



UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

EVALUACIÓN DE FINANCIAMIENTO EN LA PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS EN EL RUBRO HOTELERO TURÍSTICO, REGIÓN VALPARAÍSO

Autor

HERACLIO SOLIS DOROTEO

TESIS 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

PROFESOR GUIA: GALO LÓPEZ ZÚÑIGA

Viña del Mar, Diciembre de 2011

Agradecimientos

Esta tesis es el fruto de la dedicación y optimismo dedicado a lo largo de mi carrera, de la gente que creyó en mí, apoyándome incondicionalmente. Por tal motivo la realización de la investigación está dedicada a todas las personas que estuvieron a mí alrededor durante todos estos años.

Con mucho amor se lo dedico a mis padres Heraclio y Gloria, que me apoyaron de forma incondicional, sin importar la distancia, entendieron mis ausencias y mis malos momentos, y con su motivaciones no dejaron que mi vela se apagara, al igual que a mis hermanos, Oscar, Gloria, Blanca y Belen , que están siempre dando ánimos, aconsejándome, cuidándome, en algunas ocasiones corrigiendo mis actitudes, en especial a mi gran hermano Oscar, que siempre estuvo para mí cuando ocupaba contar con él, gracias por los consejos y el apoyo infinito que me brindaste durante este proceso, ya que aprendí de él que en la vida no hay límites, todo lo que me proponga lo puedo lograr.

A mis grandes amigos que conocí durante mi formación como profesional, Ulysses, Sharis, Carlos Esteban, Miriam, con lo cuales compartí momentos gratos.

A Zaira Angélica Bernal, por su constante motivación a distancia, y por la amistad que ha perdurado durante todo este largo tiempo.

A mi nuevos amigos que conocí durante este periodo de crecimiento personal como profesional y que participaron de manera directa e indirecta en la realización de este trabajo, Thalia, Yotzin, Paola, Saidy, Nicole, Francisca, Camila, Patricia, Francisco y en especial a Joselyn, quien leyó mis avances, corrigiendo la redacción y ortografía.

Gracias Cynthia Stephanie Otero, por ser parte importante en mi vida.

De igual manera quiero extender una gran gratitud hacia mi profesor guía Galo López Zúñiga, por la paciencia a mi inconsistencia en todo este proceso de elaboración de la tesis, y por sus aportes siempre tan atinados, como fueron sus correcciones.

Contenido

Glosario	6
Introducción	8
Objetivos y Marco Teórico	11
1.1) Alcance del trabajo	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.2) Justificación	13
1.3) Modelo de Análisis	14
Las empresas, su clasificación y la significación de la PyMEs	15
2.1) Concepto de empresa	15
2.2) El valor socioeconómico de las empresas y su aporte más allá del negocio	16
2.3) Las empresas en Chile	17
Clasificación desde el punto de vista del empleo	19
Clasificación desde el punto de vista del sector industrial.....	19
2.4) Políticas específicas para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas como sector de la Economía.....	20
El Turismo como sector industrial de la Economía	23
3.1) Concepto de Turismo	23
3.2) El Turismo como actividad comercial	23
3.3) Chile Turístico	24
3.4) La Quinta Región de Chile como zona turística	24
Ventajas comparativas	24
b) Ventajas competitivas	26
3.5) La industria turística de la Quinta Región.....	27
Zonas turísticas	27
Investigación de las PyMEs turísticas de la Quinta Región	30
4.1) La formulación del problema	30
Los síntomas del problema	30
El problema y la problematización.....	31
4.2) Formulación de hipótesis	31

¿Qué información se necesita?.....	31
¿Qué datos son necesarios?.....	31
4.3) Limitaciones	32
4.4) Diseño de la investigación.....	32
Diseño de la investigación	32
Tipo de investigación	32
Población – Muestra	33
Muestra	33
Lugar de investigación.....	33
Duración de la investigación.....	33
Técnicas e instrumentos	34
Procesamiento y representación de datos	34
Análisis de resultados.....	36
Conclusiones.....	39
Bibliografía.....	42
Anexos.....	43

Glosario

CEPAL: Comisión Económica para América Latina.

CORFO: Corporación de Fomento de la Producción.

Crédito: Cantidad de dinero, o cosa equivalente, que alguien debe a una persona o entidad, y que el acreedor tiene derecho de exigir y cobrar.

Empresa: Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

Establecimiento de Alojamiento Turístico: Aquellos en que se preste comercialmente el servicio de alojamiento por un periodo no inferior a una noche, que mantengan un procedimiento permanente, un sistema de registro e identificación del cliente cada vez que éstos utilizan sus instalaciones.

Financiamiento: Aporte de una institución pública o privada en efectos monetarios, que necesita la empresa para su funcionamiento.

Garantía: Efecto de afianzar, cosa que se asegura y protege contra algún riesgo o necesidad.

Hostal: Establecimiento en que se preste servicio completo de alimentación, además de alojamiento turístico en habitaciones u otro tipo de unidades habitacionales, privadas, ubicado en lugares suburbanos o rurales, en un edificio o parte independiente del mismo.

MiPyMEs: Micro, Pequeña y medianas empresas.

PyMEs: Pequeñas y medianas empresas.

RSE: Es la responsabilidad Social empresarial, entendida en Chile, como una nueva visión de los negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

SERCOTEC: Servicio de Cooperación Técnica.

SERNATUR: Servicio Nacional de Turismo.

SII: Sistema de Impuestos Internos.

SOFOFA: Sociedad de Fomento Fabril.

Turismo: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distinto al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

UF: Unidad de fomento.

Introducción

Considerando la importancia que tienen las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en la economía y el gran impacto de éstas, en lo que se refiere al empleo, se hará una evaluación del financiamiento que se les otorga a éstas dentro del rubro Hotelero Turístico. Sin embargo, existe poca información actual para este tipo de empresas, la investigación que se entregará en el presente estudio, tiene como objetivo cubrir el campo de información relevante que sea necesaria para poder acceder, de una manera óptima, a los distintos apoyos de financiamientos que se les otorga a estos pequeños emprendedores, ya sea en capacitaciones o simplemente dinero para mejorar tanto sus gestiones administrativas como infraestructuras de sus establecimientos.

En ese contexto, la Región de Valparaíso existe un universo de 77,265 empresas¹, que pertenecen al sector Micro, Pequeña y Medianas empresas (MiPyMEs)², las cuales últimamente han sido tema principal para apoyarlas, por lo que representan una gran parte de la economía del sector, promoviendo los financiamientos que estas pueden acceder desde diferentes instituciones u organizaciones que se dedican a apoyar a estos pequeños empresarios.

¹ Elaboración SERCOTEC, sobre la base de SII, año 2008

² Micro, Pequeña y Medianas empresas.

De acuerdo con las estadísticas que ofrece el INE, el 18% del total de las empresas establecidas en la Región de Valparaíso, son PyMES; de la cuales, se excluyen de la investigación aquellas PyMEs que no pertenecen al rubro Hotelero Turístico, ya que no están afectas a este estudio. Así nuestro universo de Pequeños y Medianos empresarios a estudiar se reduce a 169 PyMEs³ que su actividad principal es hospedaje a turistas, es decir Hostales.

Por ello este trabajo se estructura de la siguiente forma en el primer capítulo se hace referencia a los términos más importantes para poder contextualizar de mejor manera el enfoque de la investigación, por lo que se explicará la importancia de éstas en el sector económico, se observa el concepto de pequeñas y medianas empresas, su clasificación actual en Chile; así como también, los aportes que estas empresas hacen más allá de lo que es su actividad principal, las políticas específicas que ofrecen las instituciones, para que este tipo de empresas se pueda desenvolver eficientemente en el mercado.

Luego, el capítulo dos, tiene como objeto caracterizar en detalle el turismo que ofrece la región, en este sentido se explica las ventajas tanto comparativas como competitivas que tiene el turismo, su concepto en sí, al igual que las zonas turísticas que ofrece, y su situación actual.

³ Turismo, informe anual 2009

Posteriormente en el capítulo tres, se expone la metodología utilizada para la elaboración de estudio de las PyMEs hoteleras turísticas, así como su análisis de datos.

Por último se entregarán las conclusiones de la investigación realizada, con sus anexos, el anexo A se encuentran las instituciones relevantes para la investigación, en el anexo B son los datos recolectados tabulados, anexo C el instrumento para la recolección de datos.

Capítulo 1

Objetivos y Marco Teórico

El objetivo de este capítulo, es dar a conocer la problemática actual que se mantiene las PyMEs respecto a su financiamiento, ya sea para su puesta en marcha como empresa o para mantener sus gestiones en el rubro Hotelero Turístico.

Si bien la mayor parte de las hostales constituidas en la Región de Valparaíso son altamente concurridas por nacionales como extranjeros, algunas de ellas carecen de acceso a información de apoyo por lo que se les es difícil aspirar a mejores oportunidades en el rubro turístico.

1.1) Alcance del trabajo

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Descripción de la situación problemática

En la actualidad nos encontramos frente a un panorama totalmente incierto en cuestión del financiamiento para la PyME, ya que su costo de crédito sigue siendo alto. Sin embargo, en la última década su tendencia de crecimiento no se ha detenido, por lo cual más pequeñas y medianas empresas logran obtener un financiamiento por parte de las entidades privadas, públicas o gubernamentales. No obstante, los pequeños y medianos empresarios sin saber adquieren una deuda, la

cual en la mayoría de los casos se puede volver impagable, si no se cuenta con una gestión de administración eficaz y eficiente en sus operaciones comerciales.

Lo anterior se debe a que no hay estudios recientes que sirvan como apoyo para estas entidades que están creciendo, es decir, la falta de información económica de la PyMEs, por ejemplo, poca información sobre como acceder a los créditos ofrecidos, como evaluar las diferentes alternativas que pueden tener con una u otra institución que esté dispuesta a financiar las pequeñas y medianas empresas, las escasas garantías que pueden ofrecer para acceder al crédito ó la poca capacitación con la que cuentan. Esto definitivamente es una gran limitante ya que reduce el nivel de aceptación que pueda llegar a tener éstas para acceder a los créditos que les ofrecen.

En consecuencia a esto, se debe fomentar más a fondo el apoyo a las pequeñas y medianas empresas, para que puedan tener un mayor desarrollo comercial, estructural, y así favorecer el desempeño al máximo de su capacidad. Puesto que con anterioridad se han realizado estudios para las pequeñas y medianas empresas, pero son muy superficiales no cuentan con un nivel exhaustivo de investigación, en cuanto a sus entornos en el cual se encuentra la empresa, ya sean problemas externos a ella, o internos, es decir propias de la empresa.

Por lo tanto, la pregunta de la investigación se formuló de la siguiente manera, ¿cuál ha sido el factor clave que incita a los pequeños empresarios en los últimos años para acceder a su financiamiento, región Valparaíso en el rubro Hotelero Turístico?

2-2) Objetivos generales y específicos

Realizar un análisis para poder describir y evaluar la mejor manera de obtener un financiamiento, en el rubro Hotelero Turístico, dentro de la Región de Valparaíso, para poder ser aprovechadas con éxito en años futuros al igual que hacer mejoras si se es posible.

1.2) Justificación

Dado el caso que no se cuenta con suficiente información sobre pequeñas y medianas empresas, para lograr un resultado eficiente utilizando su financiamiento de la mejor manera y optimizándolo al máximo, surge este problema a solucionar.

Que por medio de las instituciones públicas, privadas ó gubernamentales, como cualquier otra entidad financiera que tenga los mismos objetivos, por mencionar algunas entidades que ayudan al fomento del desarrollo de estos pequeños y medianos empresarios a crecer y ser más competitivos tanto a nivel nacional o internacional, como pueden ser Bancos, Cajas de Compensación, entre otras y a la vez se integran también organismos del gobierno regionales tanto nacionales como lo son, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, CORFO, Ministerio de Desarrollo Social, en los cuales se ofrecen manuales para emprendedores, donde muestran ciertos aspectos, los cuales

permiten a los pequeños empresarios a mejorar su mercado meta y comercialización, así como una capacitación la cual es base para este tipo de empresarios, puesto que en muchos de los casos son familias, que cuentan con estudios básicos, por lo cual es más intuición que conocimiento del negocio.

1.3) Modelo de Análisis

Para efectos de una mejor comprensión del enfoque que tendrá esta investigación, se empezará por una explicación de la situación actual de las pequeñas y medianas empresas, así como también se hablará de las situación del turismo en la quinta región de Valparaíso, los tipos de turismo los que cuenta y su importancia en el sector, aunado a esto se entrará a detalle en lo que viene siendo el enfoque de estudio, las PyMEs en el Rubro Hotelero turístico de la región.

Así mismo se planteará la hipótesis y se analizarán los datos que arroje la investigación, con lo cual se creará el informe final donde se plasmarán las conclusiones a las que se llegue.

De acuerdo a lo anterior, se destaca la carencia de información de apoyo al financiamiento de las PyMEs de aquellos pequeños emprendedores que se manejan en el sector turístico de la Región de Valparaíso. Así también se define algunas de las razones principales de por qué, estos emprendedores ven como una limitante el tema del financiamiento en sus establecimientos.

Capítulo 2

Las empresas, su clasificación y la significación de la PyMEs

En este capítulo, se obtendrá información necesaria para saber en qué momento estamos hablando de una pequeña y mediana empresa, como pueden ser clasificadas éstas. Debido a lo anterior, encontraremos cuán es el grado de importancia que tienen este tipo de empresas en la Economía y especialmente en el área turístico de Chile.

2.1) Concepto de empresa

Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) a mi entender, suelen conceptualizarse de varios modos, varía según el país donde se encuentran, pero su esencia es la misma. Por ende su clasificación se da de diferentes formas e incluso se agrupan de acuerdo a distintos indicadores, pero la mayoría de los autores coinciden casi en todos los aspectos de la empresa, ya que esta se caracteriza por contar con un nivel de recursos y posibilidades conforme a sus tamaños. Las empresas que entran dentro de este término suelen generar hasta una determinada cantidad de dinero anual y tener un determinado número de empleados. Por lo tanto, las que salen de este rango (varían según la estructura de cada país) dejan de ser consideradas como pequeñas o medianas empresa.

En la actualidad, este tipo de empresas representan para la economía del país donde se establecen una gran generación de empleos y de ingresos. Puesto que las características distintivas de estas, tienen culturas de emprendedores, es decir la creación

de nuevas empresas, a base de ideas innovadoras, de realizar, crear productos o servicios que con anterioridad no se han comercializado, o bien apoyan a las grandes empresas, haciendo productos más específicos, ya que las grandes empresas se encuentran muy estandarizadas, para abaratar sus costos lo cual les favorece apoyarse de pequeños empresarios.

La CEPAL define a las pequeñas y medianas empresas como unidades productoras que tienen ciertos límites en generación de ingresos y en relación con el número de empleados con los que cuentan estas, ya sean trabajadores permanentes o eventuales.

En Chile el Ministerio de Economía define a las pequeñas y medianas empresas dentro de dos criterios, el primero es por el empleo y el otro según sus ventas anuales establecidas en Unidades de Fomento (UF). Tomaremos esta definición como base para nuestro estudio.

2.2) El valor socioeconómico de las empresas y su aporte más allá del negocio

En este ámbito se supone de base que una empresa cumple un papel en la sociedad más allá de su mera función económica (Correa, Flynn, & Amit, 2004). Esta tendencia viene de algunos años atrás, sin embargo el valor económico siempre ha sido tratado como prioridad.

Hoy en día, las pequeñas y medianas empresas tienen una nueva forma de hacer negocios, tomando en cuenta los efectos que lleguen a ocasionar ya sean ambientales, sociales, y económicos por su acción empresarial, se define como responsabilidad social empresarial, en la cual las pequeñas y medianas empresas participan en el mejoramiento del ambiente, al igual de la calidad de vida de las personas en el lugar donde planean establecerse. Por lo cual la empresa para poder establecer un aporte más allá de su función se vinculan con sus consumidores acerca del comportamiento que esperan de ésta.

En Latinoamérica la mayor parte de PyMEs realizan actividades ligadas directamente con la responsabilidad empresarial social, sin embargo, desconocen el término formal de éste⁴.

En Chile, la mayoría de las PyMEs cuentan con estas actividades, donde entregan un aporte más allá de lo que es el negocio en sí, sin embargo, existen pequeñas empresas que desconocen totalmente, y lo realizan por inercia, por la importancia que le genera sus propios trabajadores, el medio ambiente donde realizan sus actividades principales, mantener una relación entre la comunidad y su funcionamiento como tal.

2.3) Las empresas en Chile

En Chile, la clasificación de las pequeñas y medianas empresas se basa directamente en tres conceptos claves, el primero por las ventas obtenidas anualmente en

⁴ Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica (Vives, Corral, Isusi, 2004)

unidades de fomento (UF), y el segundo, por el número de empleados, y por último, por el sector industrial en el que se encuentran.

Clasificación desde el punto de vista de las ventas

Basado en la estratificación por las ventas según Sistema de Impuestos Internos, las pequeñas y medianas empresas PyMEs, son clasificadas de acuerdo al número de ventas. Se utiliza esta medida, ya que el indicador de ventas entrega un nivel de actividad desarrollado por cada empresa y de su potencial acceso al sistema financiero, a la tecnología y a la capacitación.

Por lo que su clasificación queda de la siguiente manera:

Tamaño	Valor de ventas anuales en unidades de fomento⁵
Pequeña Empresa	De 2.401 a 25.000
Mediana Empresa	De 25.001 a 100.000

Fuente: SII⁶

⁵ La unidad de fomento (UF) es fijada diariamente por el Banco Central de Chile en función de la inflación. Es utilizada ampliamente por el sistema financiero en sus operaciones de crédito, así como por CORFO y otras instituciones para determinar de modalidades de apoyo a la PyMEs.

⁶ Servicio de Impuesto Internos

Clasificación desde el punto de vista del empleo

Tamaño	Número de empleados ⁷
Pequeña Empresa	De 10 a 49 empleados
Mediana Empresa	De 50 a 199 empleados

Fuente: SERCOTEC

Clasificación desde el punto de vista del sector industrial

Tamaño	Número de empleados ⁸
Pequeña Empresa	De 1 a 50 empleados
Mediana Empresa	De 51 a 200 empleados

Fuente: SII

⁷ Según el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC 2001)

⁸ El criterio utilizado por SOFOFA en el sector industrial, según la cantidad de trabajadores

2.4) Políticas específicas para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas como sector de la Economía.

Existen varias instituciones las cuales entregan bases e instrucciones a los pequeños empresarios para que se desenvuelvan de mejor manera dentro de las actividades principales que tenga cada uno de ellos.

A continuación se mencionan las que se encuentran disponibles en cada institución actualmente.

a) CORFO⁹

+ Certificación para servicios turísticos de calidad

Programa que subsidia la contratación de una consultoría, el cual cubre la implementación y parte del costo de la auditoría de verificación de sistemas de gestión de calidad y de servicios turísticos en empresas pertenecientes a este sector, en base a normas chilenas oficiales de turismo.

+ Programas de emprendimiento locales

Subsidio que apoya a los emprendedores de una localidad a través del “subsidio a inversiones”, lo cual permite acceder a nuevas oportunidades de negocios, y por ende, desarrollar sus competencias y capacidades como pequeña o mediana empresa en el mercado que se desarrolla.

⁹ CORFO 2011

Crédito CORFO micro y pequeña empresa

Crédito que financia inversiones y capital de trabajo de micro y pequeños empresarios. El presente crédito se otorga a través de instituciones financieras no bancarias con recursos de CORFO.

Fondos de asistencia técnica FAT

Apoya la contratación de consultorías especializadas en ámbitos de gestión que contribuyan a mejorar la calidad y productividad de las empresas.

b) SERCOTEC¹⁰

Promoción y canales de comercialización

A través de este servicio, si es micro o pequeño empresario con una iniciación de actividades, podrá acceder a espacios para difundir y/o comercializar sus productos o servicios a través de su participación en ferias o eventos comerciales. Es un servicio cofinanciado, SERCOTEC aporta el 90% del valor de la prestación y el empresario aporta como mínimo el 10% restante.

¹⁰ SERCOTEC 2011

Emprendimiento digital

Su objetivo es desarrollar y/o fortalecer conocimientos y capacidades en empresarios y/o emprendedores para la implementación de prácticas efectivas, que les permitan comercializar y gestionar a través de internet.

Asesorías y servicios empresariales

A través de este servicio, si es micro o pequeño empresario con iniciación de actividades (6 meses de antigüedad) podrá acceder a asistencias técnicas personalizadas en diferentes ámbitos; tales como jurídica, contable, diseño, entre otras; para fortalecer las actividades económicas de su empresa. Es un servicio cofinanciado, SERCOTEC aporta el 70% del valor de la prestación y el empresario aporta el 30% restante

A lo señalado anteriormente, se presentaron ciertas vías de lineamientos generales, para que éstos accedan a fuentes tanto privadas como gubernamentales (Bancos, CORFO, Cajas de Compensación, entre otras), y el aporte que hacen éstas más allá de sus actividades principales.

Capítulo 3

El Turismo como sector industrial de la Economía

El siguiente capítulo, se presenta el concepto de turismo en sí, haciendo énfasis en los tipos de turismos que se encuentran en la región, así como las ventajas competitivas y comparativas que se tienen.

3.1) Concepto de Turismo

El significado etimológico del término turismo, deriva del idioma inglés de la locución “tourism” a su vez “tour” deriva del latín “tornus”, cuyo significado en esta lengua era el mismo que el expresado, es decir, dar un paseo o vuelta. A las personas que realizaban estos “tours” se les denominada “tourist”.¹¹

El turismo entonces con la acepción anterior se podría definir con una actividad de ocio que consiste en desplazamientos, a visitar lugares por placer, atractivos por su valor cultural, bellezas naturales, clima y que lo integran dos personas el turista y la actividad turística en sí.

3.2) El Turismo como actividad comercial

El turismo es una actividad con vinculaciones económicas, sociales y culturales, siendo un factor de desarrollo que genera empleos, aporta divisas y destina inversión.

¹¹ “Principios elementales de Turismo”. Urrutia Castro, Aníbal. Vol 1

3.3) Chile Turístico

Por las características geográficas que presenta Chile, reúne una gran cantidad de condiciones naturales necesarias para atraer naturalmente el turismo a dicho país, sin que tenga un costo realmente directo.

Respecto a las características geográficas, se refiere a la variedad de climas a lo largo del país, posee recursos naturales que ningún otro país tiene, una extensa costa con sus riquezas pesqueras, entre otras. Lo que genera un país muy atractivo, tanto para el Turismo, como también para las inversiones en el sector.

3.4) La Quinta Región de Chile como zona turística

Ventajas comparativas

Cabe mencionar, que tanto Valparaíso, Viña del Mar, Algarrobo, San Antonio como otras ciudades de la Quinta Región, son las que concentran mayormente la atención y preferencias al momento de elegir un destino para visitar en temporadas estivales, para vacacionar o simplemente salir con la familia en los fines de semanas largos.

La respuesta al por qué es tan demandada la Quinta Región por personas nacionales como extranjeras, es porque esta Región posee grandes ventajas que la hace diferenciarse respecto a otras regiones del país. Dentro de las ventajas que puedo nombrar y las que considero primordiales para que una región sea altamente turística, se encuentran las siguientes:

La Región de Valparaíso posee una bella costa con enormes balnearios que pueden ser visitados durante todo el año a lo largo de toda la región; el campo es otro atributo que también atrae a aquellos turistas que buscan un lugar que les otorgue un momento de tranquilidad y de relajación, en este caso puedo mencionar la comuna de Olmué, la cual está catalogada como una de las que posee el mejor clima a nivel mundial; la gastronomía en abundancia, es otro tema que cabe destacar, ya que al ser una región productora, otorga una gran variedad de alimentos que van desde los mariscos hasta los productos agrícolas, lo que implica entregar a los turistas, platos frescos y con alimentos de calidad; la nieve es otro punto importante por lo que se destaca la región, si bien en época estival no es fecha fuerte en turistas, sí lo es en lo que va de Mayo a Septiembre, por lo que muestra otro lado del turismo y lo que explica que ésta región tiene demanda de turistas a lo largo de todo el año y en diferentes atributos ; el Arte, la Cultura en la bella ciudad de Valparaíso, con sus pinturas y cerros célebres, contribuyen a generar mayor realce para ésta región; la ventaja de estar conectada en pocas horas con otras regiones del país y de Argentina sigue explicando el por qué se estima que las Pymes del área turístico de esta región, están jugando un papel clave en el desarrollo del turismo nacional, es más, el turismo se perfila en lograr el tercer lugar de la actividad económica nacional después del cobre y la agroindustria. Todo esto genera posicionar a la Quinta Región como una de las primordiales en cuanto a turismo, ya que posee variadas ventajas que otras regiones no pueden proporcionar a los visitantes.

b) Ventajas competitivas

La Región de Valparaíso presenta variados atributos tanto humanos, patrimoniales y climáticos para el desarrollo sustentable del turismo, que en conjunto con sus servicios turísticos ofrecen un producto de primer nivel en el contexto nacional, posicionando así a la le región como el segundo destino turístico y de creciente calidad en la oferta global.

Es importante mencionar y recordar que el Turismo es una actividad con gran impacto económico a nivel regional, y es así, aprovechando las ventajas que las distingue de otras regiones, es imprescindible y muy necesario que las pequeñas y medianas empresas que trabajan en el área del sector turístico, busquen apoyo en entidades tales como SERNATUR, CORFO, para fortalecer el actual posicionamiento de la Región de Valparaíso como uno de los principales destinos turísticos de Chile, impulsando a una mejora efectiva y continua respecto a su competitividad en el área.

La Región de Valparaíso en virtud de todo lo anteriormente dicho, está dirigida en convertirla en la región en el primer destino Turístico de Chile¹², identificando el Turismo de corta instancia, Turismo vacacional y Turismo de Congresos y Negocios, de modo que la caracterice por su recepción y que la diferencie ante regiones que poseen atributos naturales similares a los ya nombrados.

Efectivamente las estadísticas muestran que la Región de Valparaíso es el principal destino turístico de Chile, donde Valparaíso y Viña del Mar constituyen un

¹² Turismo en Chile, Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.

polo de gran atracción y posicionamiento. Un lugar especial lo constituye Isla de Pascua, uno de los lugares más atractivos y reconocidos por el turismo internacional. Por otra parte, el Archipiélago de Juan Fernández está iniciando un mayor desarrollo turístico, poniendo en valor su riqueza paisajística y su particular biodiversidad. Asimismo, el área del Litoral de los Poetas es el destino más visitado por el turismo nacional, mientras que el Valle de Aconcagua, los entornos y destinos de La Campana, el Litoral Norte y Petorca son los grandes potenciales para reforzar los empujes de posicionamiento y poner en valor las ventajas de cada territorio de esta Región.

Es así como definitivamente la Región tiene mucho que ofrecer, además de un gran potencial por descubrir, en cuanto a su patrimonio cultural, sus valles y poblados, la cordillera, su riqueza rural, sus tesoros marinos, paisajes y muchos otros que ponen cada vez en la vanguardia el reconocimiento de la Región de Valparaíso como potencia turística

3.5) La industria turística de la Quinta Región

Zonas turísticas

Por excelencia se puede catalogar a la Región de Valparaíso como una de las regiones que posee variados atractivos, en ellos puedo mencionar la extensa costa, siguiendo por los valles interiores y por último una larga y extensa cordillera que hace la zona inigualable y que ofrece variados servicios turísticos de calidad.

Partiré clasificando los diferentes estilos de Turismos que tanto visitantes nacionales como extranjeros pueden disfrutar:

Turismo Rural: Se puede decir que es una de las actividades por excelencia que ofrece la Región, ya que localidades rurales como Quillota, Limache, Olmué ofrecen a los turistas la posibilidad de impregnarse del aire campestre, folclore y vida de los propios pobladores campesinos en un entorno totalmente natural y de tranquilidad. Dentro de lo que se puede conocer en este turismo, es asistir a rodeos, trillas y conocer más de cerca criaderos de animales como también tener contacto directo con productores agrícolas que poseen sus predios y otorgan productos de calidad, tales como los tomates y paltas que son los productos agrícolas que más sobresalen en la región.

Turismo Religioso: Este es un tipo de turismo más particular, lo que conlleva a visitar los lugares de culto de la región, entre ellos destacan el Santuario de Santa Teresa de los Andes y Santuario de Lo Vázquez y también es posible visitar hermosas construcciones de diferentes estilos de Iglesias como La Matriz, emblema religioso de la Ciudad Puerto.

Ecoturismo: Al destacarse por ser una región que posee grandes y hermosos territorios naturales también ofrece entornos en los que se podrá explorar, para ello hay opciones tales como caminatas por senderos, específicamente en el Parque Nacional La Campana, que alberga reservas naturales y permite la observación de la flora y fauna característica del país de Chile.

En cuestión los principales servicios que ofrece la región, se pueden nombrar los siguientes:

Ciclismo, Escalada y Montañismo, Ski, Trekking, Buceo, Deporte Náutico: Wind Surf, Surf, Rafting y Kayak, Fotografías y observaciones de la Flora y Fauna

Todo lo anterior, hace una referencia dinámica sobre los tipos de turismos que podemos encontrar en la región de Valparaíso, en este sentido las empresas pueden aprovechar las ventajas comparativas que ofrece la región como sus ventajas competitivas.

Capítulo 4

Investigación de las PyMEs turísticas de la Quinta Región

En los capítulos anteriores se analizaron los aspectos relacionados con las pequeñas y medianas empresas. El objetivo de este capítulo es exponer las bases principales que se siguieron para recopilación, y la sistematización de la información, como sus limitantes.

4.1) La formulación del problema

¿Cuáles son los principales factores que impiden acceder al financiamiento, en el sector turismo de la región Valparaíso?

Los síntomas del problema

Carmen Greco, presidenta de la Federación de MiPyME sostiene que dentro de las principales dificultades que tienen los emprendedores al momento de iniciar sus actividades, es el financiamiento que se les otorga, por lo tanto insiste en que los recursos que apoyan a los empresarios deben llegar de manera más efectiva y rápida a los emprendedores y que no solo estos financiamientos se queden en las grandes empresas.

La directora de Acción Emprendedora, Macarena Ciudad, indica que los principales problemas que tienen los pequeños y medianos empresarios es que aun no cuentan con todo el apoyo que se merecen, si bien existen variadas herramientas de fomento a este tipo de empresas. No se focalizan en el objetivo principal para reforzar y facilitar la formalización de éstas, ya sea por medio de la capacitación para la gestión de la

empresa, su financiamiento, aspectos legales, esto provoca que muchas empresas se vayan quedando en el camino y no surjan al pasar de los años.

El problema y la problematización

Las principales dificultades que tienen las PyMEs en los financiamientos dentro de la región.

- a) ¿Problemas que se tienen para acceder al financiamiento?
- b) Los principales usos que se le da al financiamiento una vez otorgado.

4.2) Formulación de hipótesis

¿Cuál ha sido el factor por el cual las pequeñas y medianas empresas, no pueden acceder a los financiamientos en la región Valparaíso en el rubro hotelero turístico?

¿Qué información se necesita?

Principales obstáculos presentados.

Tipos de financiamiento que ofrecen para las pequeñas y medianas empresas.

¿Qué datos son necesarios?

¿Cuáles fueron sus fuentes de financiamiento?

¿Cuál fue el motivo de utilizar dicho financiamiento?

4.3) Limitaciones

Las dificultades presentadas para la recolección de datos fueron por la falta de cooperación de las pequeñas y medianas empresas para brindar la información necesaria. Sin embargo se logran los objetivos planteados.

Se realizo en la quinta región Valparaíso entre los empresarios del rubro de Hotelero Turístico, especialmente en hostales.

4.4) Diseño de la investigación

Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es básica orientada a ampliar las fronteras del conocimiento de las personas de las distintas realidades o especialidades, de acuerdo con el autor (Sánchez & Reyes, 2002), por motivos de recolección de información sobre las pequeñas y medianas empresas de la región de Valparaíso a fin de ampliar el conocimiento sobre las dificultades que se presentan al momento de financiar a las PyMEs.

Tipo de investigación

La investigación es de nivel descriptiva, ya que está orientada a conocer una determinada realidad y a explicar la frecuencia de ocurrencia de algo, tomando como referencia a Sánchez & Reyes (2002), el propósito consiste en describir las características de las pequeñas y medianas empresas en relación con su financiamiento y la manera de acceder a ellos.

Población – Muestra

La población de pequeñas y medianas empresas dentro de la quinta Región de Valparaíso es de 13,652 empresas¹³, con efecto de estudio se excluirán las que no pertenecen al rubro Hotelero Turístico. Por ende, el segmento de la población a estudiar de las PyMEs, corresponde principalmente a los que prestan servicios de alojamiento turístico (hostales), el cual está constituido por 196 hostales de la Quinta Región de Valparaíso¹⁴.

Muestra

Para tomar la muestra de estudio de esta investigación por motivos de costos y tiempo, se optó por una muestra no-probabilística, intencional, se tomaron las pequeñas y medianas empresas más factibles de disponibilidad, para proporcionar la información requerida al momento de realizar dicho estudio. Se siguió determinados criterios procurando, en la medida de lo posible que la muestra sea representativa. Ya que este tipo de muestras es difícil definir el grado de confiabilidad.

Lugar de investigación

Se llevó a cabo la investigación en la Quinta Región de Valparaíso, donde se recolectaron los datos necesarios para esta misma.

Duración de la investigación

Se llevó durante los últimos 3 meses del presente año.

¹³ Elaboración SERCOTEC, sobre la base de SII, año 2008

¹⁴ Turismo, informe anual 2009

Técnicas e instrumentos

La técnica utilizada fue la recolección de datos, de fuentes primarias por medio de encuestas, los instrumentos utilizados para la recopilación de información, fueron los cuestionarios estructurados.

Procesamiento y representación de datos

Primer paso:

Se elaboraron los cuestionarios con los datos requeridos para la investigación y se sacaron las unidades necesarias.

Segundo paso:

Se llevaron a cabo las encuestas personalmente con ayuda de unos colaboradores, la duración fue de un mes por la distancia que se encuentra entre hostales.

Tercer paso:

Conforme se iban obteniendo las encuestas se fueron procesando, para tener más rapidez en los resultados que arrojará.

Cuarto paso:

Se analizaron los datos

En este capítulo tuvo por objeto dar un marco referencial al estudio de investigación realizado, puesto que cada investigación tiene cierta especialización dependiendo el enfoque que se requiera, también se menciona la limitante que se presentó durante su recopilación, sin embargo, se llegó al objetivo manteniendo una muestra representativa.

Análisis de resultados

Focalizando el contexto de esta investigación, puede decirse que, un gran grupo de pequeños empresarios no cuentan con acceso a los financiamientos, de acuerdo a los resultados arrojados por la investigación, de la muestra seleccionada, confirma que existe una gran dificultad para obtener estos, sin embargo son esenciales para el desarrollo de las PyMEs, puesto que sin ellos no pueden desarrollarse ni competir con los demás hostales que se encuentran dentro de la misma zona.

Ya que un 60% de los hostales que fueron encuestados no obtuvieron financiamiento en primera instancia, los cuales genera un ingreso por ventas anuales menores a diferencia del otro grupo que equivale al 40% que si obtuvo un financiamiento, por ende sus ventas anuales fueron más altas, dado que cuentan con mayor inversión en la infraestructura de sus negocios.

De acuerdo a la investigación realizada los hostales que tiene un financiamiento inicial, destinan en un 100% el financiamiento a lo que es infraestructura, un 70% en la creación de nuevas habitaciones, y el otro 30% lo utilizan directamente en la renovación de las ya existentes o ampliación, dentro de las renovaciones mencionaban los administradores, que como se contaba con un capital inicial pequeño se establecían con inmuebles básicos, pero al momento de que le fuera otorgado el financiamiento se optaba por cambiar ciertos inmuebles que fueron deteriorados por su uso, o bien comprar nuevos artículos, los cuales les dan un mayor valor agregado a su hostel y así poder ser más competitivos con el resto que se encuentra en su entorno , ya que la quinta

Región, tiene un alto índice de visitas extranjeras, en la cual ellos se especializan en dar alojamiento a los turistas.

No obstante, a que el financiamiento es una parte verdaderamente esencial para su desarrollo, se tienen grandes dificultades para poder acceder a estos, las razones principales que expresaron los hostales, fueron que las tasas de costos de inversión son muy elevadas, demasiados trámites que exigen, el período de inversión el muy largo, y algunos mencionaron, la falta de difusión de los financiamientos a los cuales ellos como PyMEs, pueden acceder. Haciendo un análisis más detallado sobre las dificultades que tienen al momento de optar por un financiamiento, resultó que en un 73% de los encuestados, era por no cumplir un requisito, ya sea garantías, que no cubren el porcentaje de exigencia, puesto que por el tamaño o característica de la operación que se realiza no pueden ser calificados para el apoyo. La parte correspondiente al 27% restante no accedió a estos financiamientos por el desconocimiento parcial de tales, dicho en otras palabras, sabían que existen apoyos para sus empresas, sin embargo, no conocían del todo la información necesaria para poder acceder a los financiamientos, vuelve a ser un punto de referencia la falta de información, ya que ellos aseguran que la información no es muy fácil de obtener.

Por otro lado se debe tomar en cuenta que no todos los empresarios tienen un nivel alto de estudios, más bien son empresas creadas por familias de bajos recursos, los cuales en primera instancia empezaron a dar alojamiento en sus casas, al momento de obtener una gran ingreso y para no tener problemas con el gobierno, se establecieron

como hostales, es por esta razón que se les dificulta encontrar la información necesaria para acceder a los mismos.

En este sentido, la diversidad de conocimientos en cuanto al negocio es muy grande, algunos por corazonada, y otros que tienen niveles de estudio más altos, estos últimos son los que se establecen desde un principio como hostales, y por consecuencia son los que tienen el financiamiento desde el inicio de sus actividades.

Desde el punto de vista de las empresas que no cuentan con un financiamiento, los principales apoyos que necesitan dentro de sus organizaciones, hacen referencia que deben tener capacitaciones para los administradores (en la mayoría de los casos son familiares), en cuanto a las mejores oportunidades que ellos podrían acceder para obtener un financiamiento de acuerdo a sus capacidades y garantías que pueden ofrecer como empresa, es importante también subrayar que un 28% de las empresas pide asesorías legales en lo laboral, ya que al momento de crecer sus empresa debe tener un mayor número de empleados, lo cual conlleva a mayores responsabilidades como empresas hacia sus empleados, y al no tener una idea clara de cómo poder llevar esta situación legalmente optan por seguir de la misma manera y desconocen los problemas que les podría acarrear esta situación.

Tal y como se ha mencionado a lo largo de la investigación, la mayoría de las PyMEs que no acceden a los financiamientos es por la significativa falta de difusión de los mismos, y no deja de ser un punto relevante para los empresarios ya que aproximadamente un 30% de las empresas no cuentan con información de este tipo.

Conclusiones

Dentro del marco que se refiere a las PyMEs, el desarrollo y fomento de éstas, está ligado directamente a las actitudes emprendedoras de las personas, plasmando sus ideas innovadoras, implantando proyectos realizables, y generando buenas gestiones dentro de sus empresas, para así lograr sus objetivos óptimos.

Agregando a lo anterior, uno de los factores que permiten efectivamente el desarrollo de los pequeños y medianos empresarios, es el financiamiento con el cual ellos logran realizar sus proyectos planificados, ya que la mayor parte de los pequeños emprendedores, pueden tener una idea de negocio muy estructurada y organizada. Sin embargo, la limitante principal que concreta o define si el proyecto se lleva a cabo o se abandona, es el tema del financiamiento, o en términos más técnicos el capital de trabajo con que se contará inicialmente para su puesta en marcha.

Basándonos en la información recopilada de la investigación, ésta demuestra que efectivamente, existe una gran brecha entre las oportunidades que les ofrecen las instituciones privadas o públicas con el resultado que tienen las PyMEs al intentar acceder a estos apoyos. Esto generalmente se produce, debido a la mala difusión o simplemente el poco interés del pequeño emprendedor a no informarse o adquirir ayuda en terceros.

Los principales obstáculos que resultaron en el estudio fueron, que las tasas de crédito son muy altas, las cuales en mucho de los casos, no se alcanzarían a pagar la

totalidad de sus compromisos, por otro parte, se demuestra que los requisitos exigidos son en cierto modo excesivos, que por lo tanto deja a los pequeños empresarios limitados a sus propósitos, ya que no cumplen con lo requerido en su cabalidad. Un ejemplo claro de esto, es el tema del tamaño de la organización (ya sea por el número de empleados, ventas o sector industrial al que pertenecen). Otro de los ejemplos, es el tema de las garantías que puede ofrecer este pequeño emprendedor para que le sea otorgado dichos financiamientos, las cuales si no son los suficientemente convincentes, se estrecha la posibilidad de la adquisición de estos beneficios.

Frente a estos obstáculos, nos encontramos que la mayor parte de los emprendedores que han decidido y podido financiar su proyecto, ya sea por iniciar o en funcionamiento, lo ha hecho por medio de bancos, los cuales pertenecen al sector privado de los generadores crediticios. Esto se debe, a que al ser éstos empresas destinadas a generar vías de financiamiento e inversión, son ellos mismos los que buscan a los pequeños emprendedores para otorgarles incentivos a llevar a cabo su proyecto. Sin embargo, la gran problemática está en las altas tasas de inversión, por lo que genera cierta incertidumbre si se accede al beneficio o no. Lo último explica la razón del 60 % que se obtiene en el estudio, los cuales no han tenido financiamiento alguno para sus planes.

Si un pequeño emprendedor obtiene algún tipo de financiamiento, dentro de las inversiones primordiales que se generan son destinar los recursos a la infraestructura de su empresa, debido a que son Hostales que atraen mayormente a extranjeros por ser una

Región portuaria y por poseer grandes atributos naturales (recursos naturales, clima agradable, lugares turísticos para visitar, museos, etc.). Esta inversión en infraestructura, se destina especialmente para mantener sus funciones turísticas y para entregar innovaciones a los posibles visitantes que lleguen a lo largo del año, esto se concreta a través de ampliaciones a sus establecimientos, para así generar más capacidad de estadias diarias y por ende, obtener beneficios en el largo plazo de esto.

Ante el resultado del análisis de la investigación se hacen las siguientes recomendaciones:

- 1.) Las instituciones privadas o públicas encargadas de ofrecer los financiamientos a las pequeñas y medianas empresas, debieran hacer mayor promoción sobre las fuentes de financiamiento a las cuales puedan acceder estas empresas.
- 2.) Que los requisitos exigidos por las instituciones u organizaciones, sean adaptados según el tipo de empresa que quiere acceder a ellos, ya que cada una destina el financiamiento de diferente manera, por lo cual puede ofrecer diferentes tipos de financiamiento de acuerdo a la destinación final que los pequeños y medianos empresarios le den a dicho apoyo.
- 3.) Que ofrezcan capacitación al personal de las empresas para que tengan una idea más clara de cómo gestionar sus recursos financieros, de manera eficiente en su organización, de tal manera que genere los beneficios esperados.

Bibliografía

Antonio Vives, A. C. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*.

CORFO. (s.f.). *Cororación de Fomento de la Producción*. Recuperado el 23 de Octubre de 2011, de www.corfo.cl

Correa, M. E., Flynn, S., & Amit, A. (2004). *Responsabilidad Social corporativa en América Latina: Una vision empresarial*. Santiago de Chile: Naciones unidas.

D., M. C. (2002). *Turismo en Chile*. Santiago, Chile: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.

INE Servicio Nacional de Turismo. (13 Agosto 2010). *Turismo, informe anual 2009*. Santiago, Chile.

Sánchez, H., & Reyes, C. (2002). *Metodología y diseños e la investigación científica*. Lima: Universitaria.

SERCOTEC. (s.f.). *Servicio de Cooperación Técnica*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2011, de www.sercotec.cl

SERNATUR. (18 de Octubre de 2011). Región Viva. Valparaíso, Chile. Recuperado el 18 de Octubre de 2011, de <http://www.sernatur.cl/noticias/plan-estrategico-2016-para-el-turismo-en-la-region-de-valparaiso>

SOFOFA. (24 de Octubre de 2011). *Sociedad de Fomento Fabril*. Recuperado el 24 de Octubre de 2011, de www.sofofa.cl

Anexos

INSTITUCIONES RELEVANTES

SERCOTEC

El Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) promueve las iniciativas que tienen las pequeñas y medianas empresas, para que puedan acceder a los mercados, y así pueden integrarse de manera más fácil al mundo competitivo que tienen como entorno.

SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo, es organismo público que sus actividades principales especialmente son promover y difundir las actividades que se pueden desarrollar en Chile dentro del entorno turístico. Ofreciendo programas a los empresarios para promover sus servicios hacia los mismos turistas así como la mejor manera de comercializar sus productos o servicios.

CORFO

Corporación de Fomento de la Producción de Chile. Se focaliza primordialmente a impulsar la innovación de los empresarios, a través de sus diferentes líneas de crédito que tiene con las agencias regionales. Apoyando de esa manera a las PyMes, haciéndolas más competitivas en el entorno donde se desenvuelven.

PROCHILE

Es una de la principales entidades a apoyar a los pequeños empresarios a desarrollarse en los procesos de internacionalización, así ellos puedan aprovechar todos los beneficios comerciales que tienen el país con otros.

Datos Tabulados

Gráfico No.1



Gráfico No. 2

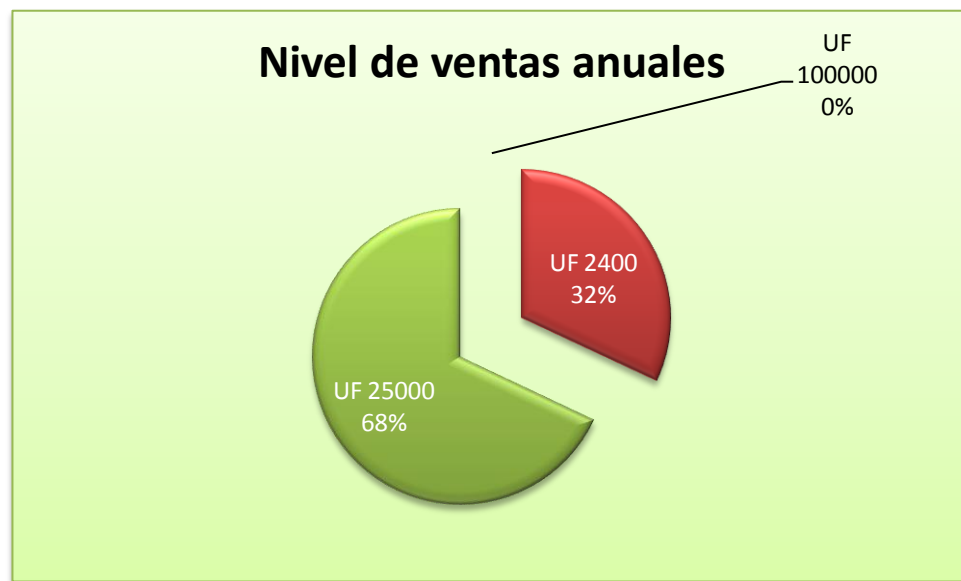


Grafico No.3

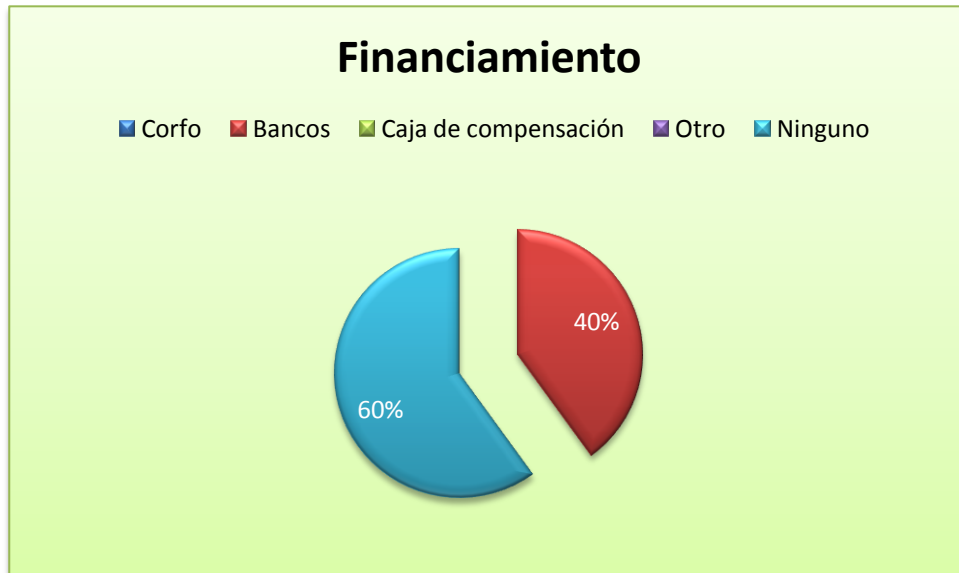


Grafico No.4

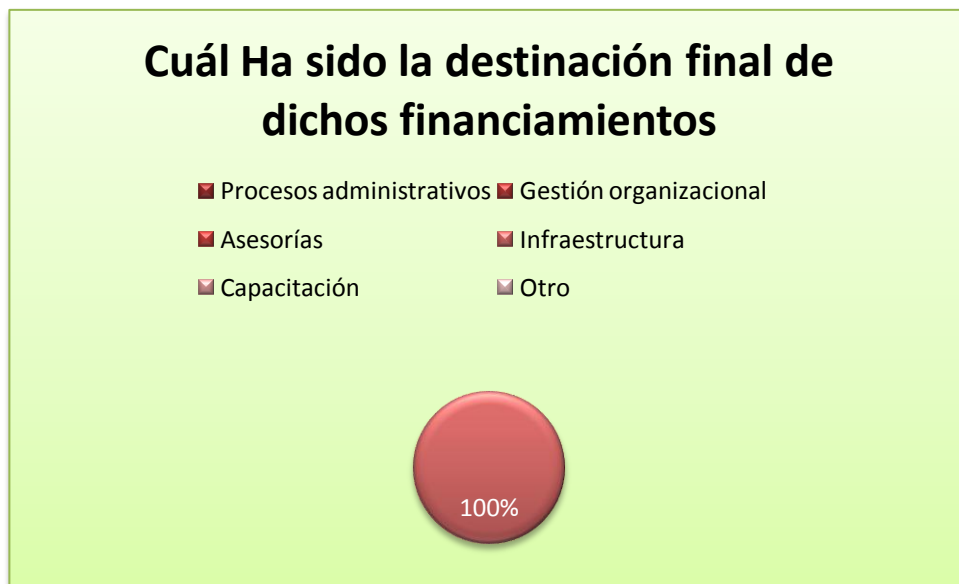


Grafico No.5



Grafico No. 6



Grafico No. 7

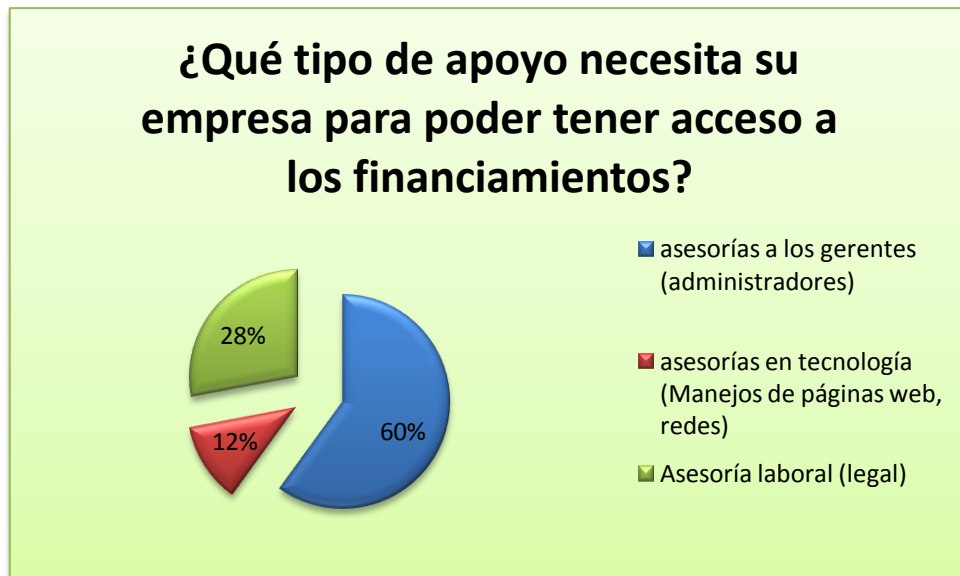


Grafico No. 8



Encuesta a PyMEs

- a) Registre sus respuestas en el espacio consignado en cada pregunta, siguiendo las indicaciones que se establezcan para cada caso.
- b) En donde se dan respuestas predefinidas seleccionar con una equis (X), solo una de ellas.

1. Identificación de la empresa:

Nombre de la empresa:	Región:
Actividad principal:	E-Mail (de la empresa):
No. de años de la actividad principal indicada:	Teléfono
Año de inicio de la empresa:	

2. Datos relevantes de la empresa:

Organización jurídica (Indique con una equis "X" su opción)	
1. Persona Natural	3. Sociedad Anónima
2. Sociedad de Responsabilidad limitada	4. Sociedad Anónima Abierta
5. Otra Especificar	

3. Nivel de Ventas Anuales (indicar con una equis "X" su opción)

Sector	Ventas Anuales en UF		
	Hasta	Hasta	Hasta
hotelero Turístico	2.400	25.000	100.000

4. Financiamiento

¿Por cuál de las siguientes instituciones logro su financiamiento?
(indicar con una equis "X" su opción)

CORFO	
Bancos	
Caja de compensación	
Otro especifique	
Ninguno	

En caso de haber optado por la opción Ninguno, diríjase a la pregunta N° 9

5.

¿Cuál ha sido la destinación final de dichos financiamientos?
(indicar con una equis "X" su opción)

1. Procesos Administrativos	
2. Gestión organizacional	
3. Asesorías	
4. Capacitación	
5. Infraestructura	
Otra especifique	

En caso de haber optado por la opción una o dos, diríjase a la pregunta N° 9

6.

Tipos de Infraestructura (indique con una equis "X" su opción)

Creación del inmueble	
Ampliación	
Renovación	
Otro Especifique	

7.

Tipos de Capacitación (indique con una equis "X" su opción)

Interna	
Externa	

8.

Tipos de Asesorías (indique con una equis "X" su opción)	
Propias por la empresa	
Empresas Especializadas	

9.

¿Principales razones por las cuales no utilizó financiamiento? (indique con una equis "X" su opción)	
Elija la opción que este mas a fin por qué no pudo utilizar financiamiento	
No cumple con las garantías exigidas	
No está muy informado sobre los financiamientos	
Desconozco totalmente los financiamientos	
Otro Especifique	

10.

¿Qué tipo de apoyo necesita su empresa para poder acceder a los financiamientos? (marque con una equis "X" su opción)	
Medio de apoyo	
Asesoría a los gerentes (administradores)	
Asesoría en tecnología (manejo de páginas web, redes)	
Asesoría en laboral (legal)	

11.

¿Cuáles son las principales barreras que encuentra al pedir un financiamiento? (indicar con una equis "X" su opción)	
Costos elevados (tasas)	
Falta de conocimiento de las fuentes (difusión)	
Desconocimiento total de la existencia	
Período de la inversión es muy largo	
Demasiados Tramites	