Destinos (cartera de productos-destino en los cuales focalizar esfuerzos interinstitucionales) y Temáticas Transversales y/o País (cartera de temas habilitantes del desarrollo sectorial y/o transversales a los destinos priorizados, que requieren de esfuerzos interinstitucionales de coordinación y acción en el corto o mediano plazo).

3.4.3 Turismo y tendencia

Una de las definiciones de turismo que podemos enfatizar es que es el

movimiento temporario de individuos fuera de los lugares donde usualmente viven o trabajan, incluyendo todas las actividades que realizan en el lugar de destino y pueden tener distintas divisiones o subcategorías, el sector turístico en general es muy fragmentado lo cual complica un poco a la coordinación entre sus actores. A continuación el gráfico 2 nos mostrará dicha situación.

Gráfico 2: Fragmentación complica coordinación en el sector



Fuente: Estudios de competitividad en Clúster de la economía chilena" Estudio encargado por el Consejo de Innovación a la consultora The Boston Consulting Group. http://bligoo.com/media/users/3/182374/files/18813/Resumen%20EjecutivoTurismo.pdf

Por lo tanto el turismo puede ser dividido en tres categorías según su origen o

destino.

- Doméstico: residentes de un país viajando dentro de su país de residencia
- Receptivo: no residentes viajando hacia y dentro del país.
- Emisivo: residentes viajando hacia y dentro de otros países.

Dentro de cada una de estas categorías existen distintos motivos que dan origen a la actividad turística, incluyendo vacaciones, negocios, salud, estudio o visitas a amigos y familiares. Asimismo, existe una gran variedad de nichos de negocio en la industria, como ecoturismo, aventura o spas. En el gráfico 3 se proponen los tres propósitos generales más importantes para efectuar un viaje.

Gráfico 3: Propósitos generales de viaje

Fuente: Estudios de competitividad en Cluster de la economía chilena" Estudio encargado por el Consejo de Innovación a la consultora The Boston Consulting Group. http://bligoo.com/media/users/3/182374/files/18813/Resumen%20EjecutivoTurismo.pdf

Por ejemplo el turismo internacional está directamente asociado al turismo receptivo/emisivo.

El caso del turismo internacional muestra un fuerte crecimiento, el cual se ha acelerado en los últimos años. La atractiva oportunidad de captura de este crecimiento ha generado un ámbito de alta competencia a nivel internacional, transformando al turismo en una actividad foco de desarrollo por parte de varios países.

En este contexto Chile es un país receptivo de turismo vecino o de larga distancia según el caso, además que cuenta con ventajas en los llamados intereses especiales con su naturaleza y ha experimentado un rápido crecimiento en los últimos años.

Así, el Clúster turístico impacta en numerosas actividades económicas, incluyendo transporte (aerolíneas, buses, cruceros, etc.), alojamiento, alimentación, entretención, etc. Esta variedad determina características particulares de este clúster, por ejemplo:

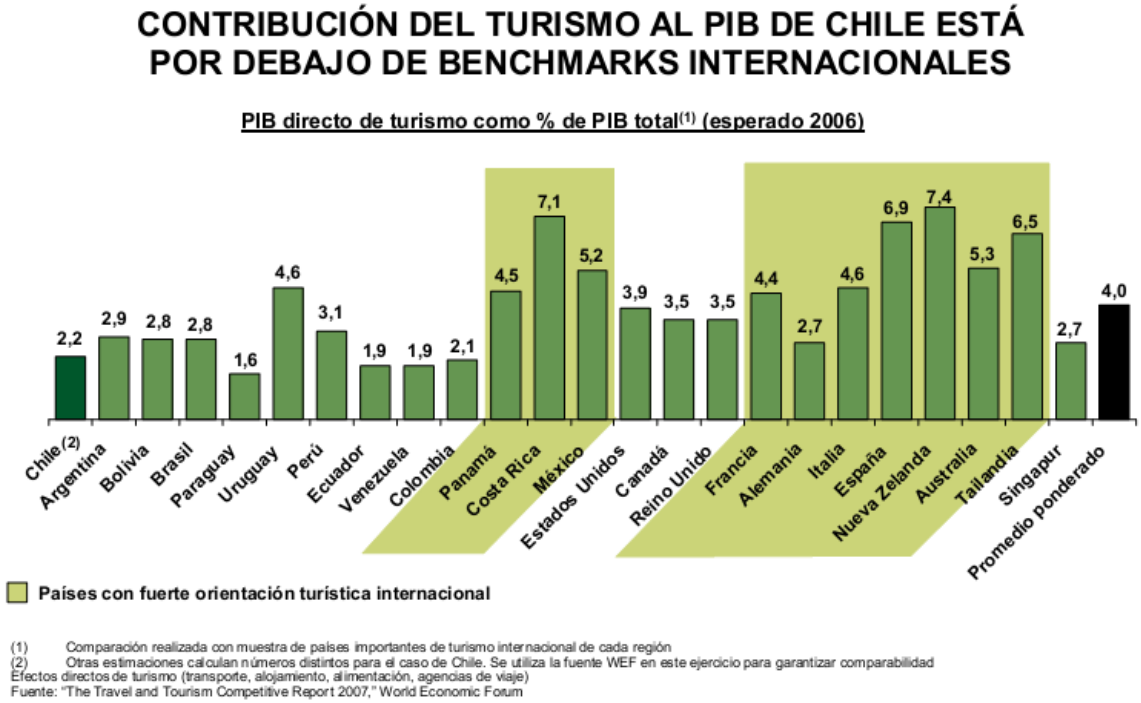
- Integración entre distintas actividades económicas.
- Atomización de la oferta.
- Impacto directo en la distribución.
- Alcance regional.

3.4.4 Turismo, ingresos en la economía de chile.

El mercado global de turismo global internacional alcanzó los US$ 680 millones y 800 millones de arribos, experimentando un crecimiento anual de un 8% respectivamente, la participación de América Latina es sólo de un 2% pero con tasas de crecimiento cercanas a las del promedio mundial. Chile debe aspirar a generar ingresos entre US$2.700 y US$4.000 millones que representará un importante crecimiento respecto a los US$ 1.400 millones registrados en años anteriores.

Así mismo el turismo receptivo aportó US$ 1.400 millones a Chile en los últimos años contando los 2 millones de arribos internacionales, este número de arribos acumula una tasa de crecimiento del 5% anual en los últimos 15 años, levemente por debajo del promedio para Sudamérica. Este nivel de ingresos posiciona a Chile tercero en Sudamérica, luego de Brasil y Argentina, con Perú en un cercano cuarto lugar. En consecuencia la evolución de los ingresos por turismo muestra un importante cambio en mix de orígenes, donde se destaca la recuperación luego de la fuerte caída en turismo receptivo proveniente de Argentina a partir del 2002, como motivo de la crisis del vecino país. Europa Occidental y Norteamérica lideran el gasto en turismo receptivo con un 25%.

Gráfico 4: Contribución del turismo al PIB



Fuente: Estudios de competitividad en Cluster de la economía chilena" Estudio encargado por el Consejo de Innovación a la consultora The Boston Consulting Group. http://bligoo.com/media/users/3/182374/files/18813/Resumen%20EjecutivoTurismo.pdf

Analizando el gráfico anterior podemos inferir que la contribución relativamente baja del turismo al PIB chileno (2,2%), junto con una serie de ventajas competitivas del país, ponen en evidencia la importante oportunidad de captura de valor. (El PIB de turismo en Chile es un 42% menos que el promedio de países listados.)

De hecho Chile tiene la gran oportunidad de capitalizar sus ventajas competitivas para capturar una porción mayor del turismo internacional y así también

capturar mayor valor por turista con un crecimiento en arribos internacionales por ejemplo.

3.4.5 Fortalezas y debilidades del clúster turístico

Chile tiene atractivos turísticos singulares que le entregan ventajas para el posicionamiento turístico internacional en torno a conceptos de naturaleza y outdoors, además de contar con grandes fortalezas miradas desde el punto de vista global como por ejemplo:

- Orden político
- Orden Social
- Economía estable
- País serio (visto desde afuera)
- Diversidad natural

Es por esto que dentro de la gran fortaleza del Clúster turístico de Chile o en turismos en general encontramos el concepto TIE (Turismo de intereses especiales), el cual se explicará brevemente.

3.4.6 Importancia del turismo de intereses especiales (TIE)

El TIE ha adquirido una notable importancia en los últimos años dada su alta estadía y gasto asociado. Su crecimiento es notablemente superior al del turismo masivo

practicado por la mayor parte de los turistas. Mientras este último crece cerca del 4% al año, el TIE lo hizo, según Sernatur, con tasas del 15% anual en el 2006.

El turista de Intereses Especiales viene en búsqueda de una experiencia de viaje en un destino singular, dentro de lo cual se incluye compartir vivencias con las comunidades locales, acceder a paisajes remotos de alta pristinidad y disfrutar de actividades inolvidables en lugares únicos. El TIE vincula la oferta y la demanda en un lenguaje que invita a considerar una lectura distinta sobre las motivaciones de los turistas, quienes requieren de servicios turísticos capaces de dar cuenta sobre la identidad cultural y ambiental del destino elegido, es decir, a un paisaje que muestre su historia (costumbres, sus cambios), la geografía humana, la actividad social y económica de un destino.

En este contexto en un país como Chile, con la alta jerarquía de su atractivo cultural, y donde el 19% del territorio es un área protegida, el TIE constituye una importante oportunidad en el desarrollo de nuevos tipos de turismo basados en el aprovechamiento del medio natural y en estrecho vínculo con el patrimonio cultural. A modo de ejemplo, las Áreas Silvestres Protegidas que administra la CONAF, han experimentado un aumento promedio de visitantes de 51,5% en los últimos 10 años, con una afluencia de visitantes de aproximadamente un millón y medio de personas. La cifra no es menor, si consideramos que en el 60% de los viajes a nuestro país están motivados

por atractivos naturales, factor primordial para el desarrollo de actividades turísticas de intereses especiales.

En relación a lo ya antes mencionado podemos decir que internacionalmente se ha comprobado que el turista de intereses especiales genera importantes beneficios, asociados al mayor tiempo de permanencia recorriendo hasta los últimos rincones de los destinos visitados, mayor nivel de gasto en contratación de servicios locales y disposición a pagar por conservar el patrimonio cultural y natural.

Por ello Chile tiene la oportunidad de capitalizar sus ventajas competitivas para capturar una porción mayor del turismo internacional. Proyectando distintos escenarios de crecimiento de arribos y asumiendo que se cierran parcialmente las brechas de gasto diario con la de países vecinos, Chile podría generar entre US$ 2.700 millones y US$ 4.000 millones en ingresos por turismo receptivo en 2012, lo que representa US$ 1.300 millones y US$ 2.600 millones por encima de lo registrado en 2005 respectivamente.

En relación a las debilidades:

En el turismo chileno existen numerosas brechas que estancan el desarrollo y las diferentes dimensiones turísticas, cómo la demanda por turismo, oferta turística, ordenamiento institucional, a continuación se nombraran algunas de estas debilidades que necesitan ser apaliadas por iniciativas como parte del mejoramiento del clúster.

- Insuficiente nivel de conocimiento de la demanda

- Posicionamiento de Chile hacia turismo internacional no diferencia lugar de origen e interés del turista
- Bajo nivel de inversión y promoción turística v/s competidores
- Poca oferta de actividades
- Insuficiente desarrollo de planta e infraestructura para recibir creciente demanda de turistas.
- Bajos niveles de profesionalización en las empresas del sector
- Cultura poco amigable hacia el turista
- Múltiples organizaciones desarrollando programas para la actividad, lo que es superposición de esfuerzos.
- Deficiencias en la planificación de desarrollo del sector
- Insuficiente nivel de atribuciones de la institución regulatoria del turismo.
- Bajo nivel de asociatividad entre actores privados y públicos del sector.

Cuando entendemos que el clúster turístico sufre toda esta cantidad de debilidades, las líneas de acción empiezan a surgir de manera urgente para sobrellevar estas grandes problemáticas. Palabras como Posicionamiento, Diversificación, Capital humano, Institucionalidad regulatoria y la principal "Asociatividad" son parte de este análisis y conceptos que apuntan a cerrar estas brechas del desarrollo turístico.

3.4.7 Desafíos, oportunidades e iniciativas

No sólo fortalezas y debilidades tiene nuestro país en este ámbito sino que también tenemos que considerar muy fuertemente los desafíos que debemos comprometenernos a mejorar y dentro de estos mencionaremos los siguientes. Los principales desafíos de la industria del turismo son:

- Mayor desarrollo de oferta de actividades y de productos en destino: diversificación de destinos y profundización de ofertas.
- Mayor promoción turística en el extranjero: fortalecimiento de mensaje y aumento en inversión.
- Aumento de capacidades de gestión y de servicios de capital humano: capacitación y certificación de profesionales
- Mayor ordenamiento institucional en lo político y territorial: aumento de atribuciones y de coordinación pública, desarrollo de estrategias turísticas de largo plazo.
- Aumento de asociatividad en el sector: desarrollo de oficinas regionales de turismo, aumento de participación en asociaciones privadas y facilitación de acceso de actores locales al mercado internacional.

En relación a las oportunidades podemos inferir que:

La principal oportunidad de Chile está en capturar mayor valor por turista, seguido por el aumento en el número de arribos. Una organización público- privada

potenciada deberá jugar un rol articulador clave en materializar estas oportunidades. Nuestro país tiene una oportunidad única de capitalizar sus ventajas competitivas para capturar una porción mayor del turismo internacional, una palanca clave como tercera prioridad sería la duración promedio de estadía que ya muestran benchmarks más altos en comparación con los regionales. Este Clúster muestra un claro y natural síntoma ascendente por lo cual la toma de decisiones y planes de acción son claves para el futuro económico del país en este ámbito.[32]

3.4.8 Iniciativas y líneas de acción

Las iniciativas del clúster turístico tendrán un alto impacto regional, dada la natural dispersión geográfica del turismo y el potencial de desarrollo de oferta turística en todo el país.

A continuación se nombrarán las principales iniciativas identificadas para el desarrollo del Clúster Turístico:

- Mejorar la Asociatividad privada y público privada (a nivel nacional y regional).
- Mejorar vías de financiamiento y fomento para proyectos turísticos.
- Desarrollar modelo de gestión territorial para el turismo.
- Adecuar la institucionalidad regulatoria del turismo para una optimización de recursos.

[32] Fuente: http://www.sernatur.cl/programa-de-fomento-al-turismo 26-07-2015, 9:11am

- Mejorar la calidad de educación de personal que trabaja en el rubro.
- Aumentar la oferta de destinos.
- Fomentar los productos turísticos.
- Fomentar el desarrollo de la infraestructura para el turismo.
- Aumentar los recursos de promoción turística.
- Revisar estructura de financiamiento y governance de institucionalidad de promoción
- Enriquecer posicionamiento turístico internacional de Chile.

Por ello para desarrollar estas iniciativas, se requerirá una inversión importante, fuertemente concentrada en promoción, seguida de posicionamiento y diversificación de destinos. El monto estimado de inversión para el sector público varía según el escenario utilizado, y se sumaría entre $US 170 millones y US$ 320 millones. Con esto queda demostrado que las diferentes iniciativas propuestas para el Clúster impactan en las diferentes plataformas transversales, principalmente a través de las modificaciones en el esquema regulatorio de la actividad. A continuación se nombrará la importancia del Rol del estado en lo mencionado anteriormente.

Rol del Estado en la captura de la Oportunidad

El Estado debe jugar un rol intensivo en el desarrollo del turismo, principalmente apoyando la organización de una industria fragmentada, la definición de la propuesta de

valor y la promoción país. En concreto el Estado deberá proveer financiamiento y estructura a una industria por naturaleza atomizada:

- Generar condiciones políticas y normativas que fomenten el desarrollo del sector y aseguren sus sustentabilidad.
- Entregar los recursos necesarios para el gasto en promoción turística.
- Planificar el desarrollo territorial y diversificación de destinos.
- Apoyar al sector privado en el desarrollo de una mayor y más profunda oferta (ej.: vía provisión de infraestructura y financiamiento).
- Garantizar acceso a información de demanda turística crítica.
- Orquestar coordinación de esfuerzos dentro del sector.

Como conclusión del análisis al Clúster Turístico uno de los con mayor proyección de los anteriormente nombrados, podemos inferir que la implementación exitosa del portafolio de iniciativas puede llevar a Chile a un lugar de liderazgo en el turismos hacia Latinoamérica, generando una fuente muy atractiva de valor para la economía, con un muy importante impacto regional, lo que reafirma que el modelo "asociativo" es de suma importancia en las distintas industrias que podrían fortalecer la economía de cualquier país[33].

[33] Fuente: "Estudios de competitividad en Cluster de la economía chilena" Estudio encargado por el Consejo de Innovación a la consultora The Boston Consulting Group. http://bligoo.com/media/users/3/182374/files/18813/Resumen%20EjecutivoTurismo.pdf, 28-07-2015, 10:43 am.

3.5 Comentarios finales del capítulo (Segunda parte, 4.2)

En este capítulo-segunda parte, se define en mayor detalle el concepto de Asociatividad, donde se dieron a conocer las distintas teorías del nacimiento de este tipo de organización y su repercusión en aquellos tiempos. Se describió este modelo asociativo, y se dio a conocer de cómo se utiliza este mecanismo en el desarrollo de la economía actual, también se mostraron las diferentes percepciones de personas relacionadas a este rubro. Por otra parte se mostró la asociatividad como una estratégica competitiva y se conocieron los distintos tipos incluyendo la relación al ámbito exportador.

Cabe destacar el muestreo de diversos ejemplos de Asociatividad internacional de países como Brasil, Rusia o Italia. Y por último se analizó el fomento hacia la asociatividad por parte del Estado, el sector público y el privado, tomando el gran ejemplo asociativo de los "Clúster", dónde se definieron sus distintas etapas de evolución y la importancia que tienen en la economía chilena. Se hizo un análisis del Clúster Acuícola (Salmón), bastante maduro y desarrollado, y se comparó con el Clúster Turístico que tiene como desafío seguir desarrollándose ya que es uno de los con mayor proyección a largo plazo y donde el rol de todos los sectores tanto público como privado son vitales en la captura de oportunidades. Finalmente se concluyó la importancia de la Asociatividad Clúster y en general, como herramienta es indispensable en el impacto

que pueden generar en favor del crecimiento de las Pymes y Mipes o para la economía de Chile.

Conclusión

La cantidad considerable de experiencias y aprendizaje que se envuelven en esta materia no tiene límites, ya que al hablar sobre Pymes, Mipes o Asociatividad, te lleva de inmediato a pensar y descubrir un tema completamente fascinante e incipiente en el mundo de la economía.

Las Pymes en nuestro país se han transformado en una herramienta primordial para el crecimiento económico, ya que contribuyen a una generación de puestos de trabajo, constituyen una base industrial diversificada y flexible, cooperan para una mejor distribución de ingresos, activan los mercados haciéndolos más dinámicos e innovadores, se han esforzado en la formación de un potencial exportador y fomentan la cultura empresarial que estimula la competitividad.

Es por esto que el rol del estado se hace fundamental al tener el gran desafío de brindar las condiciones necesarias para que estas empresas se puedan desarrollar y mejorar en todo ámbito, ya sea en innovación, redes de infraestructura, capital humano (capacitación), tecnología, diversidad productiva y apoyo legislativo.

La implementación de las Pymes en la creación de productos de calidad y las mejoras en la productividad traen consigo beneficios contundentes como el crecimiento sostenido, la creación de procesos asociativos que contribuyen en la interacción colectiva para generar un potencial desarrollo económico.

Como actores principales de esta temática son el sector privado y el sector público (Estado, trabajadores, empresarios), que al lograr un acuerdo de intereses y conciliar un esfuerzo conjunto pueden concretar la creación de nuevas oportunidades, logrando cambios estructurales que permitirían estimular de mejor manera las potencialidades y capacidades individuales de las pequeñas y medianas empresas, así fortaleciéndolas para enfrentar una competencia muy dura contra los gigantes del mercado.

En este informe se plantea y se demuestra a través de un análisis competitivo a la Asociatividad empresarial como una herramienta muy favorable en las empresas del país, desde las teorías de Marshall en el siglo XIX, sobre las organizaciones industriales hasta los actuales modelos asociativos, que se aplican tanto en países extranjeros como en Chile.

La dinámica Empresarial actual y las difíciles condiciones en las que deben sobrevivir las pequeñas empresas en nuestro país consideran a la asociatividad como un gran mecanismo de cooperación y de carácter voluntario. El amplio campo de actividades que puede abarcar estableciendo múltiples propósitos corroboran la eficiencia aplicable a los más desvalidos, desde el importante financiamiento hasta una investigación conjunta, estas características de cooperación inter-empresas demuestran una alta flexibilidad de afiliación, operación y ámbito de acción, tanto para empresas insertadas en redes o para aquellas empresas que no pertenezcan a ninguna red.

Por lo tanto, se podría decir que la Asociatividad empresarial es un tema que podría ser mejor abordado y aplicado en las políticas gubernamentales, con una mayor fuerza para que tanto el sector privado como el público se junten estratégicamente y demuestren el impacto económico regional que este podría tener como estrategia competitiva en un alto nivel de madurez y desarrollo global.

Bibliografía

Álvarez y Vergara, S (2007) “Sobrevivencia de las Pymes en Chile” Estudios públicos, 107-79-97.

Cabrera, A, de la Cuadra, S, Galetovic, A y Sanhueza, R 2009; “Las Pymes, quienes son, cómo son, y qué hacer con ellas.” Estudios Públicos, 116, 363,374.

Ferraro C, 2011 “Apoyando a las Pymes” Política de fomento en América latina y el Caribe, Eclac, LC/R, Santiago de Chile.

Gobierno de Chile (2006) “Hacia una estrategia nacional de innovación para la competitividad” Volumen 1.

Lazzeretti (2004). Distritos industriales, clúster y otros. Un análisis entre la economía industrial y la gestión, estratégica. Economía Industrial, N° 359.

Marshall. A (1957). Principios de la economía, capítulo VIII, Madrid: Aguilar.

Moreno, Aquiles “Las Pymes en Chile” Escuela de Ingeniería Comercial UV (2001)

Porter, M (2000) “Locations clúster and the new economics competition” Harvard, 77-90.

Revista Emprende, edición N°10, 2014. / “Los siete pecados capitales del emprendedor”, “Salón Pyme 2014”.

Rosales Linares, R (2002) Estrategias gerenciales para la pequeña y mediana empresa. Caracas, Ediciones IESA.

Thomas Piketty, “El capital en el siglo XXI” / El Reparto capital-trabajo en el siglo XXI, 220.

Bibliografía Electrónica

"Asociatividad y Articulación productiva" CORFO. [En línea] Disponible en: http://web.sofofa.cl/wp-content/uploads/2014/07/Eduardo-Bitran.pdf

"Chile Emprende", Gobierno de Chile. [En línea] Disponible en: http://www.corfo.cl/programas-y-concursos/programas/programa-de-apoyo-a-centros-chile-emprende

"Estudios de competitividad en Clúster de la Economía chilena" Resumen ejecutivo Turístico. (The Boston Consulting Group) [En línea] Disponible en: http://www.economia.gob.cl/2011/03/10/estudios-de-competitividad-en-clusters-de-la-economia-chilena-sector-turismo.htm

"La Asociatividad en las Pymes" Andrés Fernando Ruiz, 2001[En línea] Disponible en: http://www.grandespymes.com.ar/2011/07/05/la-asociatividad-en-las-pymes/

"La clave de los pequeños empresarios para enfrentar grandes retos" Asociatividad Empresarial [En línea] Disponible. En: http://www.redcomunicacioncomunitaria.org/documentos/Presentacion%20Asociatividad.pdf

"La hora de las postergadas Pymes" 2007, Septiembre. Biblioteca del congreso nacional. [En línea]Disponible. En:

http://www.bcn.cl/carpeta_temas_profundidad/temas_profundidad.2007-08-31.1119361067

"La situación de la micro y pequeña Empresa en Chile, 2013 Sercotec" [En línea] Disponible en: http://www.sercotec.cl/Portals/0/MANUALES/situaci%C3%B3n%20de%20la%20microempresa.pdf

"Patentamiento en Clúster Acuícola en la Economía chilena" Resumen ejecutivo Acuícola (INAPI) [En línea] Disponible en: http://www.inapi.cl/portal/publicaciones/608/articles-737_recurso_1.pdf

Albors, J y Molina 2001. "La difusión de la innovación como factor competitivo en redes organizativas." [En línea] Disponible en: http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/339/14albors339.pdf

Asociatividad Empresarial, Corfo 70 años, pdf. [En línea] Disponible en: www.**corfo**.cl/downloadfile.aspx?CodSistema=20020129172812.

Banco Agrario de Colombia (2006). "Financiamiento para la Asociatividad" [En línea] Disponible en: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/11684/T10.09%20A21a.pdf?sequence=2

Becattini, G (2004). Vicisitudes y potencialidades de un concepto. El distrito industrial, economía industrial, N° 359. España [En línea] Disponible en: http://www.minetur.gob.es/esES/IndicadoresyEstadisticas/Informes/Papeles%20informativos%20subsecretaria/2006/986_Distritos_Industriales.pdf

Benavente, J.M y Kulzer C. (2008). Creación y destrucción de empresas de Chile, estudios de economía online. [En línea] Disponible en: http://www.scielo.cl/pdf/ede/v35n2/art06.pdf

Boletín de clasificación de empresas" Chile. [En línea] Disponible en: http://www.consejoconsultivoemt.cl/wp-content/uploads/2014/09/Boletin-Clasificacion-de-Empresas-por-Tama%C3%B1o-Estatuto-Pyme.pdf

Clark, 2010 encuesta longitudinal, Ministerio de Economía. [En línea] Disponible en: http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Informe-resultados-ELE1.pdf

Clúster en la economía chilena. [En línea] Disponible en: http://biblioteca.cnic.cl/content/view/483583/Estudio-de-Competitividad-en-Clusters-de-la-Economia-Chilena-Resumenes-Ejecutivos.html

Costos de los ocho Clústers en Chile para la innovación. [En línea] Disponible en: http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=52113

Crecimiento económico de la Acuicultura en Chile, SUBPESCA. [En línea] Disponible en: http://www.subpesca.cl/institucional/602/w3-article-60019.html

El Salmón y sus ovas importadas, SERNAPESCA. [En línea] Disponible en: http://www.sernapesca.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=1689%3Asernapesca-reabre-importaciones-de-ovas-de-salmon-atlantico-desde-islandia&catid=1%3Aultimas&Itemid=69+

Encuestas emprendimiento y empresas, Ministerio de economía fomento y turismo. [En línea] Disponible en: http://www.economia.gob.cl/estudios-y-encuestas/encuestas/encuestas-de-emprendimiento-y-empresas/segunda-encuesta-de-microemprendimiento/

Estadísticas de empresas tamaño según ventas, SII. [En línea] Disponible en: http://www.sii.cl/estadisticas/empresas_tamano_ventas.htm

Fortalecimiento de barrios comerciales, SERCOTEC. [En línea] Disponible en: http://www.propymechile.com/noticias/10211-pymes-en-chile-pro-pyme-chile-emprendimiento-a-traves-del-programa-de-fortalecimiento-de-sercotec-seran-revitalizados-60-barrios-comerciales-en-todo-el-pais.html

Programa de fomento al Turismo en Chile, SERNATUR [En línea] Disponible en: http://www.sernatur.cl/programa-de-fomento-al-turismo

Rosales, R (1997). “La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes. Capítulos de Sela, 27 de Febrero de 2008. [En línea] Disponible en: http://www.cuatrorios.org/index.php?option=com_content&view=article&id=141:la-asociatividad-en-las-pymes&catid=39:blogsfeeds

Salón PYME 2014, revista Emprende. [En línea] Disponible en: http://www.revistaemprende.cl/salon-pyme-2014-el-encuentro-empresarial-que-busca-ampliar-el-horizonte-de-las-pymes/

TIE, “Turismo de Intereses especiales” Chile. [En línea] Disponible en: http://www.elquintopoder.cl/medio-ambiente/turismo-de-intereses-especiales-la-vision-sustentable-de-las-regiones/

Anexos

4.1 Ministerios del Estado involucrados en los emprendimientos

a) **MINISTERIO DE AGRICULTURA** (www.minagri.gob.cl)

- ✔ Instituto de desarrollo Agropecuario (IDAP, www.indap.gob.cl)
- ✔ Servicio Agrícola y Ganadero (SAG, www.sag.gob.cl)
- ✔ Corporación Nacional Forestal (CONAF, www.conaf.cl)
- ✔ Comisión Nacional de Riego (CNR, www.cnr.cl)
- ✔ Instituto de Investigaciones Agropecuarias (INIA, www.inia.cl)
- ✔ Fundación para la innovación Agraria (FIA, www.fia.gob.cl)

b) **MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO** (www.economía.gob.cl)

- ✔ Corporación de Fomento de la Producción (CORFO, www.corfo.cl)
- ✔ Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC, www.sercotec.cl)
- ✔ Servicio Nacional de Pesca (SERNAPESCA, www.sernapesca.cl)
- ✔ Subsecretaría de Pesca (SUBPESCA, www.subpesca.cl)
- ✔ Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR, www.sernatur.cl)
- ✔ Instituto Nacional de propiedad Intelectual (INAPI. www.inapi.cl)
- ✔ Consejo de Producción Limpia (CPL, www.cpl.cl)
- ✔ El Ministerio y su sello Pro-Pyme (www.sellopropyme.cl)

c) **MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL** (www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl)

✔ Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS, www.fosis.cl)

✔ Corporación de Desarrollo Indígena (CONADI, www.conadi.gob.cl)

✔ Servicio Nacional de Discapacidad (SENADIS, www.senadis.gob.cl)

✔ Instituto Nacional de la Juventud (INJUB, www.injub.gob.cl)

d) **MINISTERIO DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL** (www.mintrab.gob.cl)

✔ Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE, www.sence.gob.cl)

e) **MINISTERIO DE EDUCACIÓN** (www.mineduc.cl)

✔ Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT, www.conicyt.cl)

✔ Chile Califica (www.chilecalifica.cl)

f) **MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES** (www.minrel.gob.cl)

✔ Programa de Fomento de Exportaciones Chilenas (PROCHILE, www.prochile.gob.cl)

g) **MINISTERIO DEL INTERIOR Y SEGURIDAD PÚBLICA** (www.interior.gob.cl)

✔ Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo. (SUBDERE)

h) **MINISTERIO DE MÍNERIA** (www.minmineria.gob.cl)

✔ Empresa Nacional de Minería (ENAMI, www.enami.cl)

- ✔ Subsecretaría de Minería (www.minmineria.gob.cl)

i) **SERVICIO NACIONAL DE LA MUJER** (SERNAM, www.sernam.cl)

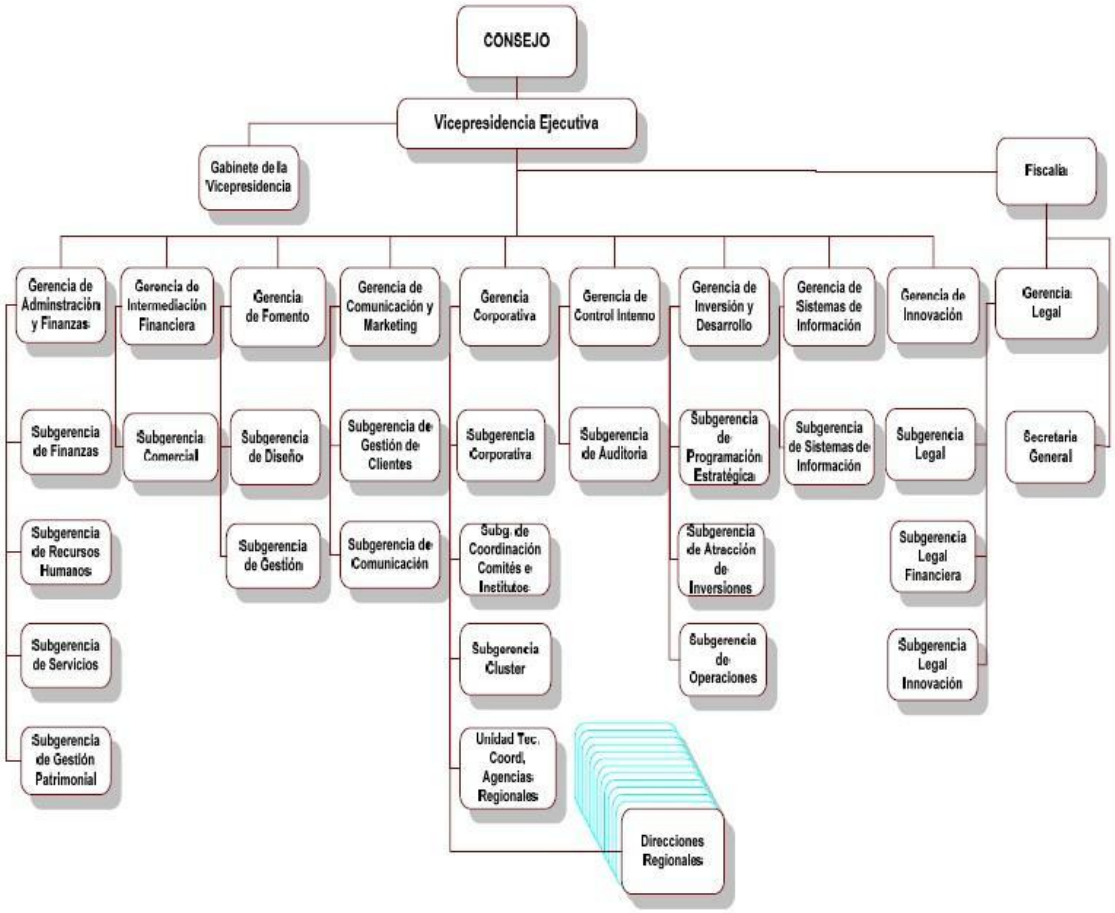
j) **CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y DE LAS ARTES** (CNCA, www.cultura.gob.cl)

k) OTRAS INSTITUCIONES

Existen otras instituciones que forman parte de la Red de Fomento Productivo como los son el Banco Estado y la Fundación de la Promoción y el Desarrollo de la mujer (PRODEMU).

- ✔ Banco Estado (www.bancoestado.cl)
- ✔ Fundación para la Promoción y Desarrollo de la Mujer (PRODEMU, www.prodemu.cl).

4.2 Organigrama de CORFO



Disponible en: http://www.dipres.gob.cl/595/articles-60638_doc_pdf.pdf, Pág. 37

4.3 Logros del Clúster

CLUSTER	PRINCIPALES ACTIVIDADES Y LOGROS 2009
Cluster Minero	• **Innovación:** Más de $7.000 millones en proyectos de innovación para la minería vía InnovaChile de CORFO. Programa de Atracción de Centros de Excelencia en I+D. • **Proveedores:** Caracterización de 1.200 proveedores mineros • **Clima de negocios:** Apoyo a la Comisión de Persona Competente. Fondo de inversión de capital de riesgo para exploración minera. • **Capital humano:** Desarrollo de estudio "Estrechez del Capital Humano y Perfiles Críticos en la Minería", que caracterizó el mercado laboral minero. • **Asociatividad:** Firma de protocolo de homologación de normas de seguridad para proveedores mineros
Cluster Turismo de Intereses Especiales	• Innovación: 100 proyectos vinculados al Cluster TIE aprobados por InnovaChile en 2008 por un monto de $7.953 millones, de los cuales $2.500 millones fueron financiados por el FIC Regional. • Desarrollo e implementación de un programa de becas de inglés orientado a trabajadores de la industria con 1.693 beneficiarios finales. • Caracterización del mercado laboral en términos de los 15 perfiles ocupacionales de mayor demanda y las principales brechas laborales en la fuerza laboral del sector. • 5 Proyectos de promoción internacional beneficiados en el Concurso Imagen País, con un aporte público $ 2865,3 millones a través de Innova Chile y un aporte privado de $ 2517,1 millones.
Cluster Acuícola	• Diversificación de especies: Promoción de la diversificación mediante financiamiento de I+D a largo plazo, priorización de especies y modificación normativa (US$ 1.850 mil CORFO) • Desarrollo de Programas de mejoramiento de condiciones sanitarias del salmón (US$ 3.313 mil CORFO). • Generación de propuesta consensuada de modernización institucional para marzo 2010. • Articulación en proceso de la modificación de la Ley General de Pesca y Acuicultura
Cluster Alimentario	• **Capital humano:** Levantamiento de perfiles ocupacionales críticos y desarrollo de traducciones formativas modulares para el clusters alimentario, subclusters frutícola, vitivinícola, aves y cerdos y carnes rojas" (31 nuevos perfiles) • **Plataforma Tecnológica de Inteligencia Competitiva** para el Cluster Alimentario, apoyada por
	la Unión Europea, liderado por ODEPA (Presupuesto total: € 1.755.752) • **Innovación:** Más de $ 4.000 mil millones en la Convocatoria de Proyectos de Agroindustria, Vinos y Carnes Rojas 2009, de InnovaChile de CORFO. • Convocatoria 2009 de **Programas de Mejoramiento Genético**, por un monto estimado de $ 10.000 mil millones en el horizonte de los proyectos, de InnovaChile de CORFO.
Cluster Servicios Globales	• **Atracción de inversiones:** Chile se afianza como localización atractiva para importantes multinacionales. La llegada de General Electric, en 2009, termina por colocar el tema en la agenda pública y de los medios de comunicación. • Centro Tecnológico de Curauma, Región de Valparaíso, se fortalece con segundo edificio, que tendrá 9.200 m2 construidos en siete pisos. • **Capital humano:** Programas de formación intensiva en inglés suma becas para 3.000 técnicos y profesionales de la industria de servicios globales, en 2008 y 2009. • Crédito de pregrado Corfo para carreras tecnológicas. Desarrollo de campaña motivacional dirigida a estudiantes de enseñanza media de escuelas técnicas y colegios de Santiago y Valparaíso. • Desarrollo de plataforma de negocios tecnológica en Estados Unidos permite apoyar internacionalización de empresas TI chilenas.

Disponible en: http://www.dipres.gob.cl/595/articles-60638_doc_pdf.pdf, Pág. 20-21