



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACION PUBLICA

Análisis de la demanda y expectativas de los
microempresarios como herramientas para la gestión
de la oferta institucional del Servicio de
Cooperación Técnica O'Higgins

TESIS PARA OPTAR AL TITULO DE:
ADMINISTRADOR PUBLICO Y AL GRADO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION PUBLICA

ALUMNA:

SUSAN CALQUIN MATURANA

Professor Guía:

JAIME RUBINA DUSTAMANTE

Valparaíso, Diciembre 2009

T
889
2009



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Análisis de la demanda y expectativas de los microempresarios como herramienta para la gestión de la oferta institucional del Servicio de Cooperación Técnica O'Higgins.

R. 7749

TESIS PARA OPTAR AL TITULO DE
ADMINISTRADOR PUBLICO Y AL GRADO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Alumna

SUSAN CALQUÍN MATURANA

Profesor Guía

Jaime Rubina Bustamante



Valparaíso, Diciembre 2009

AGRADECIMIENTOS

"He aquí mi secreto, es muy simple, sólo se puede ver bien con el corazón; lo esencial es invisible para los ojos. Lo esencial es invisible para los ojos, repitió el principito para acordarse.

"Ahora que ya conoces el secreto puedes seguir adelante". (El Principito, de Antoine de Saint-Exupéry).



En esta etapa vivida, no hay secreto para superar los obstáculos que se te presentan en el camino, pero los valores, que me enseñaron, más mis ideales y sueños, se combinaron para dar sus frutos y este es uno de ellos, ser profesional.

El secreto en este proceso que culmina, en que lo esencial es invisible a los ojos, cada persona tiene una historia, un esfuerzo para conseguir los objetivos propuestos, lo importante es que como persona y profesional sea capaz de seguir trabajando y aportando para tener un entorno mejor, los conocimientos adquiridos van más allá de lo técnico, estar en la universidad te brinda una experiencia de vida muy provechosa, sólo depende de cada uno.

Por lo tanto en este proceso, donde estoy alcanzando una de mis metas, lo esencial ha sido, cada una de las personas que me brindaron su apoyo y alegría a cada momento, en especial a mi familia y amigos. A ellos les dedico mi esfuerzo de 5 años, a mi madre por ser fundamental en mi vida, a mi padre porque me siento orgullosa de su fortaleza, a Dorys por su bondad, a mi hermano y esposa por el apoyo brindado, a Gabriel por su serenidad en todo momento y por supuesto a mis amigos, que se convirtieron en mi familia.

Índice

RESUMEN.....	pág. 5	
INTRODUCCIÓN.....	pág. 6	
Capítulo I: LA AGENDA DEL GOBIERNO PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESA EN CHILE.		
1.1 Características de las Mipes en el país.....	pág. 8	
Capítulo II: SERVICIO DE COOPERACIÓN TÉCNICA.....		pág. 10
2.1 Reseña Histórica y Marco Legal de Sercotec.....	pág. 11	
2.2 Estructura Organizacional.....	pág. 12	
2.3 Descripción Operativa de Sercotec O'Higgins.....	pág. 14	
2.4 Recursos Públicos de Sercotec para el Fomento Productivo.....	pág. 16	
Capítulo III: LA MIPE EN EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y LA GESTIÓN DE SERCOTEC O'HIGGINS EN EL PROCESO DE MODERNIZACIÓN DEL ESTADO.		
3.1 Desarrollo económico productivo Región de O'Higgins.....	pág. 18	
3.2 La Gestión de Sercotec en el desarrollo empresarial.....	pág. 19	
3.3 La Modernización del Estado en la Gestión de Sercotec.....	pág. 20	

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

Metodología del Trabajo..... pág. 22

Análisis de la información recogida..... pág. 35

CAPÍTULO V: PROPUESTA DE MEJORA

Propuesta Técnica..... pág. 43

Propuesta de Implementación..... pág. 47

Resultados Esperados.....pág. 49

CONCLUSIONES..... pág. 49

Bibliografía.....pág. 52

Anexos.....pág. 53

Resumen

El Servicio de Cooperación Técnica se ha ido constituyendo en una institución trascendental en la implementación y gestión del desarrollo de las políticas públicas de Fomento Productivo, logrando a través del tiempo un impacto regional haciendo un uso cada vez más intensivo, de tecnologías de información en su misión de crear condiciones de competitividad, acceso al mercado y a fondos Concursables, entre otras, para apoyar la Red de Fomento Productivo. Teniendo como importante misión la de crear condiciones de competitividad, acceso al mercado, acceso a fondos concursables entre algunas, para apoyar la amplia Red de Fomento Productivo que se ha estado gestando en los últimos años en Chile, como soporte de desarrollo económico de las empresas de menor tamaño que son, a su vez, un importante factor del desarrollo económico y social.

En consecuencia Sercotec para cumplir con sus objetivos institucionales de apoyo a las empresas de menor tamaño, ha creado un servicio específico que tiene como propósito que las unidades productivas incorporen de manera creciente y en condiciones ventajosas, elementos que eleven sus niveles competencias o productos, que le permitan potenciar su acceso al mercado, llamado “Góndola de Productos y Servicios”, que requiere un cofinanciamiento del microempresario, implementada desde el año 2009 la cual no ha tenido el éxito esperado, debido a que no ha existido la demanda esperada por parte de los micro y pequeños empresarios de la zona.

El presente trabajo pretende realizar un análisis, respecto de las razones de este fracaso, estudiando las demandas y expectativas de los microempresarios clientes de Sercotec, comparándolas con las del servicio, para establecer los posibles desfases entre ambas, que hagan posible realizar propuestas que contribuyan al cumplimiento de los objetivos, tanto de los microempresarios como de Sercotec, colaborando de esta forma al anhelado desarrollo económico y social, de la Región.

Introducción

En la actualidad Sercotec está ofreciendo variados servicios y programas que persiguen potenciar las competencias de las MIPE en la Región de O'Higgins, la Góndola de Productos y Servicios puesto en práctica en el año 2009, ha tenido problemas en su implementación, provocando situaciones que afectan los objetivos institucionales del Servicio, por esto se hace necesario analizar cuáles son los factores que producen el desinterés de los microempresarios en este Servicio.

El problema es el impacto que genera sobre los objetivos institucionales de Sercotec O'Higgins, el no adecuar su oferta de productos y servicios a la demanda de los empresarios.

Por lo tanto para este análisis el objetivo general es mejorar el cumplimiento de los objetivos de Sercotec O'Higgins, alineando la oferta institucional a la demanda de las empresas de menor tamaño de las Comunas. Este objetivo general se persigue con los objetivos específicos que son analizar la política de apoyo gubernamental, que se presta a través de Sercotec, a la MIPE de O'Higgins, identificar la demanda y expectativas que tienen los microempresarios con la Plataforma de Servicios Empresariales, describir la oferta de productos y servicios que ofrecen en la Plataforma de Servicios Empresariales de Sercotec O'Higgins y proponer medidas que faciliten el cumplimiento de los objetivos institucionales.

En el primer capítulo, se refiere a las características de la MIPE en Chile y lo que éstas significan para el desarrollo económico y social, además se analiza la institucionalidad gubernamental utilizada para llevar a cabo las medidas planteadas por la política pública de Fomento Productivo. En el siguiente capítulo se describe al Servicio de Cooperación Técnica en su función de apoyo a la Red de Fomento Productivo del país, sus bases técnicas, objetivos estratégicos y los recursos dados para cumplir con ellos. Finalmente se analiza el desarrollo local y la gestión de Sercotec O'Higgins en el proceso de Modernización del Estado.

La metodología propuesta considera diseñar una encuesta que recoja información sobre la Góndola de Productos y Servicios es decir, su nivel de aprobación, además de las preferencias por los diferentes productos y servicios que se pueden prestar a través de la Góndola, y así recoger las necesidades reales y acordes a la localización territorial de las empresas de menor tamaño, junto con obtener datos de relevancia para la implementación del Servicio.

Las proyecciones que se pretenden con este análisis consiste en adecuar las propuestas de productos y servicios a ofrecer en el año 2010 en el Servicio de Cooperación Técnica de la Región de O'Higgins, acordes a los resultados del estudio y a la realidad local de las MIPE en concordancia con sus necesidades, que les permitan acceder en mejores condiciones al mercado, cumpliendo con los objetivos de la Góndola de Productos y Servicios, logrando asimismo el éxito de los objetivos institucionales.

MARCO TEÓRICO

I La Agenda del Gobierno para las micro y pequeñas empresa en Chile.

1.1 Características de las Mipe en el país.

Según la estratificación del tamaño de las empresas, se define a la microempresa como aquellas que tienen ventas anuales hasta 2.400 UF, en cambio las que tienen entre 2.401 y 25.000 UF como ventas anuales son las denominadas pequeñas empresas (1). En el país ambas son consideradas un factor importante de desarrollo ya que diversos estudios dicen que en Chile se cuenta con 1 millón 400 mil micro y pequeñas empresas, que dan trabajo a 3 millones 100 mil personas, que significa el 60% del empleo privado. (2) A pesar de esto, en el país representan un sector de menor productividad, con bajos ingresos. Ya que las MIPE aportan al PIB menos del 20 del total, porque su participación en el total de las ventas tributariamente declaradas, es del 13%, además sus operaciones directas de exportación nunca han superado el 2%. Por lo demás en el país, se encuentran formalizadas unas 684.000, que significa que un poco más de la mitad son informales por carecer de constitución formal y no cumplir con la normativa legal que les corresponde.

La principal preocupación del Gobierno hacia las MIPE son los bajos ingresos que obtienen y el gran porcentaje de informalidad que existe, creando toda una Red de apoyo al Fomento Productivo que considere el gran potencial que representan en el desarrollo del país. Replanteándose el rol de las micro y pequeñas empresas como cuestión central, en la generación efectiva de oportunidades de progreso, y desarrollo para los diversos actores económicos y sociales, en cuanto a generadoras de empleo productivo para extensos sectores de la población. Por esto es de suma relevancia que se analicen a fondo las políticas desarrolladas en torno al tratamiento y fomento de las micro y pequeñas empresas, ya que en Chile la distribución del ingreso es una de las mas deficientes del mundo, es el décimo segundo de menor equidad, según un estudio del Banco Central del año 2000.

(1) *La situación de la Micro y Pequeña Empresa en Chile*. Gobierno de Chile, 2003, pág. 5

(2) *Agenda Gubernamental para la micro y pequeña empresa*. Sercotec-PNUD. Chile, 2006 pág. 13.

En Chile las Micro y Pequeñas Empresas son el 97% de las unidades económicas y obtuvieron un crecimiento del 8,3% en el período de 1999-2004 aumentando en 44 mil unidades. “La MIPE está presente en todas las actividades económicas del país, pero tiene mayor incidencia en las que tienen menores barreras de entrada, el 78% se concentra en cuatro sectores. En primer lugar el comercio con (41,9%), constituido por almacenes de barrio, bazares, pequeñas tiendas de ropa, puestos de diario y otros, después en el sector servicios con el (13,4%), en las actividades de mantenimiento y reparación de instalaciones domiciliarias de gas, agua y electricidad, en servicios de entretenimiento y esparcimiento, y en corretaje y administración de propiedades, en el transporte son el (11,5%), en buses, taxis y colectivos, y en el sector agrícola (11,3%), dentro de la agricultura familiar campesina”. (3)

En cambio la MIPE tiene una baja participación en los sectores como la industria y la construcción que son los de mayores niveles de rentabilidad, que se explica por las barreras de acceso en cuanto a competencia específicas, tecnología y recursos. En este concepto la participación de la MIPE formal en las ventas en el período de 1999 fue del 16,2% y en el 2003 del 12,9% según datos del SII, año 2003, indicando una evolución decreciente. En cuanto a las exportaciones la MIPE tiene una participación con variados productos que son vinos, uvas, lana, manzana, pasas, ajos, cebolla, pescados, mariscos, madera aserrada y otros, pero figuran con una baja participación a nivel nacional. Sin embargo casi el 40% de las empresas que exportan son MIPE la mayoría son pequeñas empresas. “Las cifras de exportación de la MIPE en el periodo 1999-2003 no ha superado el 2%, solo en el año 1999 llegó al 1.8% y en el 2003 al 1.3%, en la participación del total de las exportaciones del país” (4). Como el sector MIPE es un gran aporte a las economías regionales del país y representan un gran potencial de crecimiento, son relevantes para aumentar la productividad en la economía, generar más y mejores empleos, avanzar hacia una distribución más equitativa del ingreso y así alcanzar un desarrollo territorial más equilibrado, los gobiernos han creado toda una red de instituciones para llevar a cabo el Fomento Productivo a lo largo del país.

(3) *Agenda Gubernamental para la micro y pequeña empresa*. Sercotec-PNUD. Chile 2006, pág. 20

(4) <http://www.ine.cl>. 11-09-2009. 09:26

II Servicio de Cooperación Técnica.

El Servicio de Cooperación Técnica es una corporación de derecho privado, filial de la Corporación de Fomento Productivo (CORFO), existente desde el 30 de junio de 1952 mediante la firma de un acuerdo cooperativo de asistencia técnica, al que concurrieron la Corporación de Fomento de la Producción, el Gobierno de Chile y el Instituto de Asuntos Interamericanos en representación del Gobierno Norteamericano. Dado que SERCOTEC administra y opera recursos del Estado, para él sólo efecto de la administración financiera de dichos recursos, se considera dentro del Sector Público (5). El Servicio de Cooperación Técnica ha desarrollado acciones estratégicas hasta el 2010, alineadas con el actual Programa del Gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet. Preocupándose en forma prioritaria por las empresas de menor tamaño para que estas puedan acceder al sector dinámico de la economía en igualdad de condiciones, generando valor a sus productos, mejorando su competitividad y además mejorar las condiciones en que éstas nacen, crecen y se desarrollan.

La Dirección Regional de Libertador Bernardo O'Higgins, ubicada en la calle Alcázar 40 Rancagua, tiene los siguientes objetivos estratégicos (6).

- 1) Fomentar las competencias de gestión de los empresarios MIPE atendidos en los ámbitos de profesionalización, mercados y tecnologías, para lograr mejoras en su posición competitiva.
- 2) Promover la formación de redes del empresariado, desarrollar la institucionalidad público-privada y la participación en la formulación de políticas públicas para potenciar el alcance del resultado de SERCOTEC a través de instancias público-privadas y Chile Emprende, para generar condiciones de desarrollo económico y social de los territorios en que están insertas las MIPE.
- 3) Facilitar el acceso a recursos financieros a las Empresas de Menor Tamaño (EMT).

(5) <http://www.sercotec.cl>, 10-09-2009, 11:26

(6) *Planificación Corporativa Sercotec 2009-2011*. Sercotec. Chile, 2009. Pág. 5

1.1 Reseña Histórica y Marco Legal del Servicio de Cooperación Técnica.

El quehacer en sus inicios consistió en mejorar la productividad de las empresas chilenas hasta 1962, implantando en el país modernas técnicas de administración racional de empresas, aportando al concepto de ingeniería industrial, contribuyendo con un concepto de administración de personal más moderno, entre otras apoyando la creación y difusión de técnicas y métodos para aumentar la productividad, apoyando la creación del Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas. En 1964 creó un Departamento de Formación Profesional, que dio origen al Instituto Nacional de Capacitación Profesional (INACAP). Hasta inicios de los años 90 se dedicó a la entrega de créditos a los pequeños y medianos empresarios como medida para contribuir a una reactivación económica.

A partir de 1991 cambia la forma de realizar el fomento productivo, desarrollando la competitividad de empresas con rubros similares o que se pudieran complementar en una localización común. Desde 1994 se comenzó con la modernización del Estado, donde Sercotec tuvo que realizar reestructuraciones y descentralización de actividades para enfrentar los cambios culturales y su llegada con los empresarios.

“Es una Persona Jurídica de Derecho Privado organizada como Corporación de conformidad a lo dispuesto en el Título XXXIII (de las Personas Jurídicas), del Libro I, del Código Civil, además de sus propios Estatutos Sociales obtuvo su personalidad Jurídica del Ministerio de Justicia, mediante D.S N° 3.483 del 06/07/1955, que aprobó sus estatutos, sufriendo modificaciones, siendo aprobadas estas últimas con el D.S N° 495 del 27/07/1986. Esta dispone de su patrimonio propio, conformado fundamentalmente por aportes CORFO, que es actualmente su principal socio” (7). Para quienes trabajan en esta institución, se encuentran regidos por el Código del Trabajo. Antiguamente ella no formó parte como entidad de la estructura fiscal ni semi fiscal del Estado, ni menos aún se le clasificó como una empresa autónoma del mismo. Por lo cual se encontraba fuera del contexto jurídico administrativo institucional del Sector Público y no era considerada como tal, para ningún efecto legal-administrativo. Desde enero de 1974 con el Decreto Ley 249, que fija la escala única de sueldos para el personal de las instituciones mencionadas en sus disposiciones, entre las cuales se encuentra Sercotec, queda regido por la legislación propia del Sector Fiscal.

(7) <http://www.sercotec.cl>, 11-09-2009 12:56.

2.2 Estructura Organizacional

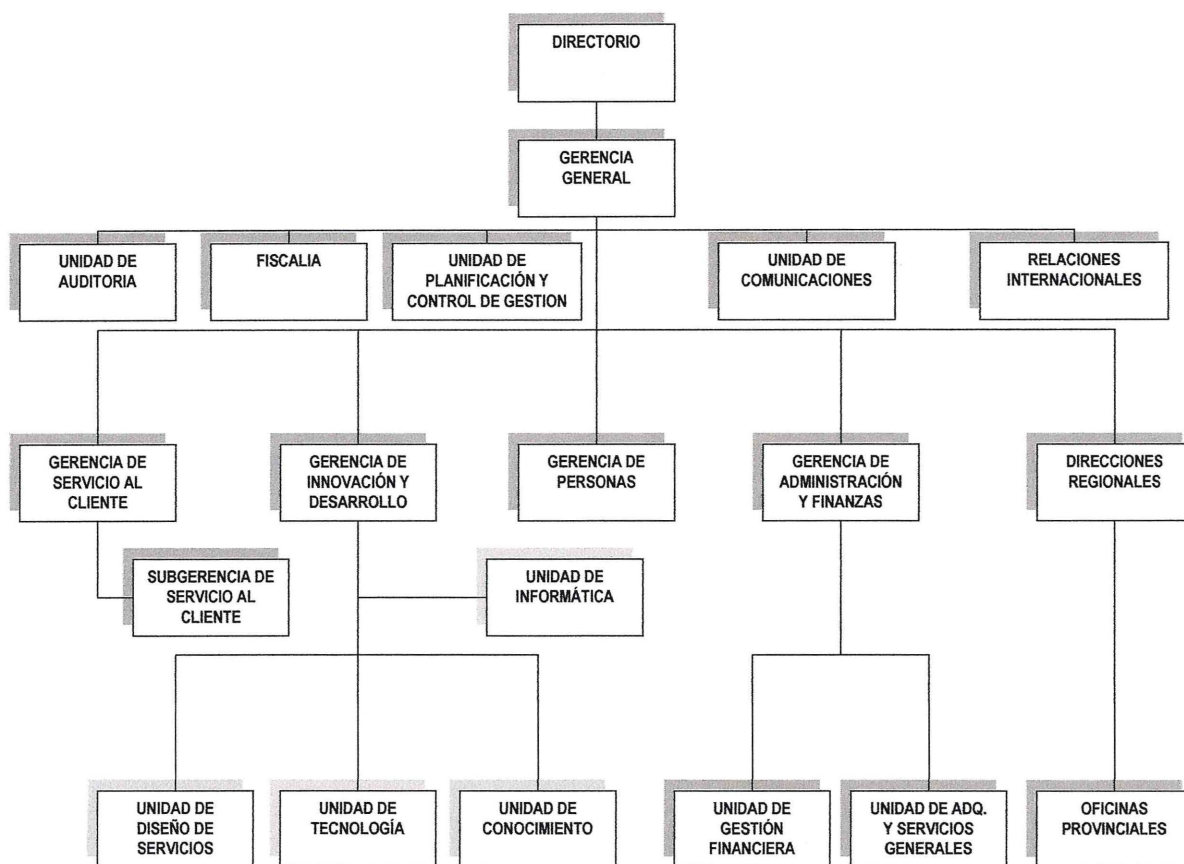
De la Gerencia General se desprenden directamente 15 Direcciones Regionales, que son presididas por un Director Regional nombrado por el Gerente General, a través de las cuales se operacionaliza la acción de fomento productivo, que se canaliza en una oferta de servicios y programas destinados a los diferentes tipos de clientes.

La Dirección Regional de O'Higgins donde se realiza este análisis no cuenta con oficinas provinciales, por lo cual ella debe tener un alcance Regional. En esta Región las actividades productivas más potentes se expresan en variados rubros, destacando la Actividad Agrícola, la Industria de los Alimentos, la Minería y el Turismo, es por ellos que la Dirección Regional de O'Higgins privilegia los sectores económicos relevantes para el territorio como los son el Turismo, Agroalimentos, Comercio y Pesca Artesanal. Adoptando medidas como promover la asociatividad, la profesionalización de la gestión empresarial, el uso de las TIC's y la orientación al mercado.

SERCOTEC realiza su Gestión de Calidad basada en la siguiente organización funcional:

Estructura del Servicio de Cooperación Técnica¹

Figura 1



¹De acuerdo con Acta de Directorio N° 533 de fecha 28 de agosto de 2008, ratificada por acuerdo N° 1.354 de fecha 19 de marzo de 2009.

2.3 Descripción Operativa de Sercotec O'Higgins.

La oferta de servicios y programas de Sercotec O'Higgins 2009 está basado en un enfoque de gestión institucional que destaca los valores de calidad en el servicio, la calidez en la atención y la simplicidad en la gestión, dando énfasis en la equidad de acceso a los servicios y la transparencia en los procesos. .

La oferta institucional según la Guía de Servicios y Programas Sercotec 2009-2011, es la siguiente:

Servicios de Desarrollo Empresarial son aquellos destinados a atender directamente las necesidades de profesionalización, asociatividad, desarrollo de mercados, uso de TIC's y financiamiento, están conformados por las siguientes categorías:

- ❖ **Servicios Generales:** Es un Servicio de información y orientación al cliente acerca de la oferta de servicios.
 - Servicio de Orientación al Cliente.

- ❖ **Servicios Intermedios (Habilitantes):** Aquellos servicios que busca generar condiciones que disminuyan las brechas que existen para que los microempresarios desarrollen su idea de negocios y además que los microempresarios accedan de mejor forma al mercado y de esta forma habilitarlos.
 - Servicios Virtuales
 - Plataforma de Servicios Empresariales (Góndola de Productos).
 - Redes de Encuentro y Desarrollo Empresarial.
 - Generación de Competencias para mujeres Empresarias y Emprendedoras.
 - Capital Semilla línea de financiamiento emprendedores.
 - Acciones de Promoción y Formación Empresarial.

- ❖ Servicios Especializados: Son los servicios que buscan generar acciones necesarias para aumentar la competitividad de las micro y pequeñas empresas y que por esta vía logren encontrar y desarrollar oportunidades reales de mercado.
 - Iniciativas de Desarrollo de Mercados.
 - Capital Semilla, línea de financiamiento empresas.

- ❖ Programas de Entorno: son aquellos destinados a mejorar las condiciones del entorno en el que surgen y se desarrollan las MIPE. Son una acción indirecta entre Sercotec y sus clientes, que se realiza a través de un conjunto de instituciones públicas y privadas, estos son los siguientes:
 - Programa de acceso al financiamiento.
 - Programa de Desarrollo Económico Local.
 - Programa de Fortalecimiento de Organizaciones Gremiales y Empresariales.
 - Programas de Preinversión.
 - Programas de Desarrollo Económico Territorial.
 - Programas de reactivación ante emergencias productivas (sólo por mandato presidencial, ante una situación de emergencia).

Estos últimos no son parte permanente de la oferta de Sercotec, sino que dependen del resultado de las gestiones que realice la Dirección Regional con otros actores de la Red de Fomento Productivo.

2.4 Recursos Públicos de SERCOTEC para el Fomento Productivo.

Las prioridades de los recursos destinados al área han sido en base a los lineamientos de las políticas públicas de fomento productivo. Estos recursos han buscado darle consistencia, legitimación y viabilidad al modelo de desarrollo del país, generando oportunidades efectivas de progreso a la micro y pequeña empresa.

El presupuesto otorgado a Sercotec O'Higgins corresponde a recursos otorgados por la Ley de presupuestos y del apalancamiento de recursos. Estos recursos de fomento productivo son entregados a los clientes ya sea en dinero efectivo o en bienes y/o servicios.

Según la Agenda Gubernamental para la micro y pequeña empresa, a nivel nacional Sercotec, ha contado con un presupuesto anual, para realizar las intervenciones de fomento productivo que se muestra en la siguiente tabla.

Tabla N° 1 de evolución de recursos Sercotec para el Fomento Productivo. (Cifras en millones de pesos de 2003).

1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1424	1835	2368	2548	2784	4223	4369	4053

Datos Agenda Gubernamental para la micro y pequeña empresa 2006.

En el caso de la Dirección Regional de O'Higgins el presupuesto periodo 2007-2009.

✓ En el año 2007

Titulo	Monto Total (M\$)
Territorio O'Higgins Emprende	66609
Fondo Concursable Capital Semilla	225696
Programa de Fomento a la Microempresa	160778

✓ En el año 2008

Titulo	Monto Total (M\$)
Programa Territorial O'Higgins Emprende.	118900
Implementación de Planes de Negocios (Capital Semilla).	54808
Programa de Fomento a la Microempresa.	165735

✓ En el año 2009

Titulo	Monto Total (M\$)
Implementación Plan Territorial O'Higgins Emprende	35000
Implementación de Planes de Negocios	734890
Programa de Fomento a la Microempresa	317020

En el año 2009 el cuadro refleja hasta lo que hay aprobado hasta septiembre del 2009.

III La MIPE en el Desarrollo Económico Local y la Gestión de Sercotec O'Higgins en el proceso de Modernización del Estado.

3.1 Desarrollo Económico Productivo Región de O'Higgins.

A nivel regional las MIPE representan el 98,3%, siendo un 97,1% las empresas que según sus ventas se encuentran en el segmento de micro y pequeña empresa.

A nivel país, las ventas por segmento de tamaño de empresas se concentran con respecto al total de la base empresarial, en un 70% en las de tamaño grande, un 14% en las pequeñas, un 10% en las medianas y sólo un 6% en las micro empresas. En la región de O'Higgins ocurre un fenómeno totalmente inverso, donde el mayor porcentaje de ventas se concentra en las micro empresas, con el 48% de las ventas totales del sector, le sigue la pequeña con el 43% y las medianas con el 9%.(8)

Tabla N° 2 Porcentaje de N° de Empresas por Provincias de la Región de O'Higgins (elaboración Agencia Regional en base a información SII 2003).

Provincia	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total Provincial
Cachapoal	68%	77%	100%	0%	68%
Colchagua	23%	19%	0%	0%	23%
Cardenal Caro	9%	4%	0%	0%	9%
Total Regional	100%	100%	100%	0%	100%

El gran porcentaje que corresponden en la Región de O'Higgins las MIPE sobre el sector de medianas y grande empresas que son un 1,7%, ya que los sectores formalmente catastrados consignan un total de 35.584 empresas, pero sin embargo en relación a las ventas se da lo inverso porque son las medianas y grandes empresas quienes presentan un 77,1% de participación en la totalidad de sectores formalmente catastrados (9).

Es por esto que Sercotec espera ampliar el número de prestaciones entregadas a los clientes, buscando cobertura e impacto. Con los sectores productivos continuará propiciando una intervención coordinada, con las particularidades del territorio.

(8)<http://www.agenciaregional.cl/documentos/informes/Agenda%20O%60Higgins.pdf> 11-09-09 11:48

(9) *Planificación Corporativa Sercotec 2009-2011*. Sercotec. Chile, 2009. Pág.18

La actividad económica regional se muestra en la tabla N° 3, según el Índice de Actividad Económica Regional (INACER), del año 2008.

Ponderación sectorial INACER.

Sector Económico	Ponderación %
Sector Silvo-Agropecuario	17.23%
Sector Minería	8.10%
Sector Industria Manufacturera	17.10%
Sector Electricidad, Gas y Agua	3.47%
Sector Construcción	9.16%
Sector Comercio	13.09%
Sector Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	4.99%
Servicios Financieros, Seguros, Bienes Inmuebles	6.94%
Sector Propiedad de la Vivienda	9.63%
Sector Otros Servicios	10.29%

INE Octubre-Noviembre 2008

El sector económico preponderante en la región es el sector silvo-agropecuario con un 17.23%, como segundo lugar queda el sector industria manufacturera con un 17.10%, y en tercer lugar queda el sector comercio con un porcentaje de 13.09%.

3.2 La Gestión de Sercotec en el desarrollo empresarial.

El presupuesto y los instrumentos de fomento productivo, han aumentado en forma sostenida en los últimos años, las autoridades han visto factores relevantes en las MIPE, ya sea a nivel social y económico de estas para el desarrollo del país, conformando una red de agentes que sostengan resultados positivos. Sercotec ha sido una institución relevante en materia de Gestión de Desarrollo Empresarial, generando un nivel agregado en las capacidades y/o condiciones que los microempresarios tienen para mejorar sus condiciones de acceso al mercado y así habilitarlos para su desarrollo, buscando mejorar la oferta, la cobertura y el acceso para que aquellas empresas de menor tamaño con reales oportunidades de mercado sean favorecidas y potenciadas, a través de los Servicios Intermedios o Habilitantes de Sercotec, que buscan mejorar aspectos sobre la gestión interna, la gestión comercial y la gestión productiva de la empresa.

3.3 La Modernización del Estado en la Gestión de Sercotec.

Modernización que se logra superando las diferentes brechas existentes actualmente en el país entre las empresas de menor tamaño y las medianas y grandes empresas, poniendo a disposición de sus clientes la oferta de servicios en función de generar mayor impacto regional.

Se considera para este desempeño en condiciones efectivas y eficientes que se realice en conjunto con los principios del Plan Estratégico de Modernización de la Gestión Pública, que se articula en la base de seis dimensiones y/o principios fundamentales que son:

1. Probidad y Responsabilidad: Quienes se desempeñan en el servicio público deben observar una conducta real basada en la honestidad, lealtad, integridad en el desempeño de su función.
2. Igualdad y no discriminación: Indica que no deben existir distinciones entre los usuarios en cuanto al acceso al servicio público y a la calidad de la atención.
3. Transparencia: Todo servicio público debe otorgar el acceso a la información sobre su organización y gestión.
4. Accesibilidad y simplificación: Esto quiere decir que se deben buscar los medios para simplificar trámites, disminuir tiempos de respuesta. Agilizar procedimientos, ser creativos en la búsqueda de soluciones.
5. Gestión Participativa: Generar espacios de participación y así desarrollar la capacidad de responder satisfactoriamente a sus diversas necesidades
6. Eficiencia y Eficacia: La oportunidad, accesibilidad, precisión y continuidad son elementos esenciales en la entrega de un servicio.(10)

(10) Trayectoria del Proceso de Modernización de la Gestión Pública, Gobierno de Chile, 2000, Pág. 68

En cuanto a los 6 principios del Plan Estratégico de Modernización del Estado los mayores desafíos de Sercotec, hacia los clientes específicamente son los de accesibilidad y simplificación en los procesos ya sea de postulación y desarrollo de los servicios y programas que se ofrecen. Actualmente existe un Portal www.sercotec.cl, donde pueden acceder a través de un registro breve como usuarios y así postular a la variada oferta que tiene para los clientes, además de acceder a cursos de capacitación totalmente gratis y encontrar información institucional relevante para quienes recién comienzan a interactuar con Sercotec. Esto refleja la síntesis de trámites que se han suprimido por hacerlo de manera virtual las postulaciones, ya que tanto para el cliente, como para los ejecutivos de Sercotec son mucho más fáciles los procesos.

La Gestión Participativa se ve reflejada en algunos servicios intermedios, como lo es por ejemplo el Taller de Generación de Competencias, ya sea para microempresarios como para emprendedores, que tiene acción directa sobre las condiciones que estos se encuentran, mejorando sus capacidades empresariales.

La transparencia se aborda en Sercotec, otorgando un acceso a la información y los resultados de los programas, que dan bases sólidas de responsabilidad y probidad en el actuar del Servicio ante sus clientes.

En base a todos estos principios se trabaja para mejorar la calidad en la prestación de servicios ya sea a Nivel Nacional como por cada Dirección Regional.

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DEL TRABAJO

Planteamiento del Problema

Las MIPE en la Región de O'Higgins corresponden al 98.3% sobre el 1.7% de las medianas y grandes empresas, sin embargo las ventas del sector MIPE son apenas el 22,9% de la participación total de las ventas generadas por todos los sectores económicos, se vislumbra claramente que existe una fuerte desigualdad en lo referente al acceso de mercados, derivado entre otros aspectos por una escasa productividad. Es en ese contexto que Sercotec O'Higgins ha creado una serie de servicios que buscan ayudar a superar las brechas de acceso al mercado, para lo cual durante el año 2009 se implementó la Góndola de Productos y Servicios con 8 productos, de los cuales no todos fueron vendidos, evidenciando una disociación entre la oferta institucional y la demanda de los micro y pequeños empresarios, lo que ha impactado negativamente el cumplimiento normal de los objetivos de Sercotec, como las expectativas de los empresarios, afectando de paso el desarrollo económico y social de la Región.

Lo anterior ha llevado a plantearse la pregunta sobre el impacto en los objetivos institucionales, que provoca la falta de adecuación de la oferta de productos y servicios a la demanda de los microempresarios, lo que generó la necesidad de estudiar las razones de esta situación, con el propósito de intentar mejorar la oferta futura, estimulando con ello el fortalecimiento del desarrollo en la Región.

Objetivo General

Mejorar el cumplimiento de los objetivos de Sercotec O'Higgins, alineando la oferta institucional a la demanda de las micro y pequeñas empresas de las Comunas.

Objetivos Específicos

1. Analizar la política de apoyo gubernamental, que se presta a través de Sercotec, a la pequeña y mediana empresa de O'Higgins.
2. Identificar la demanda y expectativas que tienen los microempresarios con la Plataforma de Servicios Empresariales.
3. Describir la oferta de productos y servicios que ofrecen en la Plataforma de Servicios Empresariales de Sercotec O'Higgins.
4. Proponer medidas que faciliten el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Situación Actual.

La Plataforma de Servicios Empresariales llamado Góndola de Productos y Servicios, es un servicio de asesoría técnica que busca otorgar soluciones puntuales a los empresarios, para superar un problema o necesidad específica para acrecentar o consolidar su participación en el mercado y/o desarrollar su empresa.

❖ Pueden postular:

- Empresas que sean formales ante el SII o personas naturales con iniciación de actividades.
- Que tengan una antigüedad mínima de 6 meses.
- Que tengan ventas netas anuales de hasta 2.400 UF.
- Que cuente con los permisos pertinentes a la naturaleza del negocio.
- Que cuenten con domicilio en la región.
- Que estén dispuestos a cofinanciar el 30% del valor del servicio.

Para Sercotec este servicio tiene como objetivo incorporar competencias y/o productos, que habiliten a las empresas para superar las brechas de acceso a sus respectivos mercados. Tiene un ámbito de actuación directa que busca mejorar aspectos en la gestión interna, la gestión comercial y la gestión productiva de la empresa

El Servicio de Cooperación Técnica Región de O'Higgins, a través de la Góndola de Productos y Servicios durante el año 2009 ofreció los siguientes servicios:

Nombre del Servicio	Descripción	Cupos 2009	Costo Total	Aporte SERCOTEC	Cofinanciamiento Empresarial
INFORMACIÓN NUTRICIONAL	Este servicio permite incorporar valor agregado a los productos alimenticios, ya que el uso de etiquetas con información nutricional, disminuye las barreras de entrada a grandes mercados potenciales (empresas de distribución, supermercados, etc.).	20	\$ 290.000	\$ 200.000	\$ 90.000
DISEÑO DE PRODUCTOS Y EMBALAJES	Utilizar el diseño sobre productos, envases y embalajes que permita a los negocios aumentar su competitividad al mejorar la calidad de comunicar, contener y proteger la oferta de productos y servicios disponibles.	15	\$ 500.000	\$ 350.000	\$ 150.000
DESARROLLO DE PAGINA WEB	Implementar una página Web que le permita a la empresa difundir y promocionar sus productos y/o servicios.	20	\$ 715.000	\$ 500.000	\$ 215.000
ASESORIA JURIDICA (E.I.R.L.)	Asesoría destinada a empresas cuyo giro corresponde a una persona natural y desee limitar su responsabilidad social, a través de la constitución de una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.	10	\$ 575.000	\$ 400.000	\$ 175.000
VITRINAJE (VISUAL MERCHANDISING)	Consiste en prestar una asesoría profesional para una correcta distribución y colocación de productos en la vitrina de un local comercial, facilitando el impacto y el posicionamiento de la marca en la mente de los consumidores.	20	\$ 430.000	\$ 300.000	\$ 130.000
DISEÑO PAISAJISTICO Y ENTORNO	Agregar valor a la actividad turística regional, mejorando la presentación de los espacios dispuestos por los empresarios/as, para ser ofrecidos al público	5	\$ 1.430.000	\$ 1.000.000	\$ 430.000
CODIGO DE BARRAS	Proporcionar identificación de código de barras a los productos de aquellas empresas que tienen potencialidad de ser proveedores de empresas que utilizan códigos de barras para su gestión comercial y de inventarios.	20	\$ 215.000	\$ 150.000	\$ 65.000
PROCESO DE EXPORTACION	Servicio que le permite a una empresa contar con una asesoría técnica para enfrentar su primera fase de exportación.	10	\$ 715.000	\$ 500.000	\$ 215.000

Operacionalización del Servicio.

Sercotec pone al servicio de sus clientes La Góndola de Productos y Servicios, por primera vez durante el año 2009, para llevar a cabo la oferta como primera parte, se publica en mercado público los productos y servicios escogidos para ofrecer en la Región de O'Higgins con los términos de referencia, solicitados desde el nivel central, y así realizar el contrato con la consultora que hará la prestación a los microempresarios.

El cual presento problemas en la operacionalización del servicio con los clientes, ya que el principal problema que se sucedió en esta etapa es que los productos y servicios no tuvieron el impacto que se esperaba entre los clientes de Sercotec, ya que no todos fueron comprados, hasta el 31 de agosto que era la fecha máxima de postulación, por lo cual se convinieron algunas transformaciones a los contratos con las consultoras que generó que algunos cupos fueran modificados, ya sea aumentando los de mayor demanda o disminuyendo aquellos que no presentaron mayor interés de compra, y así se extendió el plazo de postulación con las ultimas transformaciones.

La siguiente tabla N° 4, Presupuesto Góndola 2009. Muestra los productos y cupos ofrecidos, planificados por la Dirección Regional de Sercotec, durante el año 2009, en un principio.

Tabla Nº 4, Presupuesto Góndola 2009. (Datos del Presupuesto Sercotec O'Higgins).

Nombre del Servicio	Cupos 2009	Costo total	Aporte Sercotec	Cofinanciamiento empresarial	Inversión Sercotec	Presupuesto Inicial
Información Nutricional	20	\$ 290.000	\$ 200.000	\$ 90.000	\$ 4.000.000	\$ 5.800.000
Diseño de Productos y Embalaje	15	\$ 500.000	\$ 350.000	\$ 150.000	\$ 5.250.000	\$ 7.500.000
Desarrollo de Página Web	20	\$ 715.000	\$ 500.000	\$ 215.000	\$ 10.000.000	\$ 14.300.000
Asesoría Jurídica (E.I.R.L)	10	\$ 575.000	\$ 400.000	\$ 175.000	\$ 4.000.000	\$ 5.750.000
Vitrinaje Visual (Merchandansing)	20	\$ 430.000	\$ 300.000	\$ 130.000	\$ 6.000.000	\$ 8.600.000
Diseño Paisajístico y Entorno	5	\$1.430.000	\$ 1.000.000	\$ 430.000	\$ 5.000.000	\$ 7.150.000
Código de Barras	20	\$ 215.000	\$ 150.000	\$ 65.000	\$ 3.000.000	\$ 4.300.000
Proceso de Exportación	10	\$ 715.000	\$ 500.000	\$ 215.000	\$ 5.000.000	\$ 7.150.000
Total	120				\$ 42.250.000	

La planificación de la Góndola para el año 2009, constaba de 8 productos en total, con un cupo total de 120, que requería una inversión de Sercotec O'Higgins de \$ 42.250.000, reflejando como presupuesto inicial un total de \$ 60.550.000 incorporando el aporte de cofinanciamiento del empresariado, como muestra la tabla 4. Durante la etapa de postulación al servicio no existió la demanda esperada con todos los cupos ofrecidos, en cada producto o servicio, por lo tanto dentro de la administración de Sercotec O'Higgins en el mes de septiembre debieron cambiar el presupuesto de la Góndola, modificando la cantidad de cupos, que en primera instancia no estaba contemplada internamente, pero ello debió cambiar en función del nivel de contrataciones por servicio a la fecha de cierre de las postulaciones, que era hasta fines de agosto precisamente, para tener tiempo de entregar las prestaciones antes de diciembre.

Una vez que se contemplo esta posibilidad de modificación, las condiciones en las variaciones de cupos estaba dado por lo establecido en los contratos con las consultoras, donde previamente se definió que era posible hacer cambios hasta en un 20% del contrato inicial. En el caso en que las contrataciones eran demasiado bajas o nulas, las alternativas fueron la resiliencia de contratos en acuerdo con el consultor. Consecuentemente a estas modificaciones, se debió ampliar el período de postulación para los nuevos cupos, con el fin de lograr los objetivos previamente planteados, con el fin de lograr una mayor cobertura con los productos y servicios que estaban teniendo hasta septiembre, mayor interés de ser contratados por los micro y pequeños empresarios de la Región, de manera de lograr una mayor cobertura en la generación de competencias.

Las consecuencias de estas alteraciones la muestra la tabla N° 5, Modificación Presupuesto Góndola.

Tabla Nº 5 Modificación Presupuesto Góndola. (Datos Sercotec O'Higgins)

Servicios	Cupos Iniciales	Presupuesto Inicial	Presupuesto Final	Cupos Finales	Modificación de Cupos	Diferencia Presupuesto Inicial y Final	Subsidio por cada cupo	Diferencial de Presupuesto y subsidio
Proceso de Exportación	10	\$ 7.150.000	\$ 2.145.000	3	-7	- 5.005.000	\$ 500.000	- 3.500.000
Vitrinaje Visual	20	\$ 8.600.000	0	0	-20	- 8.600.000	\$ 300.000	- 6.000.000
Asesoría Jurídica (E.I.R.L)	13	\$ 5.750.000	\$ 7.076.923	16	3	1.326.923	\$ 307.692	923.077
Diseño de Productos y Embalajes	15	\$ 7.500.000	\$ 9.000.000	18	3	1.500.000	\$ 350.000	1.050.000
Diseño Paisajístico y Entorno	5	\$ 7.150.000	\$ 8.580.000	6	1	1.430.000	\$ 1.000.000	1.000.000
Total								-\$ 6.526.923

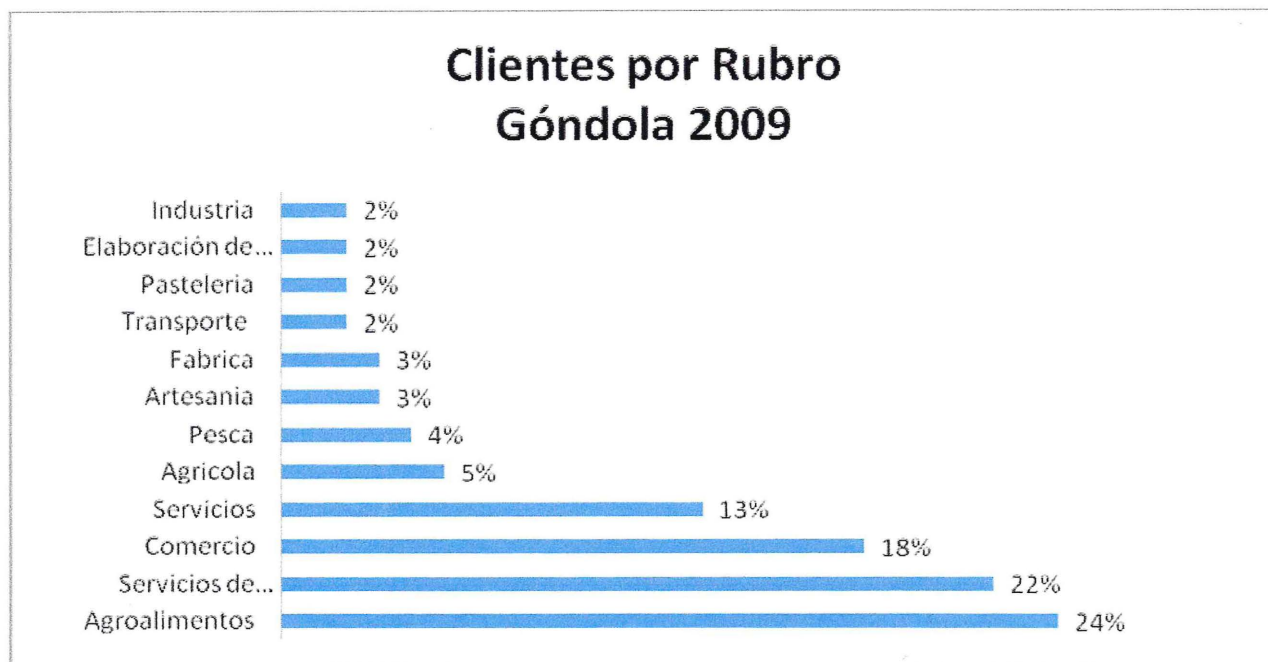
En cuanto a la demanda de estos productos o servicios a nivel regional, ha sido tomado desde el proceso de postulación que se realiza a través de la página web de Sercotec, fue la siguiente en orden de mayor a menor cantidad de postulaciones, se denota que los servicios que presentaron más interés fueron, desarrollo de página web, asesoría jurídica, diseño de producto y embalaje. Luego con menos de 20 postulaciones el resto de prestaciones ofrecidas, por Sercotec O'Higgins durante el año 2009.

❖ Desarrollo de Blog y Página Web	48
❖ Servicio de Asesoría Jurídica	47
❖ Diseño de Producto y Embalaje	30
❖ Código de Barras	19
❖ Información Nutricional	18
❖ Diseño Paisajístico y Entorno	18
❖ Servicio de Vitrinaje	7
❖ Proceso de Exportación	7

Los clientes de la Góndola, pueden comprar hasta 3 productos o servicios distintos en el año, por lo tanto en este año 2009 algunos de ellos adquirieron más de un producto o servicio.

El análisis por sector productivo de los clientes de la Góndola es el siguiente:

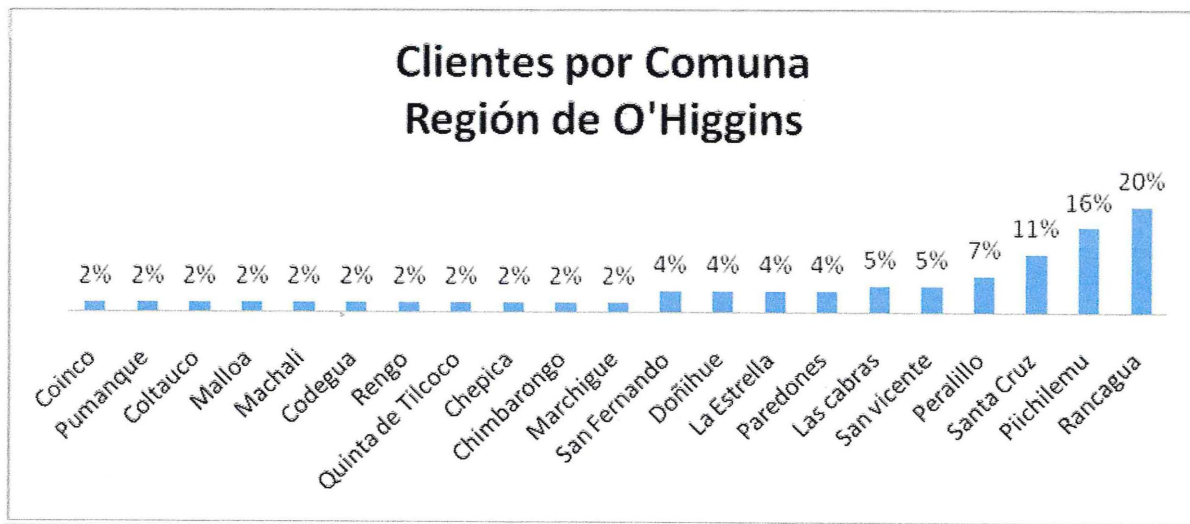
Gráfico N°1



Según el gráfico N°1 el sector productivo predominante es el de los Agroalimentos con un 24% del total y que abarca a los productos agrícolas a los cuales se les agrega valor para ser comercializados. El segundo en mayoría es el sector de los Servicios de Turismo con un 22% del total de clientes de la Góndola de productos y servicios 2009, los cuales comprende los servicios de hotelería, restaurant, camping, balneario, entre otros, el sector comercio también adquiere una importante relevancia con una participación del 18%, luego los Servicios alcanzan una participación del 13%, distinguiendo entre ellos las consultoras. Las actividades agrícola, pesca artesanía, fabrica, transporte, pastelería, elaboración de cervezas, e industria, tuvieron todas con una participación, igual o inferior al 5%.

El gráfico N° 2 muestra el porcentaje de clientes de la Góndola, según las Comunas de la Región de O'Higgins, el cual muestra que la mayor cantidad de clientes es de Rancagua con un 20% del total de clientes; como segundo lugar queda la Comuna de Pichilemu con un 16%; tercera la ciudad de Santa Cruz con un 11%, desde ahí las siguientes todas tienen un porcentaje menor al 10%, denotando que predominan las Comunas de Rancagua, Pichilemu y Santa Cruz, con la mayor cantidad de clientes desde esas unidades territoriales, sumando entre las 3 un 47% del total, dejando a las 18 Comunas restantes su participación de 53% del total de clientes de la Góndola 2009.

Gráfico N° 2



Medios de Difusión Góndola de Productos y Servicios

La oferta del servicio se realizó a través de la página web de la institución www.sercotec.cl y también por diversos medios de comunicación, además de algunas actividades masivas que organizó la institución, éstas fueron dos talleres informativos en la Ciudad de Rancagua, para la promoción del Servicio, en los cuales se invitó a participar a representantes de todos los Municipios de la Región y otra realizada específicamente a los socios de PROCHILE. Se informó a través de un díptico institucional, que fue repartido en todas las reuniones y convocatorias realizadas por Sercotec, durante el periodo de promoción. Los medios de comunicación locales utilizados para realizar la difusión del Servicio de la Góndola fueron:

- Diario El Rancagüino
- Diario el Tipógrafo
- elrancahuaso.cl
- diarioelpulso.cl
- vi.cl
- elmundorural.cl
- Radio Rancagua
- Noticias El Libertador
- Radio Primordial
- Radio Colchagua, Santa Cruz
- Radio Splendida, San Vicente
- Radio Atardecer, Pichilemu
- Radio Entre Olas, Pichilemu
- Radio Bravo, Rengo

Diagnóstico de la situación

Para establecer un plan de acción que permita mejorar el desempeño del Sercotec en la región, se ha considerado básico establecer los elementos que determinan la brecha entre lo ofrecido por la institución y lo requerido por los micro y pequeños empresarios, para lo cual se ha considerado realizar una encuesta, que permita obtener información relevante sobre el tema.

Descripción de la Muestra

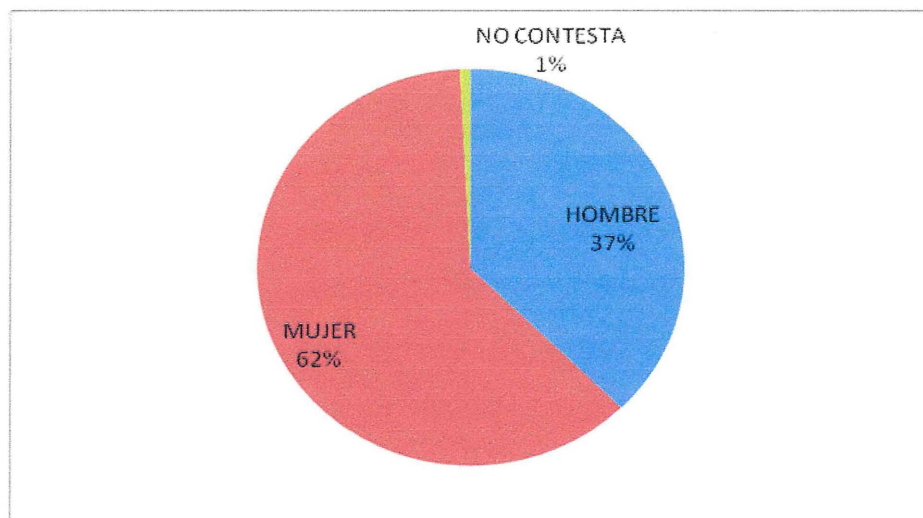
La encuesta será realizada a los ganadores del Capital Semilla Empresas y Emprendimiento 2009 que son potenciales clientes de la Góndola de Productos y Servicios. Además de algunos participantes más representativos de los Programas de Mejoramiento de la Competitividad (PMC) de la Región de O'Higgins, como son el PMC Vitivinícola, PMC Turismo; algunas organizaciones gremiales y finalmente con algunos asociados a Pro-Chile de la Región, que son los clientes potenciales para los cuales están orientados los servicios y programas que tiene el Servicio de Cooperación Técnica en su función de Fomento Productivo para Chile.

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA

Una vez recogidos los datos en el proceso de aplicación de encuestas, se estableció que los encuestados fueron 240 en total, que equivalen a un 60% de las diferentes organizaciones de microempresarios establecidas en la muestra, de la Región más los clientes ganadores de los capitales semilla 2009.

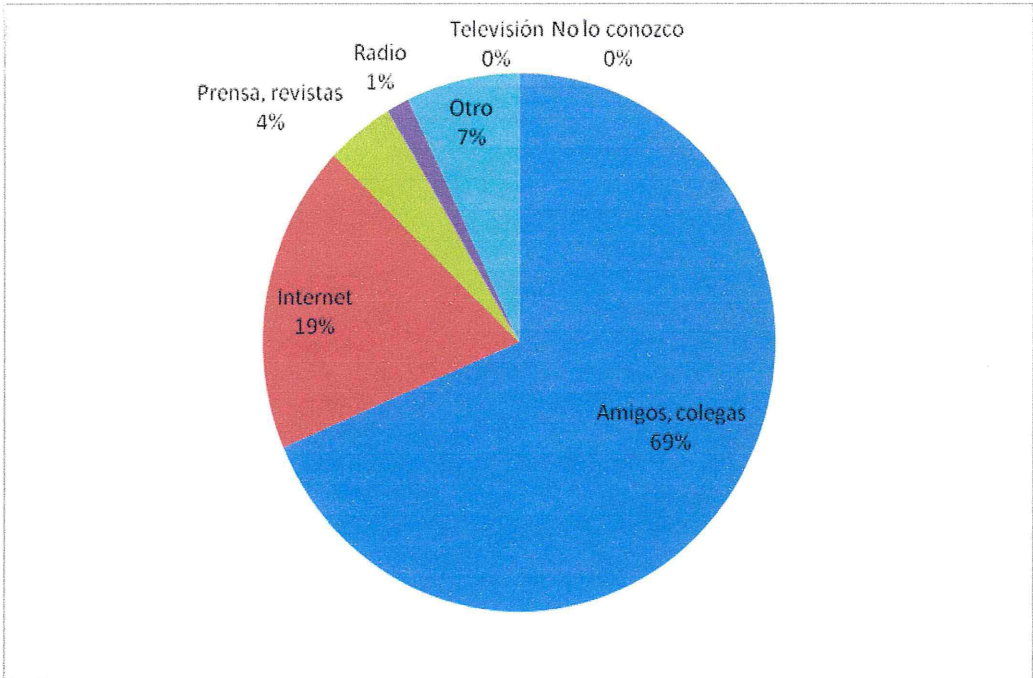
Los encuestados según sexo, corresponden a un 62% de sexo femenino y a un 37% de hombres, mientras que el 1% no contestó esta interrogante

Gráfico: Sexo de los encuestados.



En la pregunta numero 1: *¿Cómo conoció el Servicio de Cooperación Técnica.* El resultado fue que la mayoría lo conoce a través de amigos, colegas y contactos con un 69% del total de encuestas, es decir, más de la mitad de ellos, otro 19% lo conoce a través de internet; prensa y revistas con un 4%; por medio de la radio solo un 1%, otros medios alcanzó un 7%, entre los que fueron mencionados figuran la Cámara de Turismo Machali, la Oficina de Fomento Productivo Rengo y otras por invitación directa de Sercotec.

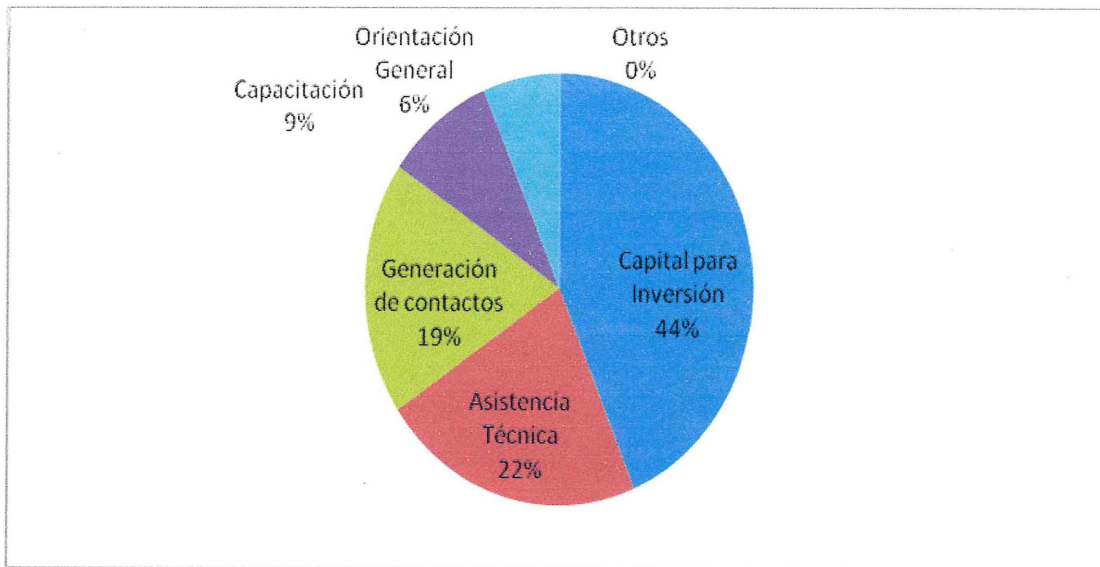
Gráfico: Respuestas pregunta N° 1



Pregunta N° 2: *¿Qué tipo de apoyo le gustaría recibir de Sercotec, para que mejorar las condiciones de su negocio?*

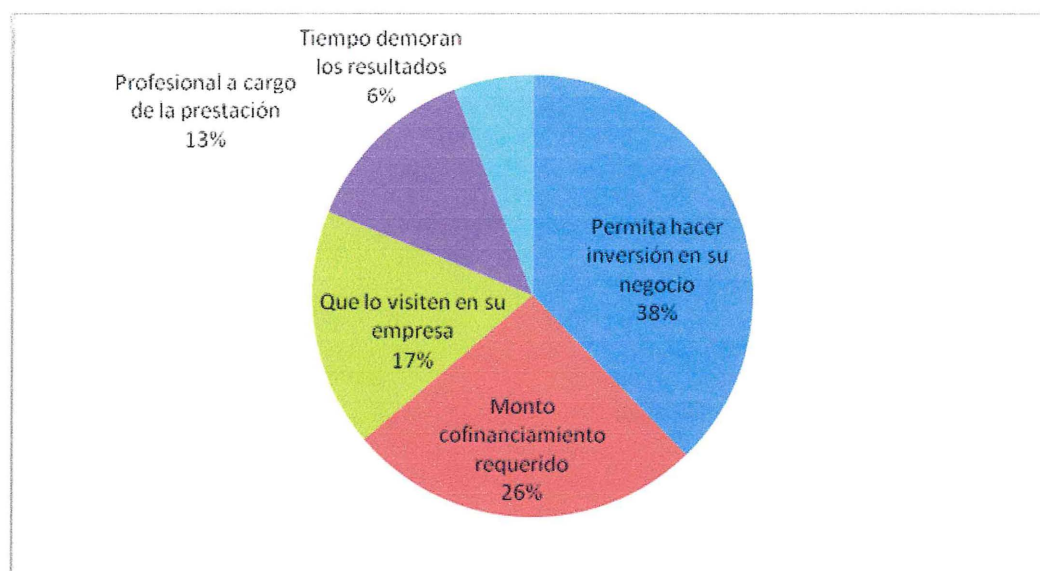
El mayor porcentaje de clientes, un 44%, manifestó preferencia por el capital para inversión, la Asistencia técnica es la segunda con mayores preferencias, con un 22%; la Generación de contactos la prefiere un 19%; mientras que Capacitación obtuvo un 9% y Orientación general un 6%, siendo estas últimas las menos preferidas por los encuestados.

Gráfico: Respuestas a Pregunta N° 2.



Pregunta N° 3: ¿Qué características generales de los servicios le parecen relevantes? La mayoría de los encuestados manifestó una marcada tendencia a buscar servicios de Sercotec, sobre los cuales ellos puedan realizar inversiones en su negocio, obteniendo esta opción un 38% del total. Un 26% le da importancia al monto del cofinanciamiento requerido, mientras que el 17% prefiere que lo visiten en su empresa, el profesional a cargo de la prestación alcanzó una selección de 13%, mientras que el tiempo que demoran los resultados alcanzo solo un 6% de preferencia.

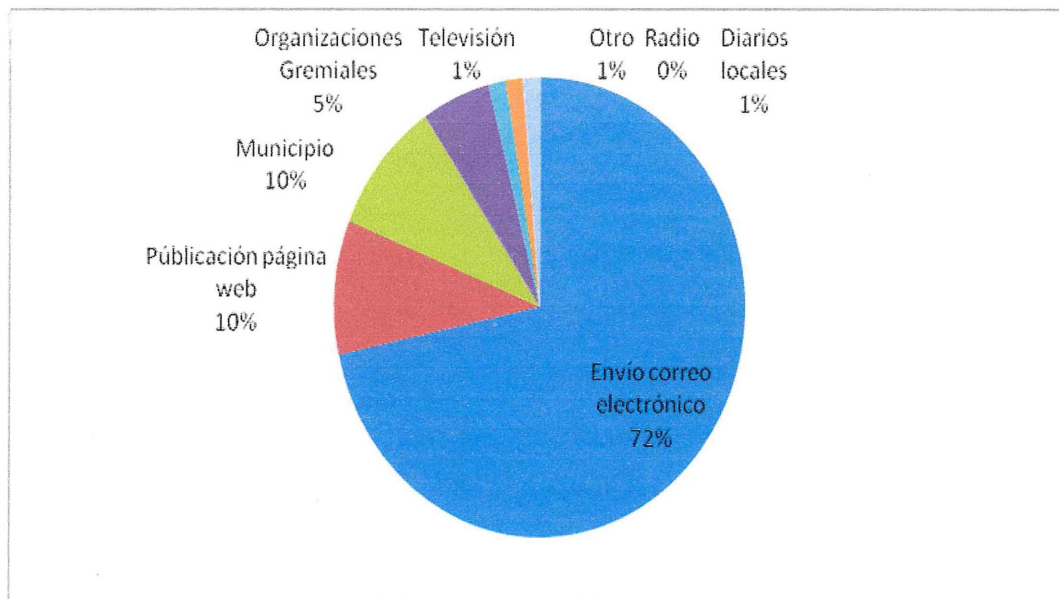
Gráfico: Respuestas a pregunta N° 3



Pregunta N° 4: ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación prefiere para recibir información acerca de los servicios de Sercotec para la Microempresa?

Permite saber a través de cuales son los medios de comunicación, que los clientes prefieren recibir información, acerca de los servicios de Sercotec para la microempresa, de los cuales, la seleccionada por amplia mayoría es la opción del envío de correo electrónico, con un 72% de preferencia; le siguen, con un porcentaje mucho más bajo, la publicación en página web y a través de los Municipios, con un 10% cada una; sólo un 5% prefiere informarse a través de organizaciones gremiales, y por televisión, radio y otros sólo un 1%.

Gráfico: Respuestas a pregunta N° 4



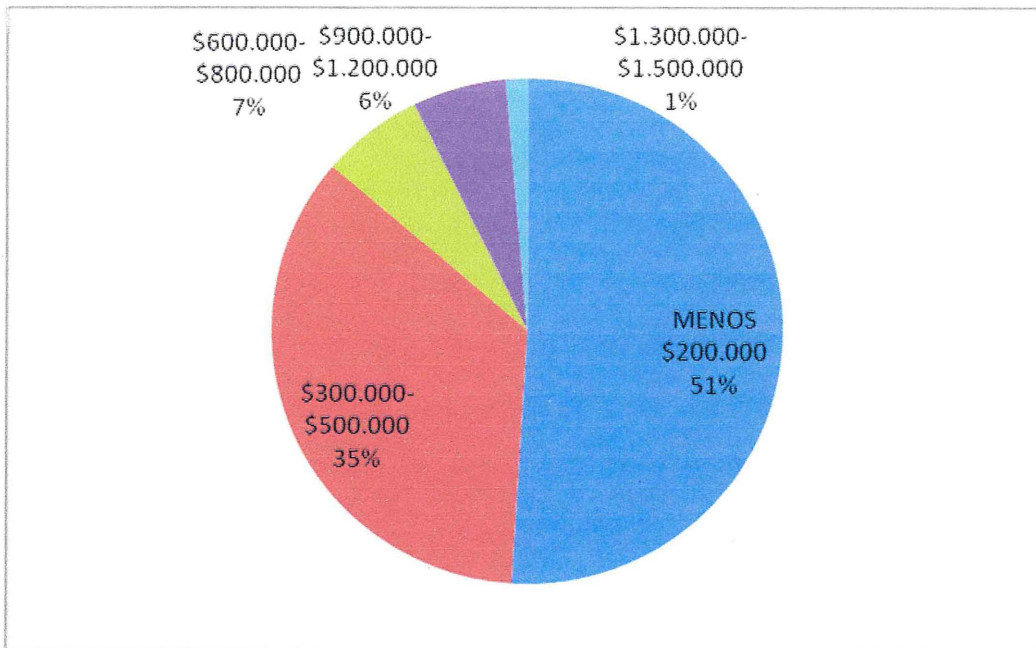
Pregunta N° 5: Está relacionada directamente con los 21 servicios posibles de la Góndola, solicitando nos indiquen cuales son los productos o servicios preferidos por los encuestados, para ser adquiridos en el año 2010.

La mayor, preferencia corresponde a la Asesoría contable, con un 10,5%; luego hay una preferencia importante por la página web con 10,1%; la Intermediación financiera asciende al 8,4% de prioridad; la Gestión comercial queda en un 8% de selección; el Desarrollo de imagen corporativa, a su vez muestra una tendencia importante de selección con un 7,7%; la Asesoría jurídica está en un nivel menor con un 6,5%; los servicios de Vitrinaje, Diseño de producto de embalaje, Asesoría informática tienen las tres la misma cantidad de selección entre los encuestados, logrando un 5,6%; la Información nutricional es un producto que alcanzó una preferencia del 5,3% y el Código de barras un 4,7%; la Identificación de canales de promoción y difusión tuvo una preferencia del 3,9%, y el Proceso de exportación obtuvo un preferencia del 3,4%; desde ahí la preferencia por los siguientes servicios están por debajo del 3%.

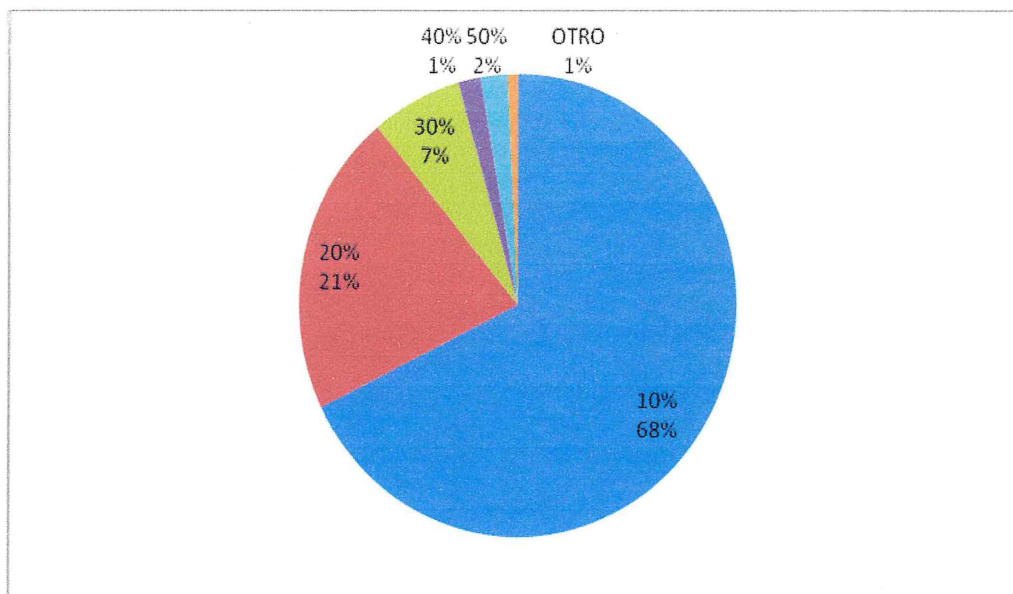
Gráfico: Respuestas pregunta N° 5.



Ademas, la pregunta N° 5 se refiere a la estimación del costo del producto o servicio del cliente, y sobre el porcentaje de cofinanciamiento que está dispuesto a aportar el cliente para la adquisición, estableciéndose tramos para ambas respuestas. En el primer caso corresponde a los precios, que estiman los clientes para el total de producto o servicio que escogieron. Las respuestas tienen una marcada tendencia al tramo más bajo, correspondiente a la alternativa que establece un valor menor a los \$ 200.000, la cual obtuvo mas de la mitad de las preferencias con un 51% del total; el tramo numero 2, con un precio entre \$300.000 y \$ 500.000 mostró una preferencia del 35% de las respuestas, mientras que las tres últimas muestran una selección inferior al 10%.



En cuanto al porcentaje que están dispuestos a cofinanciar, respecto del valor del producto o servicio, la tendencia está claramente hacia el menor porcentaje posible dentro de las alternativas, 10%, logró una selección del 68%; siguiendo la alternativa del 20% con una preferencia del 21%, quedando muy por debajo de la primera opción; la alternativa del 30%, que es realmente lo que se exige de cofinanciamiento, obtuvo un 7%; mientras que el 40% y 50% que son las alternativas restantes no superan en 2% de preferencias. En definitiva existe una amplia predisposición de los encuestados a pagar, por cualquier servicio, solo un 10% de su valor, como monto de cofinanciamiento.



CAPITULO V: PROPUESTA DE MEJORA

PROPUESTA TÉCNICA

La propuesta debe hacerse en base a las proyecciones de Sercotec O'Higgins, para el año 2010, que estimó para la Góndola, en su Presupuesto para el 2010, 300 prestaciones a un promedio de \$400.000 de aporte institucional, con una inversión total de \$120.000.000. De acuerdo al análisis de la demanda y expectativas de los microempresarios encuestados, los productos y servicios elegidos por ellos para superar un problema o necesidad, ya sea para acrecentar su participación en el mercado, o bien, desarrollar su empresa, fueron las que se muestran en la siguiente tabla.

Productos y Servicios	Nº de Preferencias
Asesoría Contable	74
Desarrollo de Página Web	71
Intermediación Financiera	59
Gestión Comercial	56
Diseño de Imagen Corporativa	54
Asesoría Jurídica E.I.R.L	46
Vitrinaje	39
Diseño de producto y/o embalaje	39
Asesoría Informática	39
Información Nutricional	37
Código de Barras	33
Identificación de canales de promoción y difusión	28
Proceso de exportación	24
Inserción en redes de comercio justo	17
Diseño paisajístico y entorno	17
Certificación en calidad turística	16
Diagnóstico y evaluación del recurso productivo	16
Otros	15
Buenas prácticas de fabricación para elaborar alimentos	11
Diagnóstico de eficiencia energética	8
Calidad agrícola	4
Totales	703

Por lo tanto la propuesta para el año 2010 de los productos y servicios a ofrecer, además de contar con el análisis, se debe contar con experiencia del profesional a cargo de la Góndola año 2009, y con el análisis de los profesionales de Sercotec en cuanto a su experiencia en años anteriores con servicios de similares características, abordados en otras áreas por el Servicio de Cooperación Técnica. Por lo tanto la estrategia de mercado para el año 2010 para la Góndola de Productos y Servicios, es la siguiente.

Producto o Servicio	Cupos año 2010	Porcentaje sobre el total Prestaciones	Aporte Sercotec por Servicio	Inversión total estimada por servicio
Auditoría Contable	30	9,3%	\$ 300.000	\$ 9.000.000
Desarrollo de Página Web	66	20,3%	\$ 350.000	\$ 23.100.000
Diseño de Imagen Corporativa	35	10,8%	\$ 500.000	\$ 17.500.000
Asesoría Jurídica E.I.R.L o R.L.	58	17,9%	\$ 300.000	\$ 17.400.000
Diseño de Producto y/o Embalaje	40	12,3%	\$ 500.000	\$ 20.000.000
Información Nutricional	25	7,7%	\$ 200.000	\$ 5.000.000
Código de Barras	20	6,2%	\$ 150.000	\$ 3.000.000
Identificación de Canales de Promoción y Difusión	30	9,3%	\$ 500.000	\$ 15.000.000
Diseño Paisajístico y Entorno	20	6,2%	\$ 500.000	\$ 10.000.000
Total	324 prestaciones estimadas	100%		\$120.000.000

Determinación de Oferta de la Góndola de Productos o Servicios y sus respectivos cupos para el año 2010 en la Región de O'Higgins.

La oferta de productos y servicios, se determinó en base al análisis de demandas y expectativas de los microempresarios, con los resultados que arrojó la encuesta aplicada a los microempresarios, se realizó un Comité con el Director Regional de Sercotec, los 5 Ejecutivos de Fomento que trabajan en el Servicio y la alumna a cargo del análisis, considerando el análisis de las postulaciones del año 2009, de cada uno de los productos y servicios que se ofrecieron en el año 2009, que es la única información al respecto, ya que es la primera vez que se presta este servicio, también se recurrió a un análisis comparativo de lo ofertado y formalmente vendido, de las otras regiones del país; conjuntamente a toda la información se consideró, la experiencia del Ejecutivo de Fomento a cargo de la Góndola, durante el año 2009, quién en base a su experiencia en el área y específicamente en el Servicio, puede evaluar los resultados según la puesta en práctica y su apreciación de las necesidades, intereses y prioridades demostradas por los clientes, en adquirir ciertos productos o servicios, vinculando ésta última con la experiencia en el área, de los profesionales que integraron el Comité.

El punto crucial para la determinación de la oferta para el año 2010 de la Góndola, fue el análisis de las encuestas, ya que representan las demandas reales de los microempresarios, para mejorar la gestión de su negocio, en conjunto con la experiencia y el conocimiento adquirido en el presente año, en la ejecución de la Góndola de productos y servicios, ya sea a nivel regional como nacional.

Por consiguiente en la estrategia que se propone, cada producto o servicio a ofrecer por Sercotec O'Higgins, en la Góndola durante el año 2010, debe responder a las necesidades de los micro y pequeños empresarios de la región, es por esto que algunos de ellos deben ser reformulados en el nombre o adicionando valor agregado a la prestación, con el fin de que sea más atractivo para los clientes, según la experiencia en el área de los profesionales de Sercotec O'Higgins.

En consecuencia, el producto o servicio que se llamaba según las indicaciones del nivel central Asesoría contable, que fue el más preferido en la encuesta, pasó a llamarse Auditoría contable, ya que trata específicamente una necesidad que se manifiesta en el análisis de la demanda, como apoyo en el área contable para el desarrollo de sus negocios. Además se apuesta por un servicio llamado Identificación de Canales de Promoción y Difusión, que tendrá unas modificaciones en la prestación, para generarle valor agregado, por ejemplo que se invierta parte del pago en la difusión, por el medio más adecuado según el análisis de cada micro o pequeña empresa.

Los productos o servicios para el año 2010 son 9 en total, de los cuales 6, ya se ofrecieron durante el año 2009, con una alta demanda, con una inversión en difusión mucho menor a la estimada para el próximo año.

En cuanto al monto del cofinanciamiento, la encuesta establece una tendencia al pago mínimo de éste, es decir, un 10% del valor total, pero no se puede considerar en la propuesta ya que, es requisito del Servicio que sea de un 30% del monto total del costo del producto o servicio, sin embargo, entrega un indicio sobre el pensamiento de los encuestados, respecto a la predisposición de pago que ellos consideran, como inversión en su micro o pequeña empresa.

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN

- De acuerdo al análisis de la demanda y expectativas de los micro y pequeños empresarios, en base a lo señalado por los encuestados respecto del medio por el cual conoció a el Servicio de Cooperación Técnica, predomina la opción, amigos, colegas y contactos, por lo tanto los medios de difusión más adecuados para dar a conocer a la Región de O'Higgins los productos y servicios que ofrece la Góndola en el año 2010, debe ser a través de charlas informativas, reuniones, talleres etc, en diferentes lugares de a región, para asegurar el acceso a la información a todas las Comunas y todos aquellos medios donde el contacto sea directo con los potenciales clientes, para que la información provoque mayor confianza. Además de la publicación en la página web del Servicio, que es un medio por el cual, se publica toda la información respectiva a cada región y que también se indicó como una opción relevante.

- El medio de comunicación, mas adecuado según los encuestados para recibir información sobre los servicios que ofrece Sercotec, es el correo electrónico, por consiguiente deben proyectar e invertir en medidas para crear una base de datos unificada en la Dirección Regional, con los correos electrónicos de los clientes de Sercotec, para enviar la información de las postulaciones y requisitos de los servicios ofrecidos durante el año, además de continuar y fortalecer la información a través de los municipios, que es la opción mas cercana para quienes, no tienen acceso rápido y fácil a internet y por ende a sus correos electrónicos, esto es para difundir la información al nivel de quienes son ya clientes del Servicio, pero los medios de comunicación más masivos son las mismas actividades que Sercotec realiza en conjunto con otras entidades de Fomento Productivo de la Región de O'Higgins, de las cuales ya tiene un alto prestigio a nivel empresarial.

- En cuanto a las necesidades detectadas en el procedimiento administrativo de la Góndola por el profesional a cargo durante el año 2009, desde que se inicia el llamado a las postulaciones, hasta que se cierran los contratos, tomando en consideración que las prestaciones aumentarán al triple para el año 2010, es de suma importancia que se considere a un profesional de apoyo para el desarrollo del procedimiento de ejecución de la Góndola, desde la difusión, hasta el proceso de realización de los contratos con los clientes.

- Es por esto que las medidas tomadas por Sercotec, en cuanto a las evaluaciones anteriores, son una proyección de inversión mayor en el Punto MYPE, que es una instancia de asistencia en información y difusión, que cuenta Sercotec desde el año 2009 para todos sus servicios, además de una inversión de \$ 10.000.000 pesos específicamente en la Góndola, para el año 2010, que serán 50% para difusión de este servicio a nivel regional y el otro 50% para contratación de un profesional de apoyo.

RESULTADOS ESPERADOS

- Aumentar las postulaciones y prestaciones de los pequeños y microempresarios, a la Góndola de productos y servicios, dando una amplia difusión de las postulaciones a los productos y servicios en la Región de O'Higgins.
- Contribuir a un proceso ágil y rápido para la contratación de productos y/o servicios.
- Potenciar la imagen del Servicio de Cooperación Técnica en la Región de O'Higgins, como institución que se dedica a promover las políticas públicas, relacionadas al Fomento Productivo.
- Incentivar a los micro y pequeños empresarios a incorporar competencias o productos que les permitan superar las brechas de acceso al mercado.
- Promover un progreso en el desarrollo económico de la Región de O'Higgins.

CONCLUSIONES

El presente análisis ha sido desarrollado con el fin ajustar la oferta del Servicio de Cooperación Técnica de la Región de O'higgins con uno de sus servicios llamado, la Góndola de productos y servicios, a los requerimientos y expectativas de los micro y pequeños empresarios de la región, para lograr cumplir con los objetivos de la institución en su calidad de ejecutor de las políticas de Fomento Productivo.

Dado que las Políticas Públicas de Fomento Productivo pretenden como lineamientos generales, entre otros, fortalecer el desarrollo, económico y social de las unidades productivas del país, Sercotec permite a través de la Góndola, el fortalecimiento del desarrollo de la capacidad de gestión de los micro y pequeños empresarios, ya que son éstos, a nivel nacional, los que representan importantes aportes en materia de participación en el total de las empresas formalmente catastradas y en la empleabilidad que generan, aportando al desarrollo social de las unidades territoriales.

Por lo tanto a nivel regional y en pro de las políticas de modernización y mejor acceso a los servicios de las instituciones gubernamentales, se puso en marcha la Góndola de productos y servicios el presente año, simulando a un supermercado donde se compra lo necesario para cubrir las necesidades, en este caso para mejorar la gestión, de los micro y pequeños empresarios en sus negocios, siendo aún un servicio poco conocido.

Es relevante denotar que la vocación de servicio que se aborda en el presente análisis es importante, ya que muchas veces hay que ponerse en el contexto de los micro y pequeños empresarios para poder realizar desde los instrumentos de recolección de datos hasta los análisis y las propuestas, pero como este se basa en las respuestas de los encuestados y la experiencia en el área, es urgente crear una conciencia de la real importancia que adquieren las unidades productivas en su conjunto para el desarrollo sustentable del país, es por esto que como futura profesional, concluyo que los planes, programas y proyectos, hay que ejecutarlos en base a los requerimientos de los actores y principales en este caso los micro y pequeños empresarios y desde luego en el entorno, en que se desarrollan.

Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos, y analizada la información, se identificaron las demandas y expectativas de los micro y pequeños empresarios encuestados, ya sea para constituir la oferta de la Góndola para el año 2010, como también para identificar otros aspectos relevantes para el proceso de ejecución del servicio.

En base a los antecedentes obtenidos y analizados se pudo realizar una propuesta de Productos y Servicios a ofrecer durante el año 2010 por la Dirección Regional de Sercotec O'Higgins, en base a las necesidades planteadas por los propios demandantes, adecuando una estrategia de mercado basada en la experiencia adquirida, en el área de Fomento Productivo, por los profesionales de la Institución, proyectando una inversión tres veces mas ambiciosa en términos de prestaciones y dinero, que la realizada en el presente año, situación que se espera repercuta favorablemente en la actividad productiva de la Región, con todo el beneficio social consecuente, aportando con ello al bienestar general.

En el país nos encontramos en pleno proceso de modernización, donde la sociedad comienza a ajustarse a las diversas dimensiones que comprende este proceso, sobre todo en los avances para la descentralización de los programas, donde la Góndola es un claro ejemplo de que las directrices, políticas o programas generados a nivel central del aparato público, se pueden ajustar a la realidad local de las Mipes, constituyéndose en un instrumento para el desarrollo económico y social. Es en este aspecto que la función o rol que puede desempeñar el profesional Administrador Público, asume especial relevancia, ya que con sus conocimientos, habilidades y capacidades se encuentra en condiciones de privilegio para aplicar, desde una perspectiva de gestión local pública, los instrumentos de Fomento Productivo a las Mypes, estableciendo un puente entre las unidades productivas de la Región de O'Higgins y las políticas de fomento impulsadas por el estado, a través de Sercotec Regional, contribuyendo de esta forma, acortar las brechas de competitividad existentes en la micro y pequeña empresa, tendientes a una mejor gestión en las mismas, que afianzen su viabilidad en el tiempo, lo que posibilita mejorar las condiciones de vida y el bienestar de toda la comunidad, que es el fin último del estado.

BIBLIOGRAFÍA

Páginas Web

www.sercotec.cl

www.chileemprende.cl

www.minecon.cl

www.pnud.cl

www.goreohiggins.cl

www.ine.cl

www.ardp.cl

www.corfo.cl

www.bancomundial.org

Diarios, Revistas, Documentos de Trabajo.

- _ Comité de Fomento de la Micro y Pequeña Empresa. (2003), *Situación de la Micro y Pequeña Empresa en Chile*. Santiago de Chile.
- _ Instituto Nacional de Estadísticas (2008), *Pequeñas y medianas empresas informe anual*. Santiago de Chile.
- _ Ministerio Secretaría General de la Presidencia. (2000), *El proceso de Reforma del Estado y Modernización de la Gestión Pública en Chile*. Santiago de Chile.
- _ Servicio de Cooperación Técnica (2006), *Agenda Gubernamental para la Micro y Pequeña Empresa*. Santiago de Chile.
- _ Servicio de Cooperación Técnica. (2009), *Planificación Corporativa Sercotec 2009-2011*. Chile.

Libros

- _ Drake Mendoza, Estela. (2005), *Pequeñas Empresas, grandes oportunidades: guía para el fortalecimiento de la micro y pequeña empresa*. Sercotec, Chile.
- _ Muñoz Goma Oscar. (2000), *El Estado y el Sector Privado: Construyendo una nueva economía en los años 90*. Flacso, Santiago de Chile.
- _ Scapini, Juan Carlos, Laura Teitelboim, Ernesto, Becerra Moro, María José. (2008), *Las Pymes: más que un problema una solución*. Universidad Central, Facultad de Ciencias Económicas y administrativas. Chile

Encuesta Sercotec Región de O'Higgins

Estimado/a Sr/a. El Servicio de Cooperación Técnica – SERCOTEC, está en proceso de recolección de información que le permita ajustar sus acciones a las necesidades de los clientes, por lo que le agradeceremos responder la siguiente encuesta, lo que sin duda será de gran ayuda para el trabajo que hagamos durante el año 2010.

Nombre empresa o empresario	
Contacto (fono, e-mail, o dirección)	
Actividad o rubro	
Año en que inició actividades en SII	
Nivel de ventas anuales	

Marque con una X la alternativa que considera adecuada.

1 ¿Cómo conoció el Servicio de Cooperación Técnica - SERCOTEC?

- a) Televisión
- b) Radio
- c) Internet
- d) Prensa, revistas, diarios locales
- e) Amigos, Colegas y Contactos
- f) Otro (por favor especifique)
- g) No lo conozco

2 ¿Qué tipo de apoyo le gustaría recibir de SERCOTEC, para mejorar las condiciones de su negocio? (Elija 2)

- a) Orientación General
- b) Capacitación o Talleres grupales
- c) Asistencia Técnica Personalizada
- d) Capital para inversión
- e) Generación de Contactos y redes de trabajo
- f) Otros (especificar)

3 ¿Qué características generales de los servicios le parecen relevantes?

- a) Que tengan un profesional a cargo de la prestación
- b) Tiempo que demora en tener los resultados
- c) Que lo visiten en su empresa
- d) El monto del cofinanciamiento requerido
- e) Que le permita hacer inversión en su negocio

4 ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación prefiere para recibir información acerca de los servicios de SERCOTEC para la Microempresa?

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Diarios locales
- d) Publicación en página web
- e) Envío de correo electrónico
- f) A través del Municipio
- g) A través de las Organizaciones Gremiales
- h) Otros (especificar)

El SERCOTEC dispone para los empresarios y empresarias de la Región, de un instrumento denominado Góndola de Productos y Servicios, sobre el cuál necesitamos su opinión.

¿Qué es la Góndola? Servicios de asesoría técnica cofinanciado, que entrega soluciones puntuales a los/as empresarios/as y/o sus empresas, para superar un problema o necesidad, ya sea para consolidar o acrecentar su participación en el mercado, o bien, desarrollar su empresa.

5 De la siguiente lista de servicios, **elija 3** que le ayuden a mejorar las condiciones de su empresa y responda sobre ellas, los valores que se solicitan.

1. **Información Nutricional:** Este servicio permite incorporar valor agregado a los productos alimenticios, ya que el uso de etiquetas con información nutricional, disminuye las barreras de entrada a grandes mercados potenciales (empresas de distribución, supermercados, etc.).
2. **Código de Barras:** Proporcionar identificación de código de barras a los productos de aquellas empresas que tienen potencialidad de ser proveedores de empresas que utilizan códigos de barras para su gestión comercial y de inventarios.
3. **Vitrinaje (Visual Merchandising):** Consiste en prestar una asesoría profesional para una correcta distribución y colocación de productos en la vitrina de un local comercial, facilitando el impacto y el posicionamiento de la marca en la mente de los consumidores.
4. **Diseño de Producto y/o Embalaje:** Utilizar el diseño sobre productos, envases y embalajes que permita a los negocios aumentar su competitividad al mejorar la calidad de comunicar, contener y proteger la oferta de productos y servicios disponibles.
5. **Asesoría Jurídica E.I.R.L:** Asesoría destinada a empresas cuyo giro corresponde a una persona natural y desee limitar su responsabilidad social, a través de la constitución de una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.
6. **Proceso de Exportación:** Servicio que le permite a una empresa contar con una asesoría técnica para enfrentar su primera fase de exportación.
7. **Asesoría Contable:** Asesoría en gerenciamiento, confección de presupuestos, libros de contabilidad, tramites en el SII, cambio o ampliación de giro, balance general y estado de resultado, confección de presupuestos, FUT, entre otras.
8. **Gestión Comercial:** Servicio destinado a aquellos empresarios/as que necesiten mejorar la comercialización de sus productos y servicios en el mercado.
9. **Intermediación Financiera:** Asesoría para optar a créditos de financiamiento (Elaboración de un programa de financiamiento): evaluación del proyecto, solicitud de capital de trabajo y/o inversión, gestión de créditos en bancos e instituciones financieras, entre otras.
10. **Inserción en Redes de Comercio Justo:** Asistencia Técnica para la detección, evaluación y acceso a canales de comercialización de comercio justo.
11. **Certificación en Calidad Turística:** Diagnosticar e identificar las acciones necesarias para lograr la certificación en las normas del INN – Sernatur.
12. **Desarrollo de Imagen Corporativa:** Desarrollo de una imagen acorde a la personalidad de la marca o empresa, junto con el diseño de todas las aplicaciones corporativas como papelerías, folletería, impresos corporativos, volantes, entre otros relacionado con la proyección de la imagen de la empresa.
13. **Asesoría Informática:** Evaluación e identificación de necesidades computacionales (hardware, software) para la empresa.
14. **Diagnostico y Evaluación del Recurso Productivo:** Evaluación de insumos, materias primas. Optimización de costos orientado al incremento de la productividad y competitividad de la empresa.
15. **Identificación de Canales de Promoción y Difusión:** Identificar el soporte (canales de difusión) y seleccionar medios acorde al producto y al mercado objetivo de una empresa. Asesoría para la determinación de acciones de promoción de venta (muestras, premios, precios de paquete, regalos, descuentos, etc.)
16. **Desarrollo de Página Web:** Implementar una página Web que le permita a la empresa difundir y promocionar sus productos y/o servicios.

17. **Diagnostico de eficiencia energética (Factor de Potencia):** Prestar una asesoría que permita evaluar las fuentes y usos de la energía eléctrica y otras en la empresa, para la generación de propuestas que posibiliten mejorar la eficiencia en su uso.
18. **Diseño paisajístico y de entorno:** Agregar valor a la actividad turística regional, mejorando la presentación de los espacios dispuestos por los empresarios/as, para ser ofrecidos al público.
19. **Calidad agrícola (Buenas prácticas agrícolas):** Diagnosticar e identificar los procedimientos y estrategias de desarrollo necesarias para orientar la producción agrícola hacia una producción limpia y sustentable.
20. **Buenas prácticas de fabricación para elaboración de alimentos:** Otorgar asesoría técnica y capacitación, generando e implementado un manual de buenas prácticas de fabricación personalizado para cada empresa y de acuerdo a las pautas de inspección de la autoridad sanitaria.
21. **Otro (por favor especifique):**

5.1 Tipo de servicio:			
Cuánto cree que vale este servicio		Qué porcentaje del valor total del servicio estaría dispuesto a pagar	
Menos de \$ 200.000		10%	
De \$ 300.000 a \$ 500.000		20%	
De \$ 600.000 a \$ 800.000		30%	
De \$ 900.000 a \$ 1.200.000		40%	
De \$ 1.300.000 a \$ 1.500.00		50%	

5.2 Tipo de servicio:			
Cuánto cree que vale este servicio		Qué porcentaje del valor total del servicio estaría dispuesto a pagar	
Menos de \$ 200.000		10%	
De \$ 300.000 a \$ 500.000		20%	
De \$ 600.000 a \$ 800.000		30%	
De \$ 900.000 a \$ 1.200.000		40%	
De \$ 1.300.000 a \$ 1.500.00		50%	

5.3 Tipo de servicio:			
Cuánto cree que vale este servicio		Qué porcentaje del valor total del servicio estaría dispuesto a pagar	
Menos de \$ 200.000		10%	
De \$ 300.000 a \$ 500.000		20%	
De \$ 600.000 a \$ 800.000		30%	
De \$ 900.000 a \$ 1.200.000		40%	
De \$ 1.300.000 a \$ 1.500.00		50%	