UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA COMERCIAL

GUÍA DE CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE COSTOS Y REGISTROS CONTABLES PARA MICROEMPRENDEDORES

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA

NICOLE HENRÍQUEZ VIDELA

PROFESORA GUÍA

DRA. TERESITA ARENAS YÁÑEZ

PROFESOR CORREFERENTE

DR. PATRICIO RUBIO ROMERO

SANTIAGO, 13 DE OCTUBRE DE 2022

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a mi familia, amor eterno para cada una/o de ustedes. En particular, a mi madre, Yazmín, por acompañarme, abrazarme y llenarme de amor en el difícil proceso que fue estudiar tan lejos de casa. Mis hermanos que, siempre, con su humor, peleas chistosas y panoramas me sacaron de los momentos de estrés. Mi abuela, socialmente conocida como "Weli", por su amor incondicional y a mi abuelo, Humberto, por regalarme el privilegio de tener estudios universitarios y apoyarme.

En segundo lugar, quiero agradecer a mis amigas y amigos que me regaló la universidad y a todas las personas que conocí en todas las actividades extraprogramáticas que realicé en mi vida universitaria; taller de Voleibol en Campus Vitacura, CAIC y movilizaciones. Además, agradecer a todas/os las/os profesoras/es que me dejaron una enseñanza más allá de los conocimientos técnicos y a quienes tuve la oportunidad de apoyarlas/os con ayudantías; Profe Mabel, Profe Guísela, Profe Juan, Profe Teresita, Profe Gladys y Profe Iván.

En tercer lugar, no puedo dejar de agradecer a todas las personas que participaron de esta investigación; Profesora Teresita, a las expertas; Mirena, Sandra, Sally, Daniela, Vivi y Jocelyn, y las/os emprenderás/es; Carla, Mercedes, Susana, Jennifer, Fabián y Marcela.

Por último, y no menos importante, quiero agradecer a Víctor, a mi querido equipo del Programa Emerge, de Fortalecimiento Comunitario y a Simón de Cirene por confiar en mis talentos, permitirme conocer el mundo social, amar lo que hago y enseñarme que el afecto genera grandes efectos, hasta el punto de cambiar o mejorar vidas.

¡Muchas gracias!

RESUMEN EJECUTIVO

En Chile se ha evidenciado un importante aumento en la actividad emprendedora y, por ende, se ha puesto sobre la mesa el importante rol que ésta juega para la economía del país en la creación de empleos. Así lo demuestra la Encuesta de Microemprendimiento (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo & Instituto Nacional de Estadísticas, 2018), pues los resultados evidencian que casi 2 millones de personas son microemprendedoras, marcando un crecimiento del 9,9% respecto a la versión anterior del mismo estudio y generando poco más de 3.200.000 puestos de trabajo el año 2017. Sin embargo, uno de los puntos críticos que revela este estudio son los altos índices de informalidad, un 52,2%. Hilando más fino, una cifra no menor, el 41,2% de los encuestados, se declararon informales y sin registros contables, cayendo en la categoría de altamente informal. Según las expertas consultadas en la presente investigación, estos altos índices de informalidad están estrechamente relacionado con los niveles de ventas de dichas unidades económicas, pues plantean que no es rentable o conveniente formalizarse, si éstas no son buenas. Si lo llevamos a números, dichas opiniones no están tan alejadas, pues un 70,3% de los encuestados, quienes son altamente informales, expresó que no ganaba más que un sueldo mínimo, $257.500 en el 2017, y un 12,2% obtuvo ganancias entre $257.50 y $375.000. Otro factor relevante que puede inferir en los bajos índices de formalidad es la brecha educacional, como postulan las expertas consultadas en la presente investigación, la información está, pero consideran que no está en un lenguaje que todas las personas puedan entender, lo cual repercute en que se crea que la formalización es costosa, que tiene muchas trabas y que no existen incentivos para hacerlo. Esto último, tiende a tener mucho sentido cuando los resultados demográficos de la investigación realizada en el presente escrito, pues arrojó que un 40,4% de las personas

encuestadas termino la educación media y el 50,2% sólo terminó la básica o no tuvo educación formal.

Desde el punto de vista de la formación y el apoyo, los resultados del estudio dejan al descubierto los bajos índices de capacitación de las y los microemprendedores chilenos altamente informales, alcanzando sólo el 15%, cuya formación se ha enfocado, mayormente, en especializarse en técnicas de su rubro. Por su parte, el 85% que no se ha capacitado en los últimos 5 años, expresó no hacerlo por no saber dónde acudir (36,2%), porque no le interesa (18,1%) y porque considera que no hay un curso adecuado a sus necesidades (14,1%). Entendiendo el importante rol que han tomado en este ámbito entidades como FOSIS, SERCOTEC, CORFO y SENCE, es relevante destacar que el 31% de las personas emprendedoras altamente informales no conocen a ninguna de estas 4 organizaciones, mientras que un 21% sólo conoce FOSIS.

Por todo lo expuesto, esta autora postula que la forma de contribuir a mejorar lo que ofrece el ecosistema emprendedor a las personas que deciden iniciar un negocio en Chile es a través de la educación y la formación, disminuyendo las enormes brechas de conocimiento y accesibilidad al mismo. Según el GEM, y los expertos que participan de éste, la educación para el emprendimiento es uno de los factores donde, como país, se está al debe desde que se iniciaron las mediciones.

Como propuesta, se plantea ampliar la literatura actual sobre gestión y administración de negocios, mediante la creación de la "*Guía de la microemprendedora y el microemprendedor: Conceptos básicos sobre costos y registros contables*", cuyo principal cualidad es entregar contenido de valor a las y los microemprendedores, mediante un lenguaje sencillo y entendible para toda persona que lo lea, ya que parte de los resultados de esta investigación concluye que existe literatura con características similares para

emprendedores, las cuales están, principalmente, enfocadas en diseñar un buen modelo de negocio, consejos motivacionales, sobre fracaso en el emprendimiento e innovación, pero no se encontró evidencia en temáticas de gestión administrativa-financiera.

Para su diseño, se realizó un análisis cuantitativo de la base de datos de la Quinta Encuesta de Microemprendimiento (2017) para caracterizar y definir el/la lector/a de la guía. Asimismo, para determinar las características y temáticas de la guía, se utilizó la entrevista en profundidad para conocer la percepción de personas expertas en capacitación y asesorías para emprendedores/as, y, en una segunda etapa, con los lineamientos entregados por las expertas, se aplicó un cuestionario exploratorio 6 emprendedoras/es que ha pasado por un proceso de formación en gestión de negocios para recoger sus opiniones y percepción sobre la temática.

Si bien, no se encontró evidencia de literatura pública, accesible y, a los ojos de esta autora, adecuada para microemprendedoras/es chilenas/os, lo que más se acerca, y por ende, se usó como marco de referencia para la guía, es el manual del programa "Más capaz, mujer emprendedora" (2015) puede ser un buen aporte para las y los emprendedores que den con este, porque cuenta con contenidos que pueden ayudar de forma integral al emprendedor/a y al negocio, pero, lamentablemente, está diseñado para ser facilitado, es decir, debe pasar por una relatoría de un tercero para ir guiando el trabajo.

Con toda la información recogida de estas instancias, el diseño de la guía consta de lo siguiente:

Lectores objetivo

Microemprendedoras y microemprendedores que no tienen desarrolladas prácticas empresariales básicas relacionadas con la contabilidad y las finanzas de sus negocios, y son altamente informales.

Este segmento de microemprendedor/a se caracteriza por lo siguiente:

- No llevan registros contables de ningún tipo.
- No se asignan un sueldo por el trabajo realizado.
- No hacen separación de gastos para diferenciar las finanzas del negocio de las finanzas personales.
- Son informales, es decir, no han iniciado actividades ante el SII.
- No cuentan con patente ni permiso municipal
- No se han capacitado en los últimos 5 años
- Se desempeñan en el rubro la manufactura y los servicios.
- Sin acceso a la educación superior
- Las ganancias del negocio son menores a un sueldo mínimo

Características generales

La guía se caracterizará por:

a. No tener más de 50 páginas de contenido.

b. Tener un lenguaje sencillo, coloquial y cercano.

c. Tener, al menos, 1 ejemplo sencillo por temática, aplicado tanto en algún rubro de la manufactura como de servicios.

d. Será horizontal, para facilitar el uso de tablas.

e. Redacción con espacios para la reflexión y el aprender haciendo.

Contenidos

Los contenidos seleccionados para la guía son:

a. Definición de costo y gasto

b. Elementos del costo; materias primas, mano de obra, otros costos de fabricación.

c. Ficha de costeo de producto; símil a la orden de trabajo (OT).

d. Costo de producción total, por categoría y unitario.

e. Decisión de precio; análisis de mercado.

f. Registros contables símil a lo solicitado en el Régimen MIPYME; registro de ingres, registro de egreso e inventario sólo en cantidades.

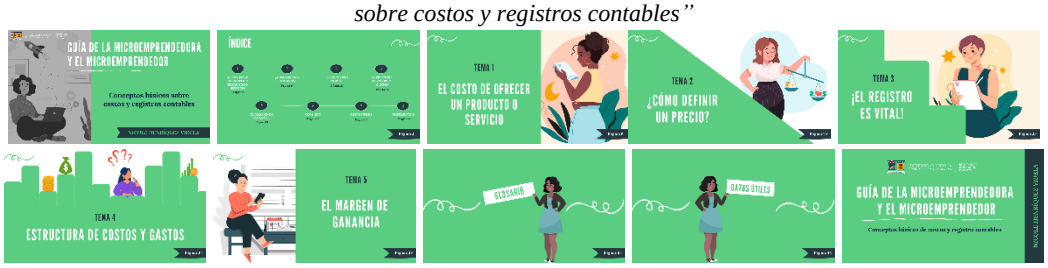
g. Costos y gastos fijos o variables y su importancia para el negocio.

h. Estados de resultado del negocio usando método directo.

i. Glosario.

j. Datos útiles; regla de 3 simple, conversión de unidades, fórmula de depreciación lineal y fórmulas de punto de equilibrio.

Ilustración 1: Principales tópicos de la "Guía para la microemprendedora y el microemprendedor: Conceptos básicos sobre costos y registros contables"



Elaboración propia

De este modo, la "*Guía para la microemprendedora y el microemprendedor: Conceptos básicos de costos y registros contables*" tiene como finalidad orientar la gestión administrativa-financiera de los microemprendimientos chilenos, principalmente, de los que tienen poco desarrolladas prácticas empresariales en este ámbito y son altamente informales. Además, busca ser un aporte a la escasa literatura accesible para todo perfil de lector y en la democratización del conocimiento sobre herramientas de gestión y administración de negocios.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS **1**

RESUMEN EJECUTIVO **2**

ÍNDICE **7**

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES GENERALES **11**

I.1 OBJETIVOS **11**
I.1.1 Objetivo General 11
I.1.2 Objetivos Específicos 11

I.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN **12**

I.3 JUSTIFICACIÓN **17**

I.4 ALCANCE **19**

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO **20**

II.1 DEFINICIONES Y CLASIFICACIONES **20**
II.1.1 Emprender, emprendedor y emprendimiento 20
II.1.1.1 Emprender. 20
II.1.1.2 Emprendedor/a. 21
II.1.1.3 Emprendimiento. 22
II.1.2 Ecosistema emprendedor 23
II.1.3 Clasificación de las empresas 24
II.1.4 Régimen MIPYME 26

II.2 EL EMPRENDIMIENTO COMO INDICADOR DE POBREZA Y DESARROLLO ECONÓMICO DE UN PAÍS **28**

II.3 EL EMPRENDIMIENTO EN EL MUNDO **29**
II.3.1 El Global Entrepreneurship Monitor 29
II.3.2 La actividad emprendedora a nivel mundial 32
II.3.2.1 La actividad emprendedora a nivel mundial desde una perspectiva de género 34
II.3.2.2 La actividad emprendedora a nivel mundial y sus características. 35
II.3.3 Expectativas de crecimiento 37
II.3.4 Condiciones para emprender y el contexto empresarial a nivel mundial 38

II.4 EL EMPRENDIMIENTO EN CHILE **42**
II.4.1 Componentes del mundo empresarial chileno 42
II.4.1.1 Estructura empresarial según clasificación por ingresos 42
II.4.1.2 Estructura empresarial según clasificación por ciclo de vida 43
II.4.1.3 Estructura empresarial según clasificación por sectores económicos 43

II.4.2 La actividad emprendedora en Chile 44
II.4.2.1 Valoración y percepción social del emprendimiento en Chile 46
II.4.2.2 Intenciones de emprender en Chile 47
II.4.2.3 Caracterización de la actividad emprendedora en Chile 48
II.4.2.4 Condiciones para emprender y el contexto empresarial en Chile 53
II.4.3 Modelo de segmentación de la actividad emprendedora en chile 56
II.4.4 El microemprendimiento en Chile 58
II.4.4.1 Perfil de la microemprendedora y el microemprendedor 59
II.4.4.2 Percepción de microemprendedor sobre el emprendimiento 62
II.4.4.3 Perfil del negocio 63
II.4.4.4 Informalidad 74
II.4.5 Agentes de formación y apoyo del ecosistema emprendedor chileno 79

II.5 ESTADO DEL ARTE 83
II.5.1 Manual Programa Más capaz, mujer emprendedora (2015). 85
II.5.2 Manual del Emprendedor de la Universidad de Talca (2016) 88
II.5.3 Guía del emprendedor del Centro de Emprendimiento (CIEM) de EmprendeLeones (2014) 88

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA 90

III.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO 90

III.2 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA 91

CAPÍTULO IV: RESULTADOS 94

IV.1 LAS PRACTICAS EMPRESARIALES DE LOS MICROEMPRENDEDORES CHILENOS 94
IV.1.1 Prácticas empresariales relacionada con la contabilidad y finanzas del negocio 94
IV.1.2 Prácticas empresariales relacionada con legalidad del negocio 95
IV.1.3 Prácticas empresariales relacionada con la administración y gestión del negocio 95
IV.1.4 Prácticas empresariales relacionada con la capacitación y la interacción con el ecosistema emprendedor 96
IV.1.5 Segmentación según prácticas empresariales 96

IV.2 PERFIL DE MICROEMPRENDEDOR Y MICROEMPRENDIMIENTO SELECCIONADO 100
IV.2.1 Perfil sociodemográfico del microemprendedor/a 100
IV.2.2 Perfil del microemprendimiento informal sin registros contables 101
IV.2.3 Prácticas empresariales relacionada con la capacitación y la interacción con el ecosistema emprendedor 101

IV.3 ENTREVISTA A EXPERTOS/AS SOBRE COSTOS, REGISTROS CONTABLES Y EL MICROEMPRENDIMIENTO 102
IV.3.1 Percepción sobre los factores asociados a los altos índices de informalidad del microemprendimiento chileno. 102
IV.3.2 Importancia y aporte de los registros contables y los costos en los microemprendimientos. 103
IV.3.3 Principales temáticas sobre costos que deben saber los microemprendedores. 104
IV.3.4 Características que debe tener la guía para que este sea útil y atractivo para los microemprendedores objetivo. 105

IV.4 CUESTIONARIO A EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES SOBRE COSTOS, REGISTROS CONTABLES Y EL MICROEMPRENDIMIENTO 106
IV.4.1 Importancia y aporte de los registros contables y costos en los microemprendimientos. 107
IV.4.2 Interés respecto de una guía sobre costos para microemprendedores 108
IV.4.3 Principales temáticas sobre costos que deben saber los microemprendedores. 109
IV.4.4 Características que debe tener la guía para que este sea útil y atractivo para los microemprendedores objetivo. 109

IV.5 DISEÑO METODOLÓGICO Y TEMÁTICO DE LA GUÍA SOBRE COSTOS Y REGISTROS CONTABLES PARA MICROEMPRENDEDORES 111
IV.5.1 Lectores objetivo 111
IV.5.2 Características generales 112
IV.5.3 Contenidos 112

IV.6 GUÍA DE LA MICROEMPRENDEDORA Y EL MICROEMPRENDEDOR: CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE COSTOS Y REGISTROS CONTABLES. 114

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS 117

REFERENCIAS 121

ANEXOS 125

Anexo A. Países participantes GEM 2018 125

Anexo B. Resumen de Segmentos Emprendedores en Chile (CORFO, 2014) 126

Anexo C. Índice Finanzas para no financieros 127

Anexo D. Índice Contabilidad y Finanzas para no financieros 128

Anexo E. Índice Finanzas para emprendedores 129

Anexo F. Índice Manual Más Capaz 131

Anexo G. Información Manual del Emprendedor 133

Anexo H. Índice Guía del Emprendedor 134

Anexo I. Entrevista semi estructurada online para expertos 135

Anexo J. Cuestionario online para emprendedores/as 139

Anexo K. Resultados SPSS análisis microemprendedores 146

Anexo L. Transcripción de entrevista semi estructurada online para expertos/as 168

Anexo M. Respuestas al cuestionario online para emprendedores/as 178

Anexo N. Guía para la microemprendedora y el microemprendedor: Conceptos básicos sobre costos y registros contables. 181

Anexo O. Información de muestreo EME – 5 207

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES GENERALES

I.1 OBJETIVOS

I.1.1 Objetivo General

Elaborar una guía sobre conocimientos básico de costos y registros contables, adaptados a la realidad de microemprendedoras/es, mediante una investigación cualitativa y cuantitativa, para orientar la gestión financiera y administrativa de sus emprendimientos.

I.1.2 Objetivos Específicos

a. Analizar y caracterizar el microemprendimiento chileno.

b. Describir las características de la literatura existente sobre formación y/o capacitación de emprendedores.

c. Identificar los conceptos básicos que deben dominar emprendedores relacionados con los costos y registros contables.

d. Crear y diseñar una guía sobre costos y registros contables adaptado para microemprendedores.

I.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Durante la última década, muchas de las economías del mundo han comprendido que "el emprendimiento es uno de los factores que contribuyen al desarrollo de los países" (Larroulet & Ramírez, 2007), dando principal énfasis al rol que juegan las empresas pequeñas como fuente de innovación, crecimiento y competitividad (Álvarez & Vergara, 2007), ya que éstas tienen la capacidad de crear nuevos nichos de mercado y de empleos. Además, son agentes de cambio y regeneración de la economía (Berríos Lugo & Espina, 2014). De este modo, la actividad emprendedora se ha vuelto un importante indicador de desarrollo económico para los países del mundo.

Chile no se queda ajeno a esta realidad, pues es el tercer país con mayor tasa de actividad emprendedora en etapa inicial (TEA), según la 20th annual Global Entrepreneurship Monitor Global Repor (2018). En terminos económicos, esto se traduce a que las PYME ayudan a levantar la economía chilena entregando más de 5 millones de trabajos de forma directa (Lobos, 2018). Sin embargo, a pesar de que la mayoría de población chilena coincide en que existen oportunidades que pueden convertirse en emprendimientos, perciben que las condiciones no son muy favorables para hacerlo (Guerrero & Serey, 2018).

Si bien el emprendimiento representa un impacto positivo en el desarrollo de los países, es necesario precisar que para obtener resultados favorables éstos deben esforzarse por fomentar y difundir, en la sociedad, una cultura emprendedora, pues "favorece a que las personas inicien nuevas actividades en los más diversos ámbitos" (Larroulet & Ramírez, 2007).

En la última versión del Global Entrepreneurship Monitor Chile (2018), en la sección donde evaluan el ambiente para emprender del país, los expertos destacan que Chile ha mejorado sus políticas generales y programas de gobierno para fomentar el emprendimiento,

lo que muestra que “hay conciencia de la necesidad de difundir los valores del emprendimiento y con ello crear en el país una cultura emprendedora” (Larroulet & Ramírez, 2007). Sin embargo, Chile aún tiene una enorme tarea por mejorar la educación para el emprendimiento en los niveles primarios, secundarios y superiores. Esto sugiere las debilidades en educación y cultura emprendedora (Larroulet & Ramírez, 2007) que posee el país y la enorme necesidad del fomento de la creatividad, iniciativa personal y espíritu empresarial en todas las etapas del sistema educativo (Guerrero & Serey, 2018).

Pero, ¿por qué educar sobre emprendimiento es un factor que favorece el ambiente emprendedor de un país? Según el economisra Israel Kirzner, toda persona está capacitada para emprender, pues el emprendimiento está presente en todas las acciones humanas. Es por esto que involucrar el emprendimiento en el sistema educativo o simplemente formar personas en el área del emprendimiento estimula la creatividad, la autoconfianza y la iniciativa personal (Guerrero & Serey, 2018). Además, promueve que las personas no emprendan por necesidad, sino que por un “proceso voluntario para aprovechar o generar oportunidades que se traduzcan en crecimiento económico” (Larroulet & Ramírez, 2007)

A pesar que históricamente se ha dejado de lado educar sobre emprendimiento, es cada vez más habitual ver como las capacitaciones, tanto de organismos públicos como privados, o libros para emprendedores son unas de las pocas herramientas de formación que éstos utilizan.

Al utilizar un buscador, como Google, con la frase “capacitaciones para emprendedores Chile” es posible encontrar cerca de 6.880.000 resultados, de las cuales alrededor de 50.700 son noticias, 40.200 son videos, más de 260 libros y un sin fin de páginas webs relacionadas con la temática (Google, 2019). De estas últimas la mayoría son capacitaciones pagada, con cupos limitados y/o es un concurso público. También, existen

ofertas de cursos en línea gratuitos. Del mismo modo, una búsqueda de libros para emprendedores en Amazon arroja más de 40.000 resultados (Amazon, 2019), de los cuales la mayoría está en inglés.

Con estos datos es fácil pensar que la problemática está en el desconocimiento de las personas de todas estas plataformas para formarse o autoeducarse sobre emprendimiento, pero ¿qué pasa con aquellos que no entienden el lenguaje técnico de esos libros, no saben idiomas extranjeros o no tienen acceso a internet?

Actualmente, según el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2018), en conjunto con el Instituto Nacional de Estadísticas (2017), el 52,2% de los emprendimientos chilenos son informales, de los cuales el 57,9% declaró que su principal motivación para emprender es la necesidad económica. Además, sólo el 20,5% de estos emprendedores ha recibido algún tipo de formación en los últimos 5 años. Por otro lado, el 1,7% de los microemprendedores informales no recibió educación formal, el 28,4% terminó sólo la enseñanza básica y el 43,1% culminó la enseñanza media.

Bajo este contexto, el mundo informal del emprendimiento chileno se ha visto bastante precarizado en términos de formación. Si bien existen organismos públicos como el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC) o Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS) que buscan financiar emprendimientos y, a la vez, capacitar, éstos no dan abasto para la gran cantidad de personas, que año a año aumenta (Guerrero & Serey, 2018), que hoy están emprendiendo o quieren emprender prontamente.

Debido a esto, se vuelve necesario generar herramientas y literatura gratuita y de fácil acceso para que personas que quieran o estén emprendiendo desde la informalidad tengan la oportunidad de guiar, desde un comienzo, su emprendimiento.

Sumado a la informalidad, existe un importante segmento de emprendedores que no cuentan con información financiera fidedigna para administrar sus emprendimientos, pues según la Quinta Encuesta de Microemprendimiento (Instituto Nacional de Estadísticas, 2017), el 50,2% de los microemprendimientos chilenos no cuenta con ningún tipo de registro contable.

Dada esta situación, nacen interrogantes altamente preocupantes, tales como ¿de qué manera fijan sus precios? ¿cómo saben cuánto ganan/pierden vendiendo sus productos? ¿es la intuición la mejor forma para decidir qué productos vender? ¿cuántos clientes atienden en un mes? ¿cuánta cantidad compran de "X" material o producto? ¿será mejor pagar al contado o a crédito? ¿cuánto inventario tienen?, entre otras.

Como menciona Dawn Fotopulos en su libro "Contabilidad para numerofóbicos" (2018), la mayoría de las personas comienzan una pequeña empresa porque tienen productos o servicios estupendos y porque son muy buenos en lo que hacen, pero estas cualidades no son suficientes para levantar y gestionar empresas rentables y, aquí, es donde entran al escenario los números.

Al revisar algunos manuales chilenos para emprendedores, es posible notar que, la mayoría, ponen énfasis a los 4 primeros cuadrantes del modelo CANVAS, clientes, propuesta de valor, relación con los clientes y canales, y a la formalización, dejando casi sin importancia temáticas como registros contables, estructura de costos y estructura de ingresos. Esto resulta curioso, debido a que las tres temáticas mencionadas tienen relación con números, parece que obvian que la mayoría de los pequeños negocios fracasan por una gestión errónea de sus recursos, no por la falta de capital (Fotopulos, 2018).

Registrar, al menos, los ingresos y egresos de dinero de una empresa permite tener un orden claro y preciso de los recursos con los que cuenta. Principalmente, si se realiza un

análisis de los datos de cotos y gastos, pues son éstos los que entregan la base para definir, por ejemplo, el precio de un producto, cantidades necesarias de insumos para producir/vender, identificar el margen de ganancia, entre otros, por lo que son bastante útiles para tomar decisiones dentro de toda la cadena de valor de los negocios, abastecimiento, producción, promoción y venta.

Sumado esto, muchos emprendedores asumen que los temas financieros o los "números" de su negocio son materia de expertos (Fotopulos, 2018), quedándose con el paradigma de que es un tema complejo y difícil de comprender, evitando, así, no sólo llevar registros contables, sino que, también, formalizarse.

En vista de todo lo expuesto, el presente escrito busca responder las siguientes interrogantes:

¿Cómo se caracteriza el microemprendimiento chileno? ¿cuál es su relación con la informalidad?

¿Existe literatura chilena que fomente la educación contable-financiera en emprendedores informales? ¿Es accesible y adecuado?

¿Cuál es el aporte de costear productos/servicios para el microemprendimiento informal?

I.3 JUSTIFICACIÓN

Chile, en los últimos años, ha destacado por ser uno de los países a nivel mundial y latinoamericano en poseer la mayor tasa de emprendedora en etapa inicial, poniendo el emprendimiento en unos de los principales focos de estudio y un importante motor de la economía, pues el 44,4% de la estructura empresarial chilena son microempresas, las cuales representan el 22,3% de la fuerza laboral del país y emplean, en promedio, 1,7 personas.

El boletín "Informalidad en el Microemprendimiento en Chile resultados de la 5ta Encuesta de Microemprendimiento" del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2018) refleja que la mitad de los microemprendedores informales indican que luego de haber sufrido una desvinculación de su actual empleo o presiones familiares ante la necesidad de subsistencia económica decidieron independizarse, lo que podría explicar que existe una obligación por obtener ingresos inmediatos que los motiva a emprender. Por lo tanto, las personas deciden comenzar un negocio en el rubro donde son "buenos" o en lo que siempre han trabajado, pero, en la mayoría de los casos, no tienen conocimientos básicos de administración, lo que los lleva a tener problemas de logística, sobreendeudamiento, desfinanciamiento hasta quebrar.

De este modo, la gran mayoría de los microemprendimientos informales no cuenta con una de las herramientas más básica e importante de administración, los registros contables. Situación que trae como consecuencia un aumento en la desconfianza, tanto de clientes como proveedores y bancos, pues resulta son considerados de alto riesgo.

Además, según el mismo boletín, una de las principales razones por las cuales los microemprendedores no se formalizan es porque creen que su empresa es demasiado pequeña, pero ¿cómo lo saben? ¿cómo pueden medir el costo de oportunidad de la decisión

sin números concretos? ¿cómo pueden afirmar que su emprendimiento no es tan rentable sin números que lo respalden?

Asimismo, los altos niveles de informalidad del microemprendimiento chileno, según el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2018), se debe a la falta de, además de la iniciación de actividades ante el SII, registros contables y patente comercial.

El presente escrito busca aportar a la disminución de la cantidad de microemprendedores altamente informales que no poseen registros contables ni análisis de costos en sus negocios. Para lograrlo, la autora propone atacar la falta de conocimiento en términos administrativo-contable mediante la creación de literatura accesible y entendible, en este caso una guía, que le permita a cualquier microemprendedor/a saber de la temática y aplicarla.

I.4 ALCANCE

Para potenciar y fomentar el crecimiento de las MIPES, el llamado “motor de la economía”, es necesario analizar el nicho más precarizado e inestable. Según la última Encuesta de Microemprendimiento (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas, 2018), al año 2017, el 52,2% de los microemprendimientos chilenos eran informales, 1.040.126 microemprendimientos para ser más exactos, de los cuales el 72% es altamente informal, lo que resulta bastante preocupante, pues tiene impacto significativo en términos de confianza y riesgo. Esto se acrecienta, cuando el 50,2% de los microemprendimientos chilenos no cuenta con ningún tipo de registro contable, pues al carecer de éstos, todos los datos financieros pierden validez al no poder justificarse.

Dadas las características básicas y simplistas del diseño de la guía, la población objetivo es todo microemprendedor altamente informal, sin iniciación de actividades, sin patente comercial ni registros contables, el 37,9%, según el EME-5, del total de microemprendedores, aproximadamente, 416.000 personas a lo largo de todo Chile.

La principal limitación que posee el presente trabajo es el acceso a la información en línea que poseen los microemprendedores, pues, al 2017, el 53,9% no cuenta con internet y 48% no cuenta con algún dispositivo electrónico, como computador, tablet o notebook, situación que exigiría recursos financieros para la impresión de ejemplares físicos y entrega de la guía en todo Chile.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

II.1 DEFINICIONES Y CLASIFICACIONES

A continuación, se definen los conceptos “emprendedor”, “emprendimiento”, “emprender”, “ecosistema emprendedor”, “clasificación de las empresas” y “régimen MIPYME”, con la finalidad de aunar criterios.

II.1.1 Emprender, emprendedor y emprendimiento

Los conceptos “emprender”, “emprendimiento” y “emprendedor”, debido al apogeo de la temática a nivel mundial, se han arraigado a la cotidianidad y cada vez es más común encontrar estudios o escritos sobre esta temática, lo que nos proporciona una gran variedad de definiciones de los conceptos.

II.1.1.1 Emprender.

Para definir el concepto de emprendimiento, primero es necesario comprender el significado del verbo “emprender”. Según la RAE (2019), emprender es acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.

Sin embargo, para la mirada del Global Entrepreneurship Monitor (2019), emprender no sólo es comenzar un nuevo negocio o empresa, sino que también incluye la reorganización de éstos o la expansión de uno existente, por un individuo, grupo de individuos o firmas ya establecidas.

Asimismo, la autora del “Estudio de la percepción de mujeres emprendedoras de los factores incidentes en el emprendimiento femenino y el apoyo de entidades externas en Chile”, Valentina Barbagelata (2019), emprender es la “acción de transformar e innovar conocimientos, oportunidades o ideas con el objetivo de generar ganancias, cambios sociales y económicos”.

Complementando todo lo expuesto, en el estudio “Emprendimiento, un instrumento de desarrollo para la sociedad contemporanea” (Medina Armas, y otros, 2018) emprender es una acción realizada por individuos que promueve y genera procesos de desarrollo humano, mejora la calidad de vida y garantiza el bienestar social.

Por último, para Musso & Echecopar en el libro “El valle de la muerte” (2012), emprender es más que una actividad económica, sino que una forma de vivir, un medio para alcanzar la libertad, una manera de dar sentido a la vida.

Con la finalidad de comprender el emprendimiento como uno de los factores importantes para el crecimiento de un país, para el presente escrito se entenderá el concepto “emprender” como acción de iniciar, aprovechar, transformar e innovar conocimientos, oportunidades o ideas, realizada por una persona o grupo de persona, con el objetivo de generar un impacto positivo tanto individual como en la sociedad.

II.1.1.2 Emprendedor/a.

La definición de diccionario del concepto “emprendedor” o “emprendedora” es persona que emprende, con resolución, acciones o empresas innovadoras (Real Academía Española, 2019),

Musso & Echecopar en su libro “El valle de la muerte” (2012) describen a un emprendedor o una emprendedora como personas que buscan, constantemente, qué necesitan las personas y cómo cubrir esas necesidades para contribuir a que el mundo funcione mejor y para ganar dinero en el proceso, convirtiéndose, así, en agentes de cambio sociales. Complementando esto, Fernando Trías de Bes, en su obra “El libro negro del emprendedor” (2007), establece que una persona con carácter emprendedor es aquella amante de la incertidumbre y el riesgo.

Económicamente hablando, el famoso economista Joseph Alois Schumpeter (1991) define a los emprendedores y emprendedoras como personas innovadoras, soñadoras, visionarias y dinámicas que inician e incitan el cambio y crean nuevas oportunidades. Además, Schumpeter les atribuía la responsabilidad de destruir el equilibrio de mercado. En la misma línea, Larroulet & Ramírez (2007) los definen como "personas innovadoras que introducen cambios y crean nuevas combinaciones de factores, revolucionando los patrones de producción y generando así nuevas oportunidades".

Teniendo en cuenta todo lo antes expuesto, para efectos del presente trabajo, el concepto de emprendedor/a será entendido como persona o grupo de personas innovadoras, soñadoras, visionarias, dinámicas e impulsores de cambio que toman la decisión, riesgosa, de emprender al detectar una nueva oportunidad de mercado gracias a su constantemente búsqueda de cubrir las necesidades de las personas, mejorar su calidad de vida y generar ganancia en el proceso.

II.1.1.3 Emprendimiento.

Según la RAE (2019), emprendimiento es la acción y efecto de emprender o acometer una obra. Complementando esto, Urbano & Toledano en su escrito "Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas" (2011) definen que el emprendimiento es la "actividad que desarrolla una persona por iniciativa propia, a partir de su idea de negocio, que integra toda las funciones, actividades y acciones asociadas con la identificación y explotación de oportunidades". "Es así como el emprendimiento hoy en día se ha convertido en una opción de vida" (CIEM EmprendeLeones, 2014).

Para Musso & Echecopar (2012) el emprendimiento es la creación de una empresa que busca crear valor y, como consecuencia de ellos, beneficios económicos. Del mismo modo, Longenecker, Palich, Petty & Hoy (2012) postulan que los emprendimientos son el

alma y corazón de las economías por su capacidad de crear valor y marcar una diferencia en sus comunidades.

Atingente a lo último, se infiere que el emprendimiento tiene lugar “en empresas nuevas y viejas, pequeñas y grandes, de lento o rápido crecimiento, dentro del sector privado, el no lucrativo o dentro del sector público” (Urbano & Toledano, 2011).

Un emprendimiento nace con una idea o con la detección de una oportunidad. Basados en ella construiremos un modelo de negocios. Luego formaremos nuestro equipo emprendedor invitando a otras personas para que nos acompañen en la aventura. Escribiremos nuestro plan de negocios, incluyendo todos los aspectos relevantes, como nuestra estrategia comercial y una buena argumentación, mostrando por qué el proyecto es muy bueno y por qué somos nosotros los indicados para realizarlo (Musso & Echecopar, 2012)

Según lo expuesto, en el presente trabajo se entenderá el emprendimiento como la manera concreta en que una persona o grupo de personas inician, crean o forman un proyecto, a través de la identificación de ideas y oportunidades de negocios, que le permiten al emprendedor mejorar su propia calidad de vida y la de su comunidad, mediante el desarrollo de un plan de negocio que crea valor y diferenciación.

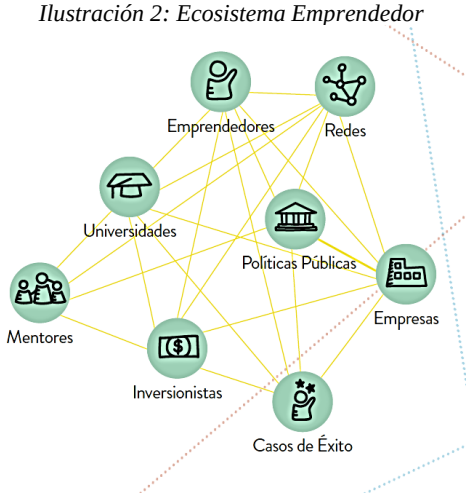
II.1.2 Ecosistema emprendedor

Un ecosistema se define como una comunidad cuyos procesos vitales se relacionan entre sí y se desarrollan en función de los factores de un mismo ambiente (Real Academia Española, 2019). Aplicado al emprendimiento, está “compuesto por los factores económicos, sociales, culturales e institucionales relevantes que condicionan las decisiones y percepción de oportunidades de emprendimiento para los individuos que lo componen” (Fernández &

Hernández, 2017). Además, lo componen entidades, tanto personas naturales o jurídicas como públicas o privadas, que participan activamente en éste (Núñez, Torres, Jara, & Mazo, 2015).

Dentro de ello, podemos distinguir dos grupos: Instituciones de apoyo al emprendimiento y emprendedores propiamente tal. Los primeros, son quienes ofrecen los conocimientos, capacidades e infraestructura que agrega valor a los startups y deberían existir en cada etapa del camino del emprendedor. Los segundos, son quienes encuentran oportunidades de negocios y deciden desarrollar una idea en base a la necesidad detectada, asumiendo riesgos e incertidumbre en el camino (Núñez, Torres, Jara, & Mazo, 2015).

Ilustración 2: Ecosistema Emprendedor



Fuente: Ecosistemas de emprendimiento: Una mirada desde la Política Pública, CORFO (2015)

Para que un ecosistema logre desarrollarse y potenciarse es importante que estos actores convivan en una red dinámica que esté atenta a lo que ocurre en el entorno, a los posibles cambios, oportunidades y/o necesidades que se van generando. Es necesario también que cada uno entienda y conozca cuál es su rol y cómo generar sinergia con los demás actores, para que las oportunidades para emprender y las probabilidades de éxito de los emprendimientos sea la mayor. (Núñez, Torres, Jara, & Mazo, 2015).

II.1.3 Clasificación de las empresas

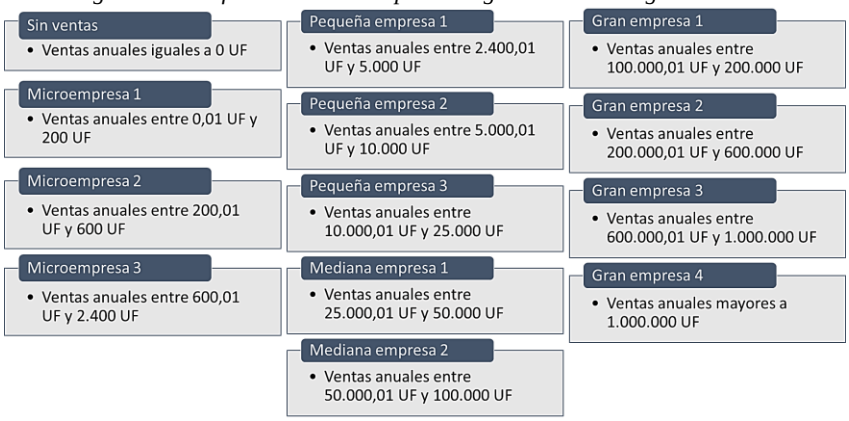
El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2019), siguiendo lo establecido en el Estatuto PYME, Ley N° 20.416 (2010), clasifica las empresas en micro, pequeña, mediana y gran empresa según su nivel de ingreso y el número de empleados, estos son:

Figura 1: Clasificación de las empresas según niveles de ingresos y número de empleados del Ministerios de Economía, fomento y turismo

Fuente: Elaboración propia

Por su parte, el Servicio de Impuestos Internos (SII), clasifica a sus contribuyentes en 13 tramos según sus niveles de ventas (2019), estos son:

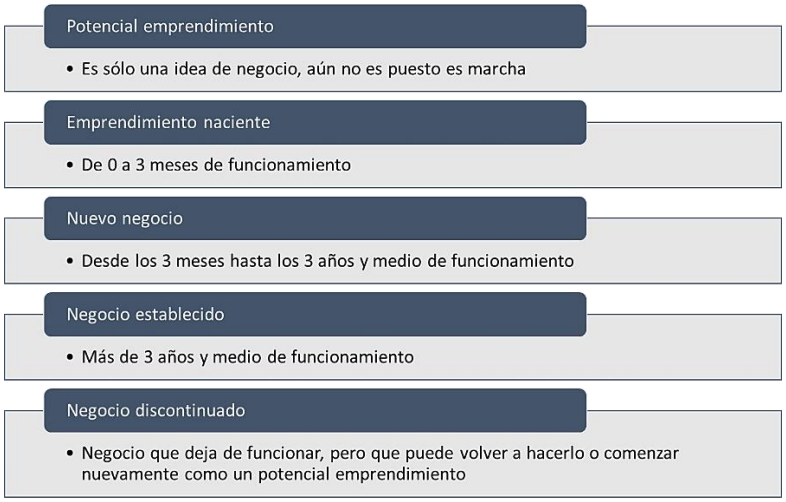
Figura 2: Clasificación de las empresas según niveles de ingresos del SII



Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el GEM (2018) clasificas las empresas en emprendimiento potencial, emprendimiento naciente, nuevo negocio, negocio establecido y negocio descontinuado según su ciclo de vida. Estos son:

Figura 3: Clasificación de empresas según su ciclo de vida



Fuente: Elaboración propia

En esta clasificación, los emprendimientos son representados por las categorías emprendimiento naciente y nuevo negocio, lo que el GEM denominada como la actividad emprendedora en etapa inicial (TEA).

II.1.4 Régimen MIPYME

Actualmente en Chile existe una franquicia tributaria para micro y pequeñas empresas (MYPE), el Régimen de Tributación Simplificada, la cual se especifica en el artículo 14 TER de la Ley de Impuesto a la Renta (LIR) y tiene como finalidad fomentar la formalización simplificando la contabilidad y tributación de dicho tipo de personería. De este modo, los contribuyentes que se acogen podrán llevar su contabilidad en formato electrónico de una manera simple y eficiente (Servicio de Impuestos Internos, 2020).

En general, a este régimen tributario se pueden acoger todas las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL) o empresarios individuales (personas naturales), con iniciación de actividades en Primera Categoría, cuyas ventas anuales no excedan las 5.000 UTM (MIPES formalizadas) o cuyo Capital Efectivo inicial declarado no

exceda las 6.000 UTM (MIPES recién formalizadas) y su giro sea constitutivo de Impuesto al Valor Agregado (Servicio de Impuetsos Internos, 2020).

Los contribuyentes que se acogen a esta ley, “sólo deben declarar y pagar el impuesto de Primera Categoría y el impuesto Global sobre la base de sus ingresos anuales netos percibidos o devengados (ingresos menos egresos)”, dejando de lado las complicaciones de la contabilidad completa; están eximidos de llevar todos los libros de contabilidad, confeccionar balances, aplicar corrección monetaria, efectuar depreciaciones, realizar inventario y se deducen inmediatamente la totalidad (Biblioteca del Congreso Nacional, 2020).

Desde que es obligación la facturación electrónica, el Servicio de Impuestos Internos puso a disposición de los contribuyentes un sistema de facturación de documentos tributarios electrónicos (DTE) y contabilización electrónica que facilita el registro contable de todos estos documentos y, por ende, la tributación de estos. Específicamente, para quienes se acogen al 14 TER el SII puso a disposición de las MIPES el “Portal MIPYME”, donde dichos contribuyentes pueden emitir, administrar y verificar DTE, ingresar a información de compras y ventas electrónicas, cierres de ejercicios, reportes financieros, hacer su operación renta, entre otros (Servicio de Impuestos Internos, 2020).

Otras franquicias tributarias que les otorga a las MIPES acogerse al régimen de contabilidad simplificada es contar con 60 días más para el pago de IVA e incluir como gastos deducibles los desembolsos por compas en supermercado y comercios similares un máximo de 4 UTM (Biblioteca del Congreso Nacional, 2020)

II.2 EL EMPRENDIMIENTO COMO INDICADOR DE POBREZA Y DESARROLLO ECONÓMICO DE UN PAÍS

Las personas emprenden motivados por dos grandes razones, “la oportunidad” y “la necesidad”. Emprender por “oportunidad” hace refencia a aprovechar una realidad favorable para hacer un negocio, mientras que emprender por “necesidad” se refiere a utilizar el emprendimiento como una herramienta para superar una situación de pobreza (Larroulet & Ramírez, 2007).

En la misma línea, el organismo internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM) analiza la composición de la actividad total emprendedora en etapa inicial (TEA) de los países. De esto modo nace el TEA por oportunidad, emprendimiento motivado por interés personal de innovar o aprovechar una oportunidad, y el TEA por necesidad, emprendimiento que surge para superar una condición no deseada.

Desde este punto de vista, es razonable pensar que el tipo de emprendimiento estará directamente relacionado con el nivel del ingreso per cápita de los países, o más bien su nivel de desarrollo económico. Según, Larroulet & Ramírez (2007), es de esperar que la motivación principal de las personas para emprender en países desarrollados es la oportunidad, en cambio, gran parte de los países en desarrollo o subdesarrollados evidencian que la causa principal para emprender es la necesidad. Es por lo que el emprendimiento por oportunidad es un referente de progreso y bienestar económico, mientras que el emprendimiento por necesidad es un indicador de pobreza.

Desde aquí surge la preocupación por mejorar la calidad de los emprendimientos, es decir, motivar el aprovechamiento de oportunidades en aquellas personas que se ven obligadas a emprender para sustentar su vida. Para esto, es altamente importante “generar las condiciones necesarias para que el espíritu emprendedor se desarrolle y manifieste en

proyectos reales a nivel de empresas y mercados, para lo cual son necesarias políticas públicas adecuadas" (Larroulet & Ramírez, 2007)

II.3 EL EMPRENDIMIENTO EN EL MUNDO

Desde 1999, El Global Entrepreneurship Monitor, en adelante GEM, es el estudio de emprendimiento más importante del mundo y con los años se ha convertido en el recurso más rico de información sobre la temática (Asociación Global de Investigación de Emprendimiento, 2019). Debido a esto, es que es el instrumento más completo para explicar el ecosistema del emprendimiento a nivel mundial.

II.3.1 El Global Entrepreneurship Monitor

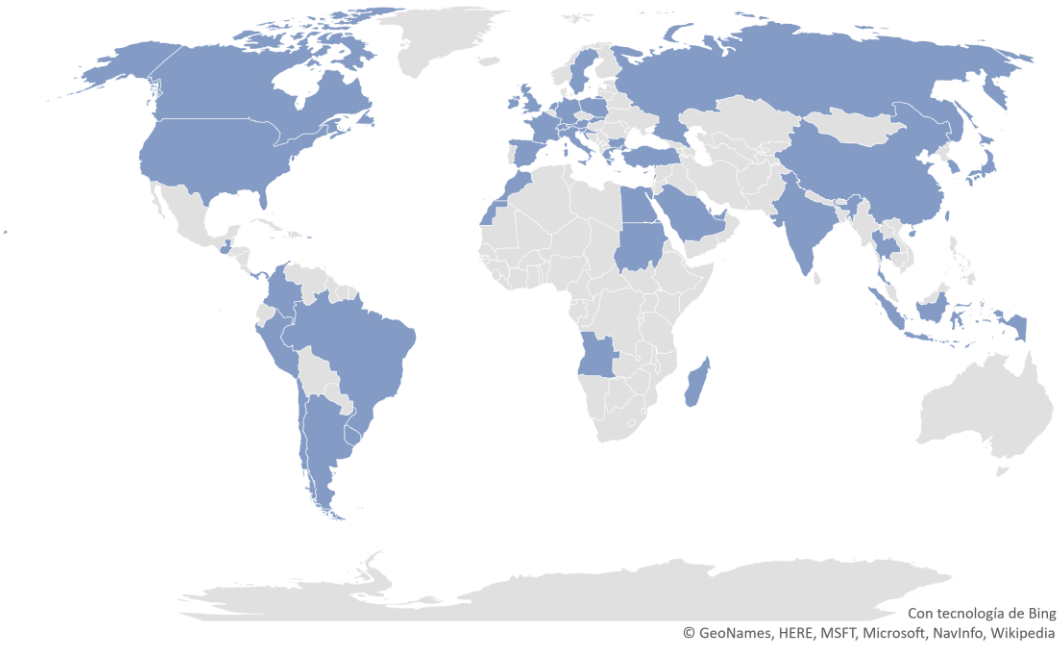
El reporte se ha caracterizado por basarse en dos instrumentos de medición, la Encuesta a la Población Adulta que se aplica a las personas que tienen entre 18 y 64 años de cada país y la Encuesta Nacional de Expertos que se aplica a expertos en temas de emprendimiento. Ambas encuestas tienen como objetivo estudiar el ecosistema del emprendimiento.

Como muestra la *Ilustración 3*, En el veinteaba version del GEM Global Report (2018) fue analizada la actividad emprendedora de 54 países (Anexo A), de los acuales el 63,27% son clasificados como economías de altos ingresos, un 22,45% como economías de ingreso medio y un 14,29% como economías de bajos ingresos. En su conjunto, estas economías reúnen al 68% de la población mundial y representan alrededor del 86% del Producto Interno Bruto (PIB) a nivel mundial (Guerrero & Serey, 2018).

Los objetivos del GEM son medir las etapas del proceso emprendedor de cada país e identificar los factores que determinan la actividad emprendedora, permitiéndole a los países mejorar los niveles, la calidad y el impacto del emprendimiento en sus economías

Para ello, establecieron una serie de indicadores que les permite estudiar a la población adulta que desarrollan actividades emprendedoras, desde potenciales emprendedores hasta empresarios establecidos o descontinuados.

Ilustración 3: Países participantes del GEM 2018 por región geográfica

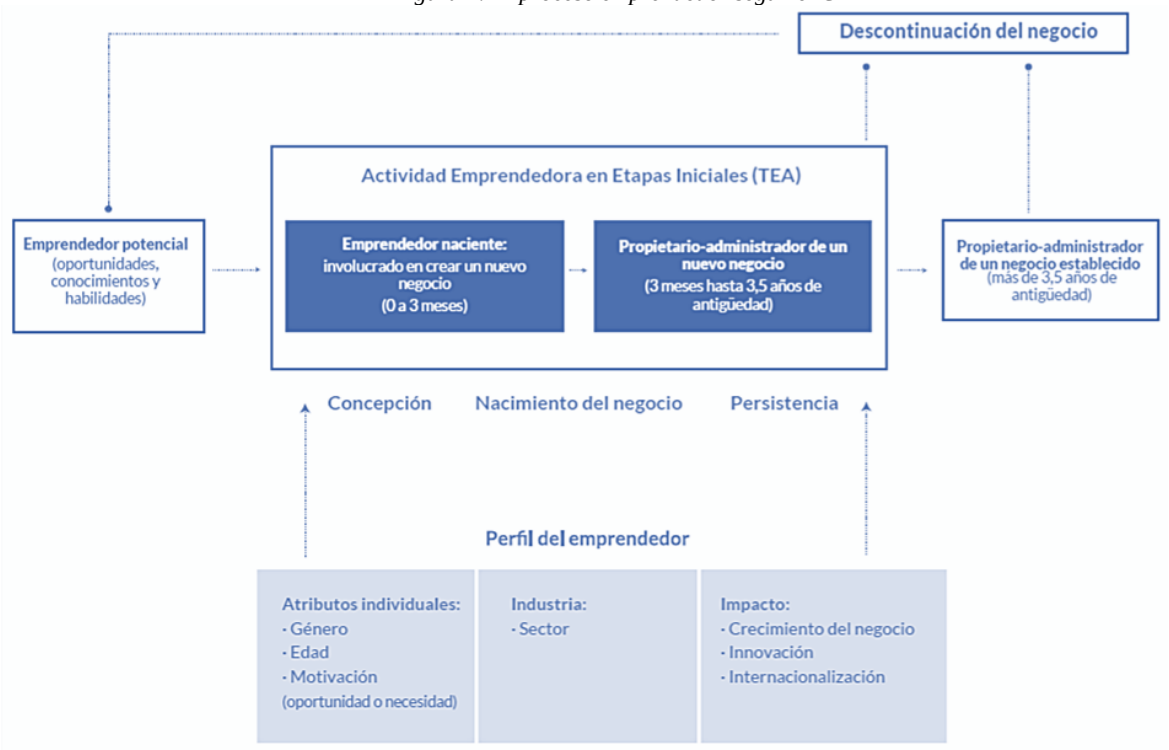


Fuente: Elaboración propia

El GEM creó un ratio llamado **"Total de Actividad Emprendedora en Etapa Inicial" o "Early-Stage Entrepreneurial Activity" (TEA)** representa el porcentaje de la población que lidera un emprendimiento naciente y/o un negocio con menos de 42 meses de operación.

En su marco teórico, el GEM defino el **proceso emprendedor** (Figura 4), éste comienza con un emprendedor potencial que luego de tomar la decisión de emprender, es considerado un emprendedor naciente para que luego de 3 meses de vida sea considerado un nuevo empresario. Posterior a pasar por la etapa de la actividad emprendedora inicial, al cumplir 42 meses de funcionamiento, será considerado un empresario establecido.

Figura 4: El proceso emprendedor según el GEM



Fuente: GEM Global Report 2018-2019

La metodología GEM establece 12 factores, emanados desde 9 dimensiones, para medir el ecosistema emprendedor de un país. Los factores estudiados son: el apoyo financiero, políticas públicas generales, políticas públicas de regulación, programas de gobierno, educación primaria y segundaria, educación post secundaria, transferencia de I+D, infraestructura profesional, dinamismo del mercado interno, apertura del mercado interno, infraestructura física y normas sociales y culturales (Figura 5).

En la última versión del GEM Global Report, se dio a conocer el "**Índice Nacional de Contexto Empresarial" o "National Entrepreneurship Context Index"**, en adelante **NECI.** Este ratio indica la evaluación del entorno para el emprendimiento en una economía y deriva de dos elementos, el primero son las puntuaciones obtenidas, por cada país, en las 12 condiciones generales para emprender y, el segundo, la importancia que los expertos le otorgan a cada factor.

Figura 5: Condiciones del contexto para emprender

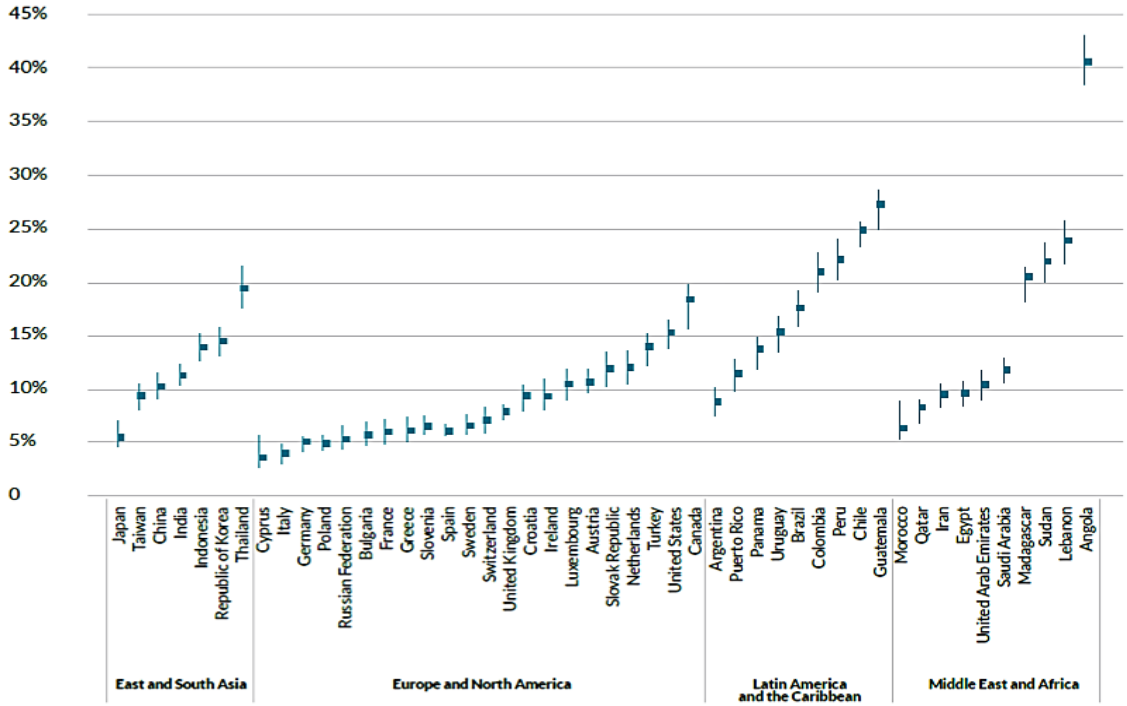
Fuente: Mujer y actividad emprendedora en Chile 2017 (GEM)

II.3.2 La actividad emprendedora a nivel mundial

Desde la última versión del GEM Global Report, en el Gráfico 1, es posible observar que los países con mayor TEA son Angola, Guatemala, Chile, Líbano y Perú. Mientras que países como Japón, Polonia, Alemania, Italia y Chipre, todas economías de altos ingresos muestran una baja actividad emprendedora.

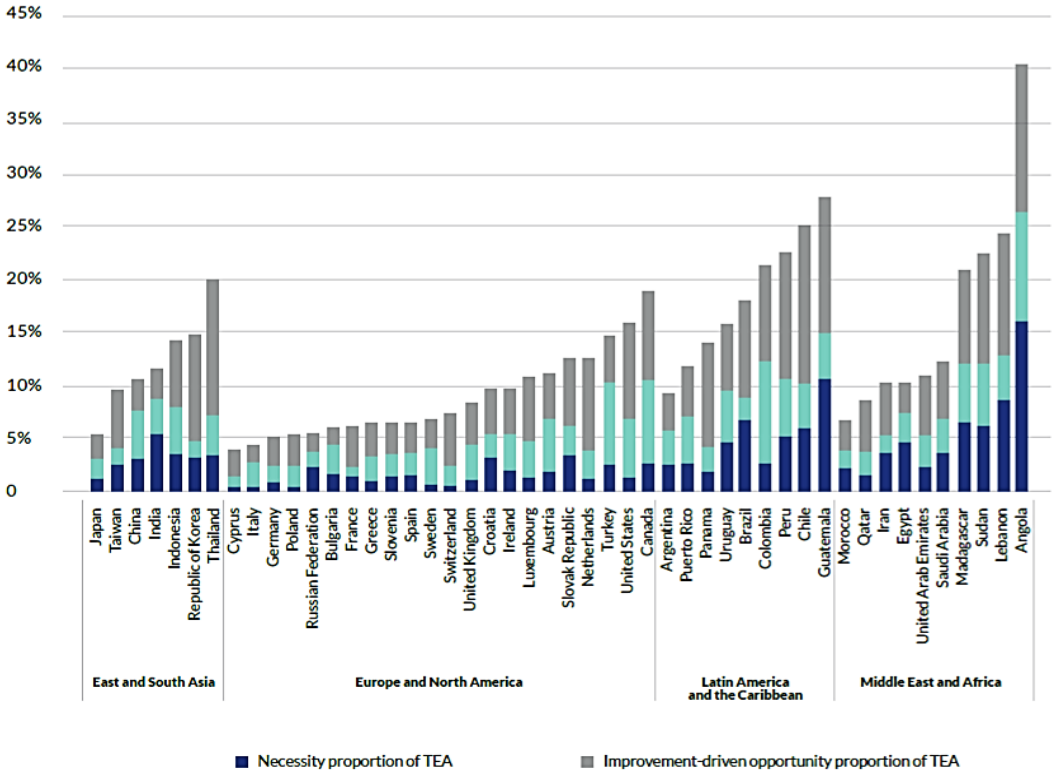
Como bien afirmaron Larroulet & Ramírez (2007), no basta con que los países tengan una alta actividad emprendedora, pues es vital que emprendan por aprovechar o generar oportunidades, más que por necesidad, es por esto que se vuelve relevante analizar la composición de la actividad emprendedora según estas dos motivaciones (Gráfico 2).

Gráfico 1: Total Actividad Emprendedora en etapa inicial en 48 economía.



Fuente: GEM Global Report 2018-2019

Gráfico 2: Total Actividad Emprendedora en etapa inicial en 48 economía. Mostrando la necesidad y la oportunidad impulsada por la mejora.



Fuente: GEM Global Report 2018-2019

Si bien Angola, Guatemala y Líbano tienen altas tasas de actividad emprendedora en etapa inicial, desde el gráfico 2 se observa que gran parte de ésta aún emprende por necesidad. En consecuencia, deben disminuir los niveles de emprendimientos por necesidad para que ésta sea un real aporte a sus economías.

Además, es posible notar que los países más desarrollados, como Italia, Alemania, Polonia, Suecia y Suiza, aparte de tener un bajo nivel de actividad emprendedora, poseen emprendimientos que, en su mayoría, son impulsados por una oportunidad.

II.3.2.1 La actividad emprendedora a nivel mundial desde una perspectiva de género

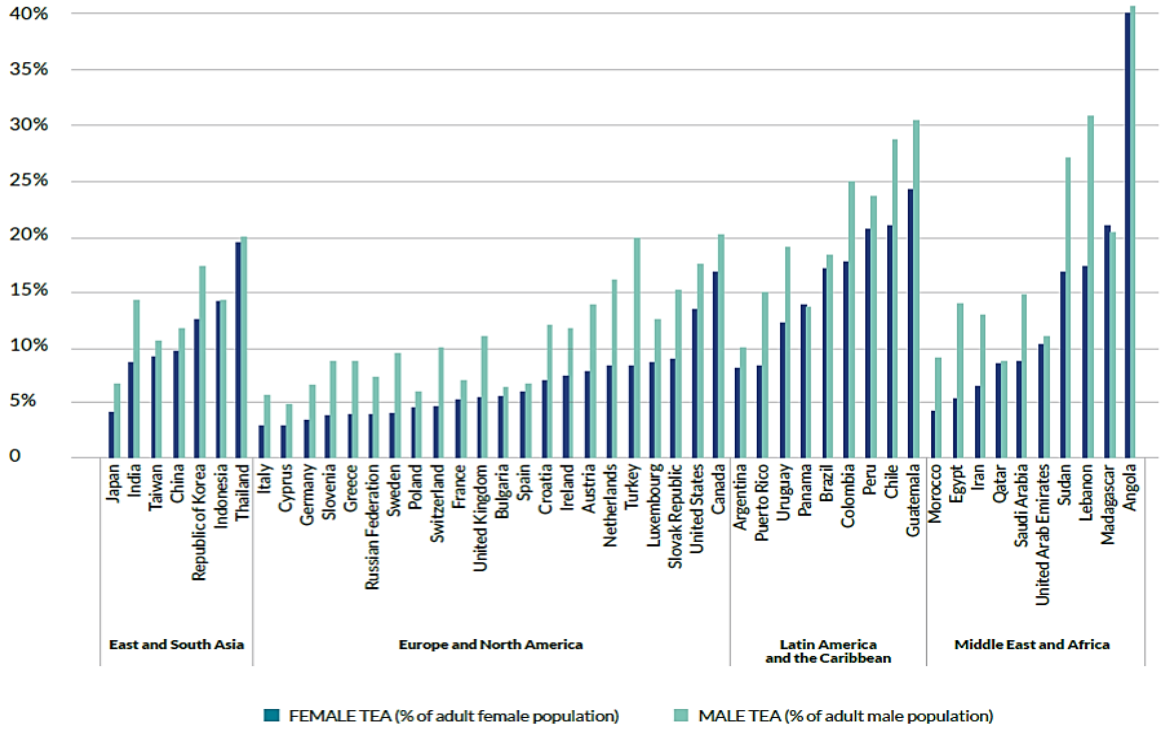
En el marco del quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS), los países acordaron ejecutar políticas públicas buscan la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres. Sin duda, el emprendimiento femenino aporta significativamente en esto, jugando un papel estratégico en el desarrollo de las economías locales y en el empoderamiento económico y personal de las mujeres (ONU Mujeres & Centro de Investigación Económicas Nacionales, 2013), razón por la cual es relevante hacer un análisis segregado por sexo de la actividad emprendedora de los países

En términos generales, la mayoría de las economías estudiadas presentan brecha de género la actividad emprendedora en etapa inicial. De los 54 países, sólo 6 presentan un equilibrio entre TEA de mujer y TEA de hombre, Indonesia, Tailandia, Panamá, Catar, Madagascar y Angola, de los cuales el 67% son economías de bajos y medianos ingresos.

A pesar de que se ha progresado en la temática, con el Gráfico 3, es posible evidenciar que la disminución de la brecha de género es una de las tareas que tienen pendientes las economías mundiales.

.

Gráfico 3: Total Actividad Emprendedora en etapa inicial por género en 48 economía.



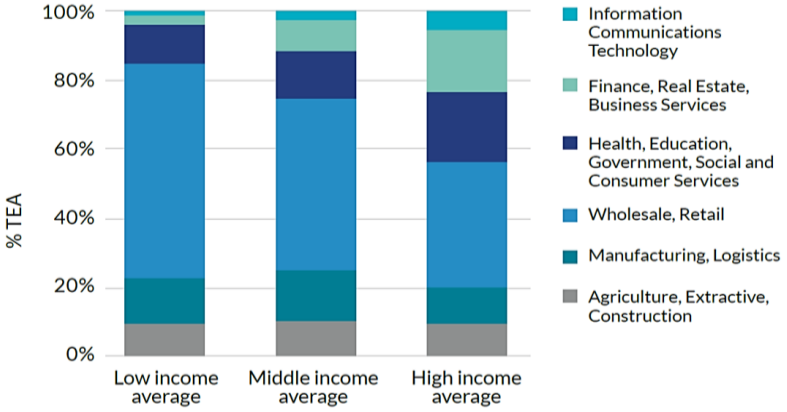
Fuente: GEM Global Report 2018-2019

II.3.2.2 La actividad emprendedora a nivel mundial y sus características.

Los rangos con mayor frecuencia de edad en la que se sitúan las personas que se encuentran en etapa inicial de sus emprendimientos son desde los 25 a los 34 años y desde los 35 a los 44 años.

Por otro lado, la industria que más presenta actividad emprendedora es la venta al por mayor y el retail. Segmentando por niveles de ingreso (Gráfico 4), la actividad emprendedora de bajos y medianos ingresos, en su mayoría, se dedican a la venta al por mayor, el retail, manufactura y logística. Mientras que las de altos ingresos se manejan en los rubros de la venta al por mayor, el retail, servicios de educación, salud, sociales y de consumo, servicios financieros, bienes raíz y de negocio.

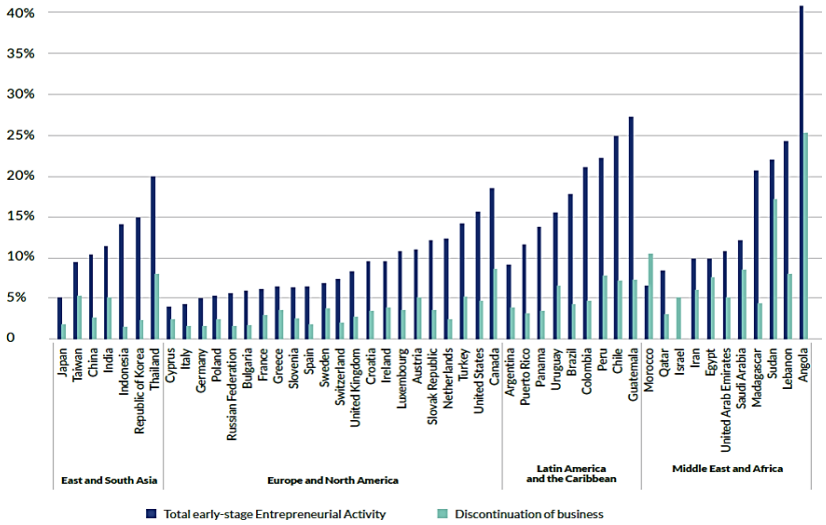
Gráfico 4: Desglose de la industria como porcentaje de la tasa de actividad emprendedora. Mostrando los tres grupos de ingresos



Fuente: GEM Global Report 2018-2019

También, es de común acuerdo que emprender es uno de los procesos más extraordinarios que puede experimentar una persona, pero es uno de los mayores desafíos que alguien puede asumir, pues la mayoría de los emprendimientos fracasan en su etapa inicial (Musso & Echecopar, 2012). Sin embargo, la perseverancia y persistente son unas de las características más común en los emprendedores, según David McClelland (1987). Es por esto que una de las variables a analizar del mundo emprendedor es la tasa de discontinuidad y la razón de esta.

Gráfico 5: Total Actividad Emprendedora en etapa inicial en 48 economía. Mostrando el porcentaje de discontinuidad



Fuente: GEM Global Report 2018-2019

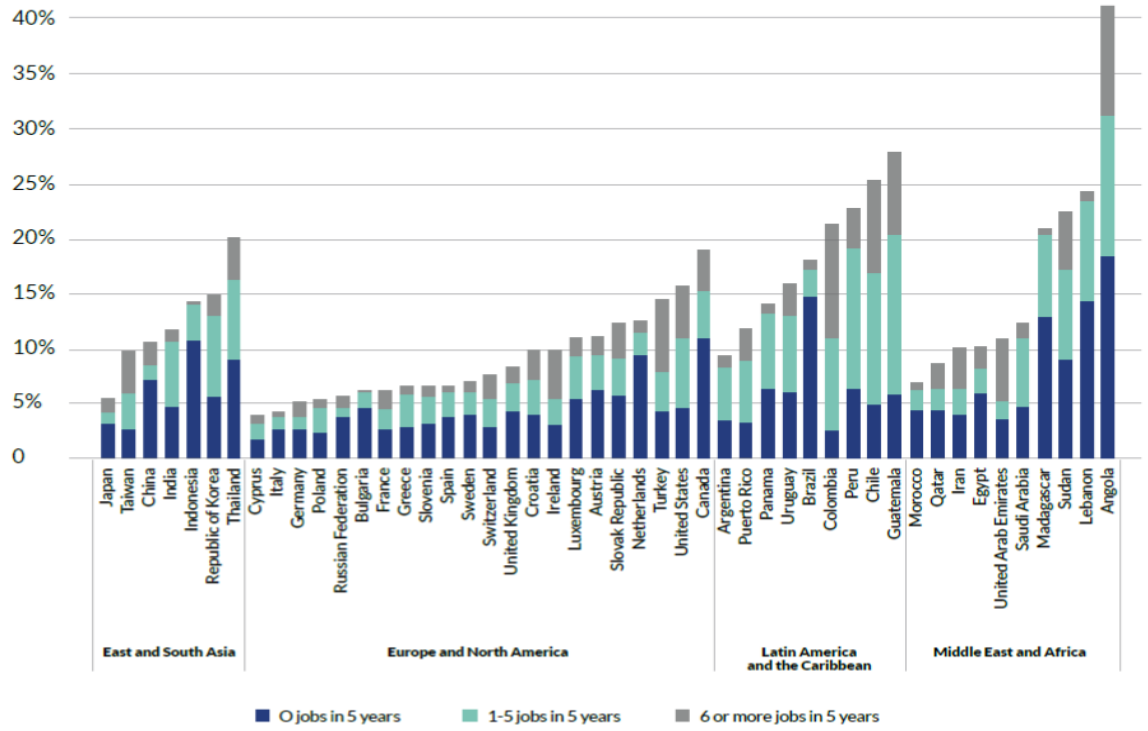
Desde el Gráfico 5, es posible ver que 10 economías tuvieron una tasa de discontinuidad mayor o igual al 50% del TEA. Estas son: Angola, Egipto, Irán, Marruecos, Arabia Saudita, Sudán, Chipre, Grecia, Suecia y Taiwán.

Las principales razones por las que los emprendedores discontinúan su actividad emprendedora son la falta de capital o no alcanzar la rentabilidad esperada.

II.3.3 Expectativas de crecimiento

Los emprendimientos pueden desempeñar un papel fundamental en el avance de las economías locales, principalmente en aquellas de bajos ingresos, pudiendo contribuir al empleo y al bienestar en sus sociedades, en la medida en que creen puestos de trabajo (Bosma & Kelley, 2018). Es así como las expectativas de creación de empleos son un acercamiento al crecimiento futuro de la actividad emprendedora.

Gráfico 6: Total Actividad Emprendedora en etapa inicial en 48 economía. Mostrando las expectativas de creación de puestos de trabajo en los próximos 5 años



Fuente: GEM Global Report 2018-2019

En general, y como muestra el Gráfico 6, los emprendedores del mundo tienen altas expectativas de creación de empleos, proyectan que crearán entre 1 y más de 6 empleos en los próximos 5 años, incluso en países donde la actividad emprendedora es menos frecuente. Hecho que, a juicio de los expertos del GEM, es bastante ambiciosos, principalmente para economías en desarrollo, como Angola y Sudán.

II.3.4 Condiciones para emprender y el contexto empresarial a nivel mundial

Figura 6: Descripción 9 condiciones del contexto emprendedor

Apoyo financiero	• Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros - capital y deuda – para empresas pequeñas y medianas (incluyendo subvenciones y subsidios)
Políticas públicas	• Se refiere al grado en que las políticas públicas del gobierno apoyan a los emprendedores. Tiene dos componentes: i. Relevancia económica del emprendimiento ii. Impuestos y regulaciones son neutros o promueven nuevas empresas y en crecimiento
Programas de gobierno	• Se refiere a la existencia y calidad de los programas para ayudar directamente a las nuevas empresas y en crecimiento a nivel nacional, regional y municipal
Educación para el emprendimiento	• Se refiere a la medida en que el entrenamiento para crear o dirigir empresas es incorporado en el sistema educacional y de formación. Tiene dos componentes i. Educación para el emprendimiento en educación primaria y secundaria ii. Educación para emprendimiento en educación post secundaria
Transferencia de I+D	• Se refiere a la medida en que la investigación y el desarrollo nacional conducen a generar nuevas oportunidades comerciales que estén al alcance de empresas de menor tamaño
Infraestructura profesional	• Se refiere a la disponibilidad de servicios derechos de propiedad, comerciales y contables, así como de instituciones que apoyan empresas pequeñas y medianas
Apertura del mercado interno	• Tiene dos componentes: i. Dinamismo del mercado interno: se refiere al nivel de cambio en el mercado entre un año y otro ii. Apertura del mercado interno: se refiere a la facilidad con la que las firmas entran a mercados existentes
Acceso a la infraestructura física	• Se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes (comunicación, servicios públicos, trasporte) a un precio que no discrimine entre empresas
Normas sociales y culturales	• Se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales promueven la creación de nuevos negocios que permiten mejorar el ingreso y bienestar personal

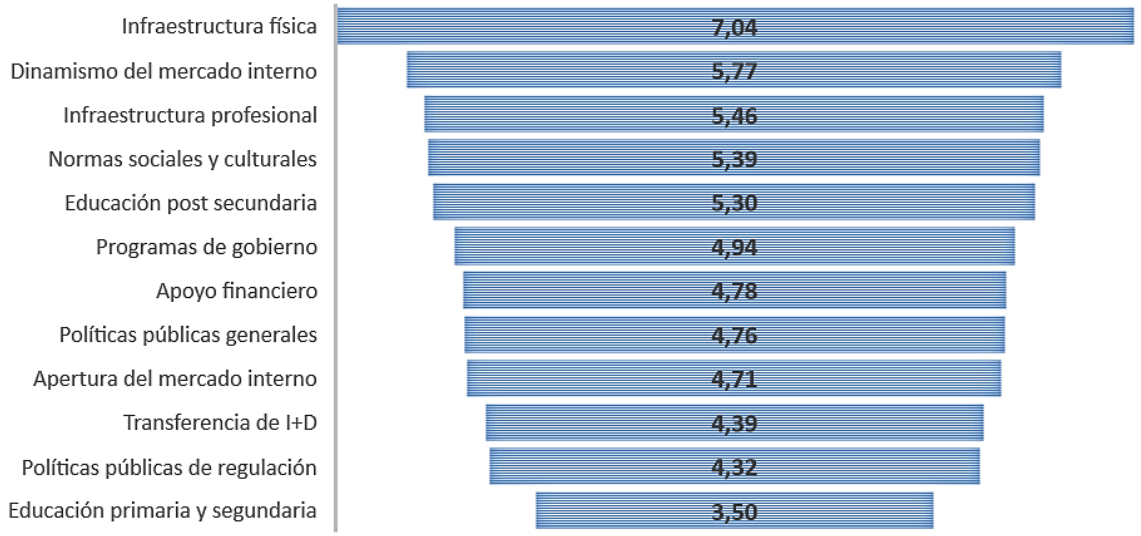
Fuente: GEM Chile 2018

Para que el emprendimiento sea un real aporte económico, no basta solamente con tener una alta tasa de actividad emprendedora, sino que es necesario que ocurran dos cosas, la primera es que la motivación para emprender sea aprovechar una oportunidad más que la necesidad y, la segunda, es contar con un ambiente favorable para emprender. Es por esto que los gobiernos deben ejecutar políticas públicas que origine un mayor apoyo institucional y reconocimiento social al emprendimiento (Priede Bergamini, López-Cózar Navarro, &

Lupiañez Carrillo, 2016), pues sólo de este modo alcanzarán “una economía más dinámica, innovadora y generadora de nuevas oportunidades, todo lo cual se traducirá en mayor progreso” (Larroulet & Ramírez, 2007).

El GEM estudia 9 condiciones que deben estar presente en el ambiente del ecosistema emprendedor (Figura 6), que, según este organismo, son vitales para el buen desarrollo de la actividad emprendedora en los países, utilizando una escala Likert de 9 puntos, donde 1 se interpreta como una condición altamente insuficiente y 9 altamente suficiente.

Gráfico 7: Evaluación general (promedio) por aspecto. En escala del 1 al 9.



Fuente: Elaboración propia.

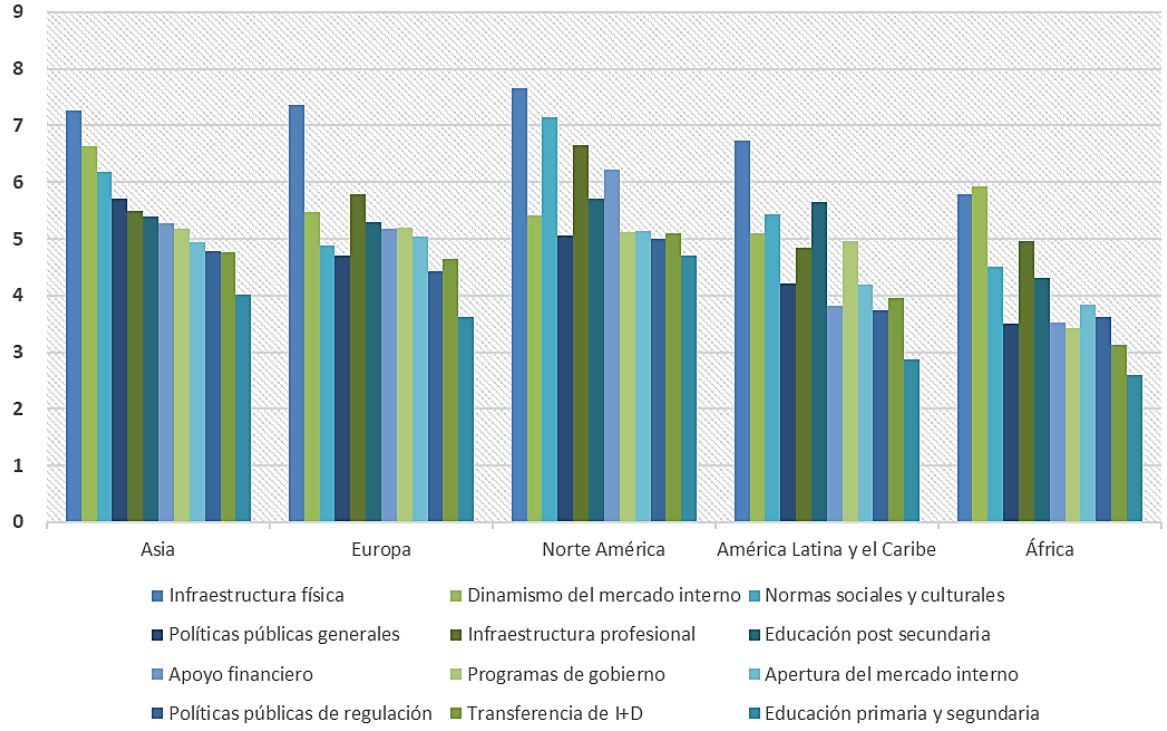
En términos generales, como muestra el Gráfico 7, el aspecto mejor evaluado por los expertos consultados por el GEM, en su última versión, fue la infraestructura física con 7/9 puntos, que hace referencia a la accesibilidad a recursos físicos, tales como servicios básicos y públicos, comunicación, transporte, entre otros, a un precio que no discrimine entre empresas. Le siguen el dinamismo de los mercados internos de las 49 economías estudiadas y la infraestructura profesional, 5,4 y 5,3 puntos de 9, respectivamente.

Por otro lado, las variables peores evaluadas fueron la transferencia de investigación y desarrollo, las políticas públicas de regulación y la educación para el emprendimiento en educación primaria y secundaria

Respecto a la dimensión "educación para el emprendimiento" que definió el GEM, en su mayoría los países, tienen una evaluación muy inferior en los primeros años de educación comparado con la educación superior. Siendo este uno de los factores peor evaluados, pues este aspecto sólo alcanzó una puntuación de 3,5 de 9.

A nivel mundial aún existe la falta formación con enfoque emprendedor en el sistema educativo de los países estudiados.

Gráfico 8: Evaluación general (promedio) por región, mostrando cada aspecto. En escala del 1 al 9.



Fuente: Elaboración propia

Al segmentar esta misma información por zona geográfica (Gráfico 8), es posible notar que algunas escapan de la generalidad, como Europa y Norte América que destacan por su infraestructura profesional, que hace referencia a la facilidad de acceso a servicios de

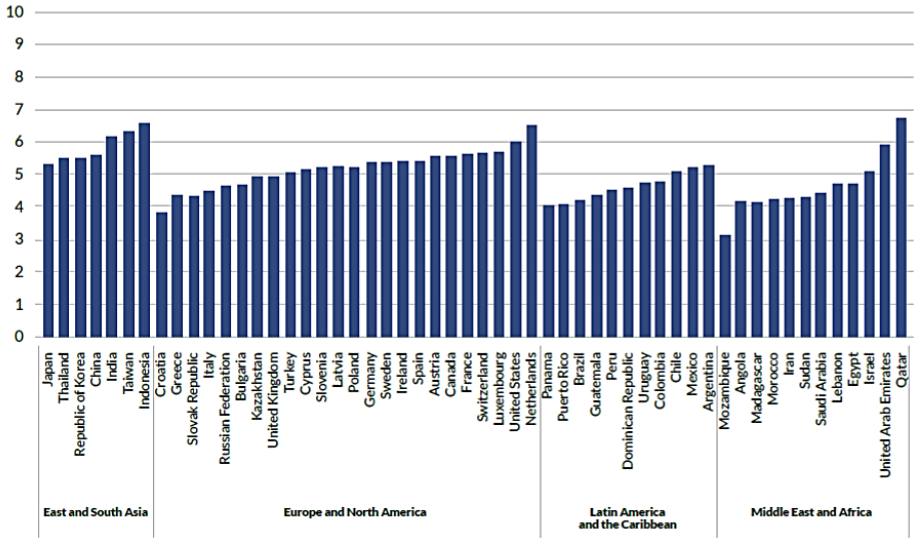
propiedad, comercial y contable. Por su lado, América Latina y el Caribe y Norte América son las regiones con mejor calificación en educación para el emprendimiento en post secundaria.

Mientras que los aspectos negativos se ven reflejados en las evaluaciones de América Latina y África que tienen una enorme tarea por aumentar y fomentar el apoyo financiero hacia la actividad emprendedora de sus países.

Otro ratio que ayuda a analizar el ecosistema emprendedor es el NECI, cuya escala es del 1 al 9, siendo 1 "altamente insuficiente" y 9 "altamente suficiente", el cual nos entrega una calificación general del contexto emprendedor de la nación estudiada. Este indicador, es más exacto que un promedio simple de las evaluaciones, pues comprende una ponderación según importancia, determinada por los expertos.

Desde el Gráfico 9, es posible identificar que Catar, Indonesia, Países Bajos, Taiwán e India son los cinco países que ofrecen un mejor ambiente y condiciones para desarrollar un emprendimiento, mientras que Angola, Puerto Rico, Panamá, Croacia y Mozambique fueron los cinco países peores evaluados.

Gráfico 9: Índice Nacional de Contexto Empresarial



Fuente: GEM Global Report 2018-2019

II.4 EL EMPRENDIMIENTO EN CHILE

En los siguientes puntos, se realizará un análisis del emprendimiento chileno desde diferentes perspectivas y recopilación de diferentes estudios nacionales e internacionales sobre la temática.

II.4.1 Componentes del mundo empresarial chileno

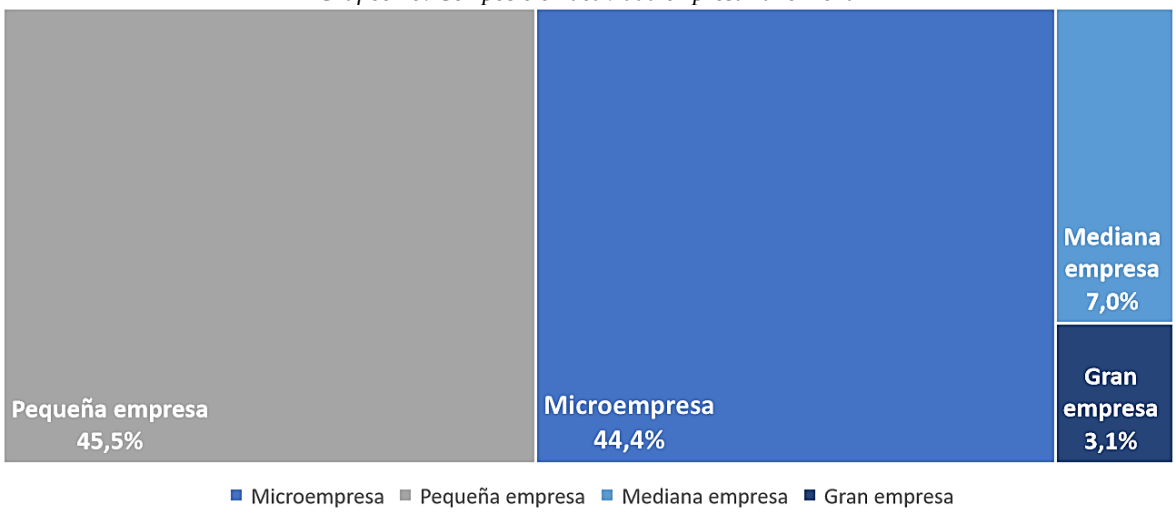
Cada dos años, el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (2019), en conjunto con el Ministerios de Economía, Fomento y Turismo, realiza la Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE) con la cual buscan caracterizar la realidad empresarial chilena y su marco muestral se basa en el directorio nacional de Empresas del Servicio de Impuestos Internos.

Utilizando la información emanada desde el informe de ELE-5 y el GEM Reporte Nacional Chile, es posible describir la composición empresarial y su presencia en los distintos sectores económicos presentes en Chile.

II.4.1.1 Estructura empresarial según clasificación por ingresos

Según la quinta versión del ELE (2019), la actividad empresarial chilena está compuesta de un 52,5% PYME, 44,4% de microempresas y sólo un 3,1% de empresas grandes (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas, 2019). Sin embargo, éste último genera el 75,9% de las ventas. Respecto al ELE-4, las microempresas disminuyeron en un 0,5% y las PYME aumentaron en 0,6%.

Gráfico 10: Composición actividad empresarial chilena

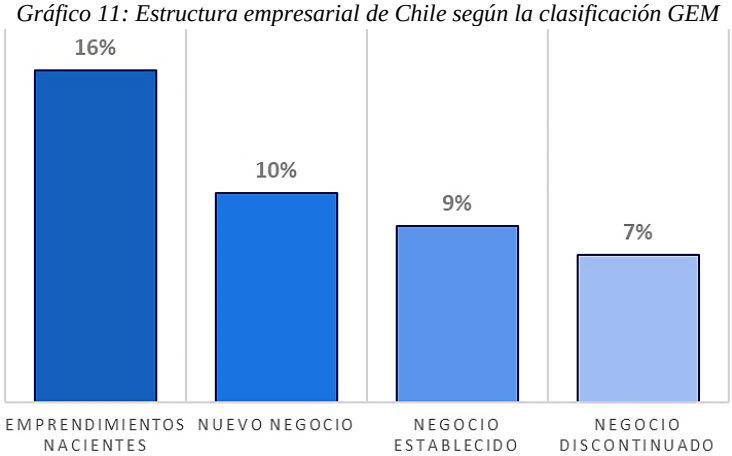


Fuente: Elaboración propia

II.4.1.2 Estructura empresarial según clasificación por ciclo de vida

En el 2018, El GEM Reporte Nacional Chile, reportó que el 42% de la población está involucrado en alguna etapa del proceso emprendedor. La mayor proporción la obtuvo el emprendimiento naciente con un 16% y lo siguen los nuevos negocios con un 10%.

Gráfico 11: Estructura empresarial de Chile según la clasificación GEM



Fuente: Elaboración propia

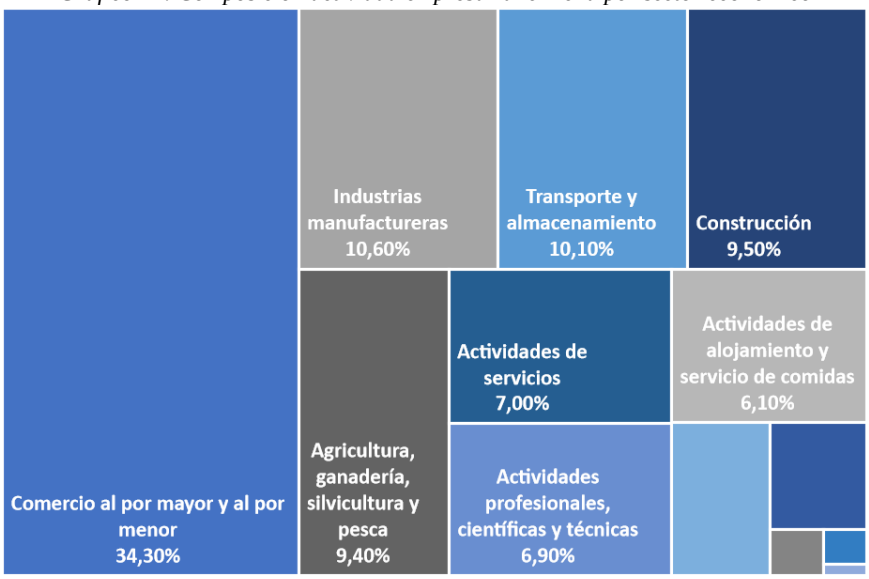
II.4.1.3 Estructura empresarial según clasificación por sectores económicos

Tanto el informe de la Encuesta Longitudinal de Empresas (2019) y el GEM Reporte Nacional Chile (2018) coinciden en que la industria con mayor cantidad de empresas es el comercio mayorista y el retail, seguida de la manufacturera y la de transporte y

almacenamiento, como muestra el Gráfico 12. Sin embargo, el comercio mayorista y el retail y el transporte y almacenamiento experimentaron bajas de 0,2% y 0,4%, respectivamente (Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE-5), 2019).

De la totalidad de sectores económicos analizados, los mayores aumentos lo experimentaron las actividades de alojamiento y servicios de comida, con un crecimiento del 0,8%, y las actividades profesionales, científicas y técnicas, con un crecimiento del 0,7%, respecto del ELE-4. La baja más importante la experimentó la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, pasando de representar el 10,10% en el 2015 a un 9,4% en el 2017.

Gráfico 12: Composición actividad empresarial chilena por sector económico

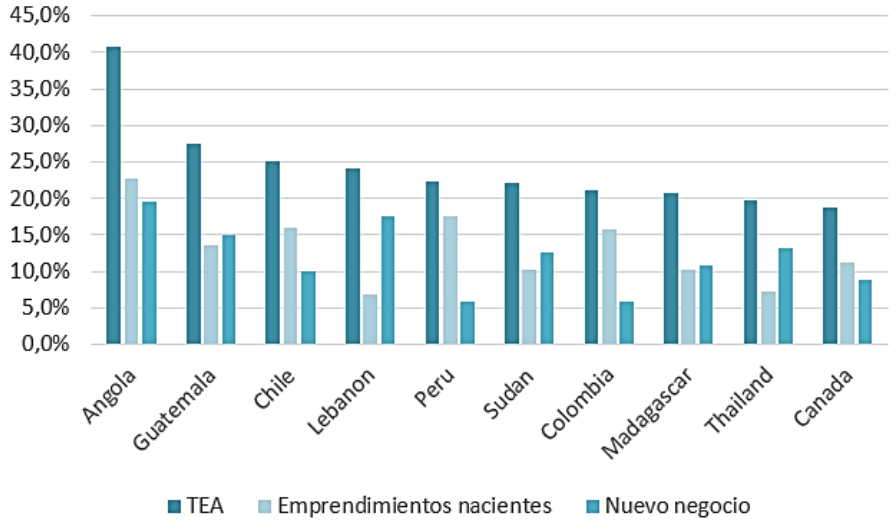


Fuente: Elaboración propia

II.4.2 La actividad emprendedora en Chile

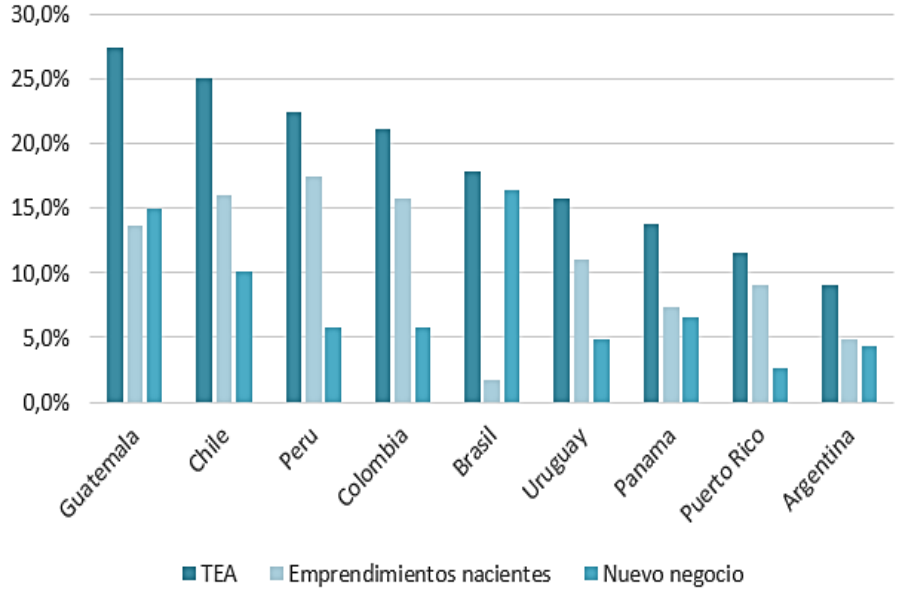
Para el 2018, según los resultados del GEM Reporte Nacional Chile, un 16% de la población chilena tiene un emprendimiento naciente y un 10% tiene una nueva empresa. De esta manera, la actividad emprendedora nacional alcanzó el 25% de la población chilena, aumentando un punto porcentual respecto al año 2017, posicionando a Chile como el tercer país con mayor TEA a nivel mundial (Gráfico 13) y segundo de la región de América Latina y el Caribe (Gráfico 14).

Gráfico 13: Los 10 países con mayor tasa de Actividad emprendedora en etapa inicial (TEA)



Fuente: Elaboración propia

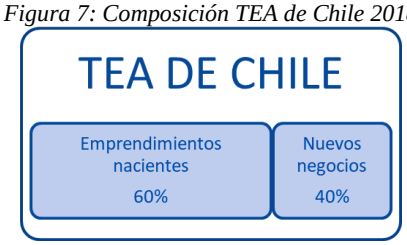
Gráfico 14: Tasa de Actividad Emprendedora en etapa inicial de los países de Latinoamérica y el Caribe



Fuente: Elaboración propia

"Es necesario añadir que el Total de Actividad Emprendedora en Etapa Inicial (TEA), no necesariamente es equivalente a la sumatoria directa entre emprendedores nacientes y nuevos empresarios, pues el TEA se calcula como porcentaje de la población. Es decir, una persona que lidera al mismo tiempo un emprendimiento naciente y una nueva empresa, para efectos del cálculo del TEA representa a una persona." (Guerrero & Serey, 2018)

Figura 7: Composición TEA de Chile 2018



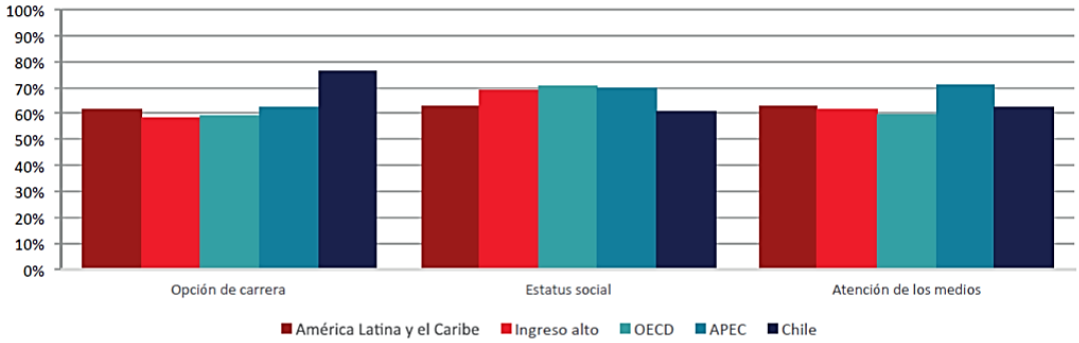
Fuente: Elaboración propia

Si bien, estos números son bastante positivos, pues en el país cada año hay más personas que están tomando la decisión de emprender, que la composición del TEA sea mayoritariamente emprendimientos nacientes (Figura 7) es un riesgo debido a que existe una alta probabilidad que éstos no lleguen a superar los tres meses de funcionamiento o incluso que permanezcan como nacientes indefinidamente (Guerrero & Serey, 2018). Para evitar esto, es necesario escatimar esfuerzos para fortalecer los factores del emprendedor, del emprendimiento y del contexto que condicionan esta transición.

II.4.2.1 Valoración y percepción social del emprendimiento en Chile

La valoración y percepción social que exista en el entorno del ecosistema del emprendimiento determina la probabilidad de que un individuo decida o no emprender, por ende, una percepción favorable hacia el emprendimiento influye directamente en el número de emprendedores que hay en la sociedad (Guerrero & Serey, 2018).

Gráfico 15: Valoración social hacia el emprendimiento. Mostrando una comparativa internacional



Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

Según en GEM Nacional Chile (2018), el 76% de la población chilena cree que emprender es una buena alternativa profesional, legítima y atractiva, aspecto que ha mostrado

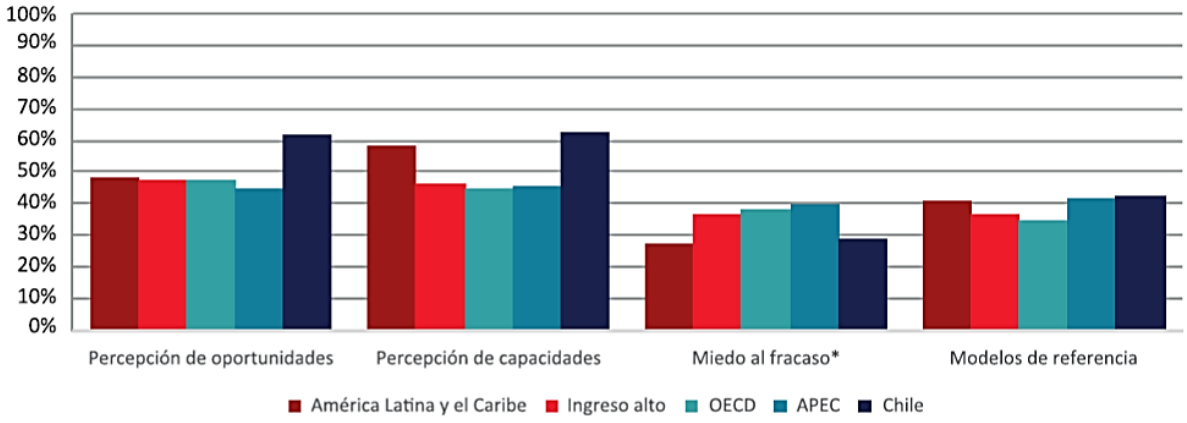
una tendencia positiva de crecimiento aumentando un 8% desde el año 2016. Desde una comparativa internacional (Gráfico 15), Chile es uno de los países con mejor valoración social en este ámbito. Por otro lado, el 61% de los consultados percibe que los emprendedores exitosos tienen un alto grado de respeto y estatus social.

En conclusión, los chilenos perciben que el emprendimiento es una buena opción para desempeñar su carrera profesional, pero esto no asegura un reconocimiento social. Lo último, sugiere una contribución por parte de medios de comunicación y sistemas educativos para legitimando el papel del emprendedor en la sociedad (Guerrero & Serey, 2018).

II.4.2.2 Intenciones de emprender en Chile

Según los resultados del GEM Nacional Chile (2018), la mayoría de la población chilena cree tener las capacidades necesarias para emprender y que el miedo al fracaso no es un obstáculo para llevar a cabo un emprendimiento. Además, perciben que en Chile existen oportunidades que pueden convertirse en emprendimientos, pero las condiciones del ambiente para emprender no son favorables. Al hacer una comparativa internacional, las percepciones respecto a los atributos para emprender chilenas son más optimistas que los países re las regiones mostradas en el Gráfico 16.

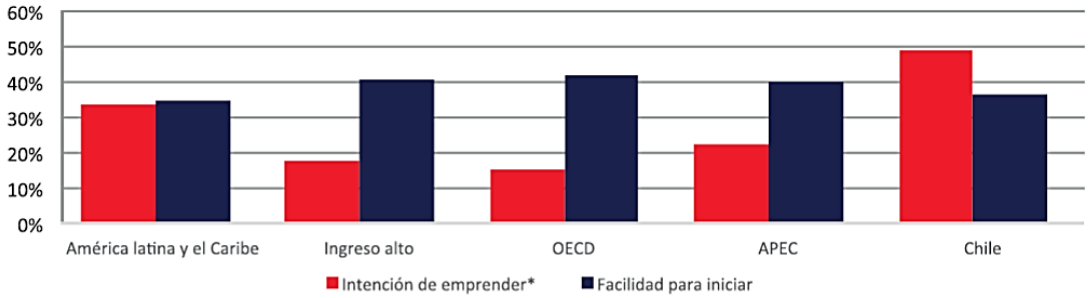
Gráfico 16: Atributos individuales para emprender. Mostrando una comparativa internacional



Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

Como se puede ver en el Gráfico 17, en Chile, el 49% de la población adulta no involucrada en el proceso emprendedor tiene la intención de emprender en los próximos 3 años, indicador que ha experimentado un aumento de 4% desde el año 2016, pero sólo el 37% percibe que es fácil iniciar un negocio en el país.

Gráfico 17: Intenciones de emprender en Chile. Mostrando una comparativa internacional



Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

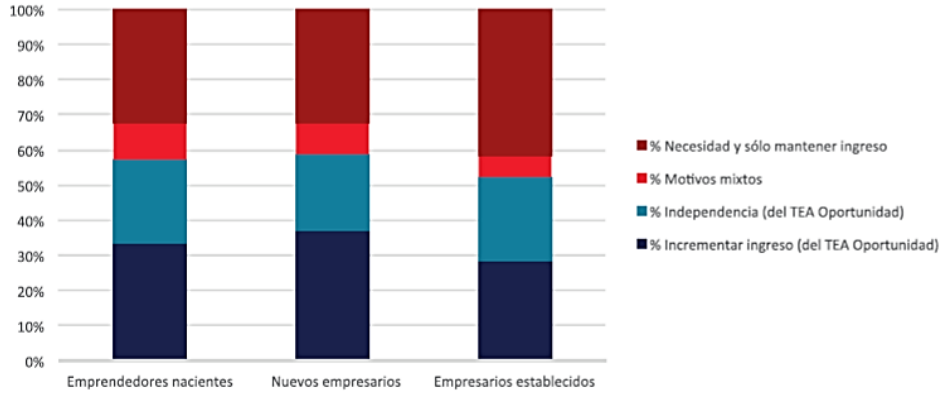
En síntesis, los chilenos se creen capaces y tienen las intenciones de emprender en el corto plazo, pero perciben que las condiciones del entorno del ecosistema emprendedor no son las propicias para hacerlo.

II.4.2.3 Caracterización de la actividad emprendedora en Chile

II.4.2.3.1 Motivación

La actividad emprendedora en Chile estuvo motivada al momento de emprender, mayoritariamente, por oportunidad, posicionándose en el puesto 19, de 48 países, con una relación de emprendimientos motivados por oportunidad sobre los motivados por necesidad de 2,5 (Bosma & Kelley, 2018), es decir, que por cada 10 emprendimientos motivados por necesidad existen 25 emprendimientos motivados por oportunidad.

Gráfico 18: Motivación al momento de iniciar un negocio



Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

Al analizar la segmentación por ciclo de vida, es posible notar que, tanto los emprendedores nacientes como los nuevos empresarios, emprenden casi en un 60% motivados por oportunidad y que un poco más del 30% decide hacerlo únicamente por necesidad. Al desglosar por genero se evidencia una importante brecha, pues por cada 10 mujeres que emprenden por oportunidad, aproximadamente, 5 lo hacen por necesidad, mientras que de cada 10 hombres que emprenden por oportunidad, aproximadamente, 2 lo hacen por necesidad.

II.4.2.3.2 Perfil socioeconómico

Las personas que conforman la actividad emprendedora chilena, según el GEM Reporte Nacional Chile (2018) tienen, en promedio, 39 años. Ahondando en la composición del TEA, el 67% de los emprendedores nacientes se ubica en el rango de edad de los 18 a los 44 años, mientras que el 78% de los nuevos empresarios están entre los 25 y 54 años. Respecto al género, el 42% del TEA está representado por mujeres, posicionando a Chile en el puesto 20, de 48 países, con un ratio TEA femenino sobre TEA masculino de 0,7 (Bosma & Kelley, 2018), es decir, por cada 7 emprendimientos femeninos existen 10 emprendimientos masculinos, esto refleja la necesidad de políticas públicas y acciones que permitan una

equidad en el número de emprendedores y emprendedoras en Chile (Guerrero & Serey, 2018).

Por otra parte, los chilenos que componen la actividad emprendedora son mayoritariamente de los estratos socioeconómicos ABC1 y C2, aproximadamente un 60%, y casi el 60% tiene educación escolar o universitaria (Guerrero & Serey, 2018). Lo cual, sugiere, que desde aquí nace la valoración social que existe en el país sobre el emprendimiento y que aún sea visto como una actividad económica de elite, sobre todo al momento de la formalización.

Figura 8:Carcaterísticas generales de la actividad emprendedora

Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

II.4.2.3.3 Expectativas de crecimiento

Muchos autores aseguran que el impacto que genera el emprendimiento en las economías está directamente relacionado con la generación de empleo, por ende, el GEM mide las expectativas de crecimiento de los emprendedores con la diferencia entre el empleo generado y el que esperan generar en los próximos 5 años (Guerrero & Serey, 2018).

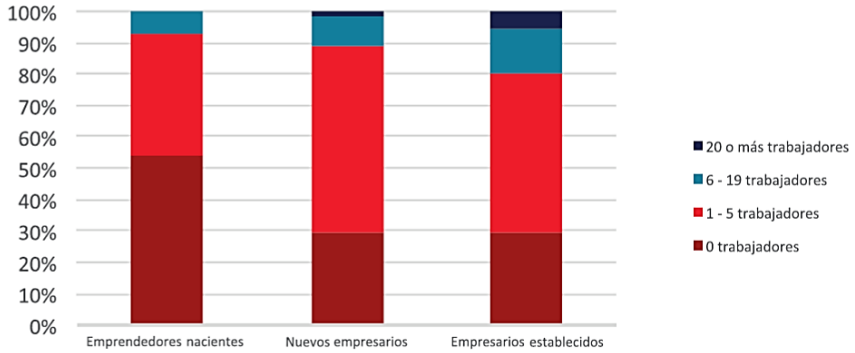
II.4.2.3.3.1 Empleo generado

Aproximadamente, el 54% de los emprendedores nacientes sólo se autoempleó, mientras que cercano al 40% de éstos generó entre 1 y 5 empleaos en el 2018. Asimismo, el

59% de los nuevos emprendimientos generó entre 1 y 5 empleos y un 29% sólo se autoempleó este mismo año (Gráfico 19).

En síntesis, cerca del 48% de la actividad emprendedora chilena aporta en la generación de 1 a 5 empleos.

Gráfico 19: Empleo generado clasificado por ciclo de vida del negocio



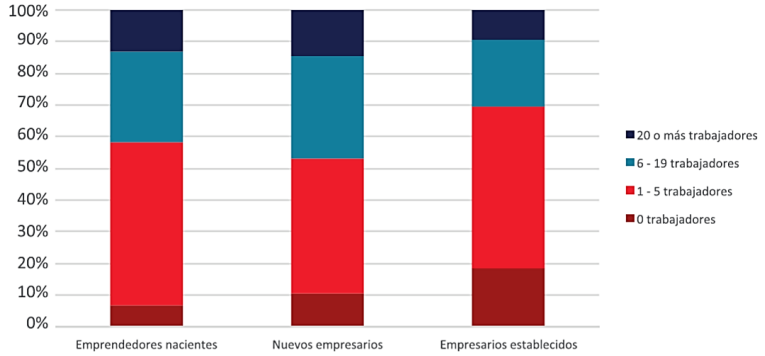
Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

II.4.2.3.3.2 Empleo esperado

Más del 90% de la actividad emprendedora proyecta generar nuevos empleos en los próximos 5 años, siendo la moda la generación de 1 a 5 puestos de trabajo.

A su vez, es posible notar, desde el Gráfico 20, la conservadora proyección de los empresarios establecidos y la optimista proyección de los emprendedores nacientes y nuevos empresarios. Esto se le puede atribuir al poco tiempo que llevan trabajando en sus emprendimientos y sus ansias de crecimiento.

Gráfico 20: Empleo generado clasificado por ciclo de vida del negocio

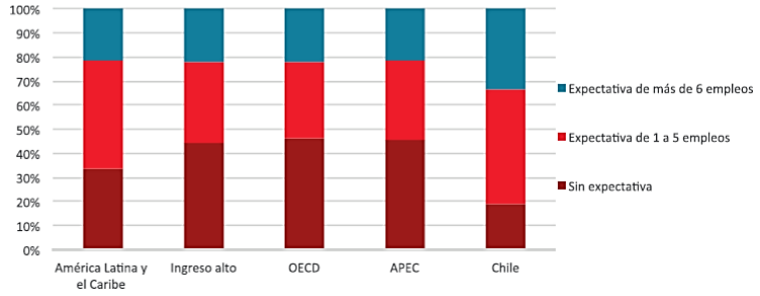


Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

II.4.2.3.3.3 Crecimiento

Respecto a los países de APEC, OECD, ingresos altos y América Lanira y el Caribe, Chile es uno de los países con mayores expectativas de crecimiento en la generación de empleos, más del 80% de los emprendedores esperan aumentar, como mínimo, en 6 los puestos de trabajos, mientras que más del 40% de los países que componen la APEC, la OECD y los países de ingresos altos no tienen expectativas de crecimiento (Gráfico 21).

Gráfico 21: Expectativa de crecimiento. Mostrando una comparación internacional

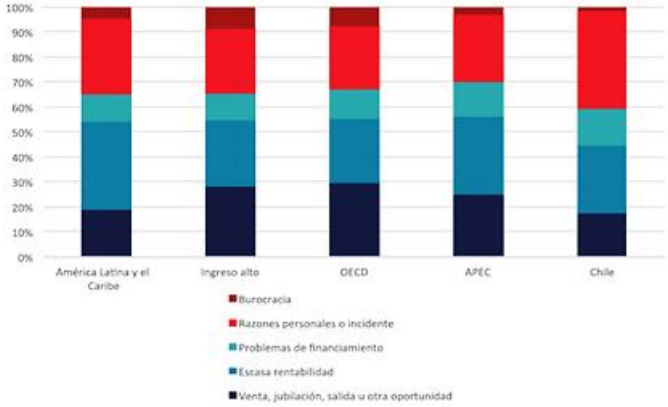


Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

II.4.2.3.4 Discontinuidad

Según los resultados del GEM Reporte Nacional Chile (2018), el 7% de la población estudiada ha descontinuado su negocio en el último tiempo, el 39% de éstos lo hicieron por motivos personales o incidentes, seguida de una escasa rentabilidad del negocio y la falta de financiamiento, con un 28% y 15%, respectivamente (Gráfico 22).

Gráfico 22: Motivos de discontinuar el emprendimiento, como porcentaje del total de negocios descontinuados en los últimos 12 meses



Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

II.4.2.4 Condiciones para emprender y el contexto empresarial en Chile

El entorno es un componente muy importante al momento de emprender (Guerrero & Serey, 2018), por lo que, en los últimos años, las políticas de apoyo a las PYME han recobrado importancia no sólo en Chile sino en toda América Latina (Álvarez & Vergara, 2007), pero para poder focalizar de buena manera las acciones y rumbos de éstas, es importante medirlas y evaluarlas para poder mejorarlas.

Para esto, el GEM aplica un instrumento de medición llamado "Encuesta Nacional de Expertos" (NES) que se aplicada a un mínimo de 36 expertos a nivel nacional para recoger información de las condiciones del entorno empresarial en cada país (Guerrero & Serey, 2018). En la última versión del GEM (2018), la NES de aplicó a 477 expertos chilenos.

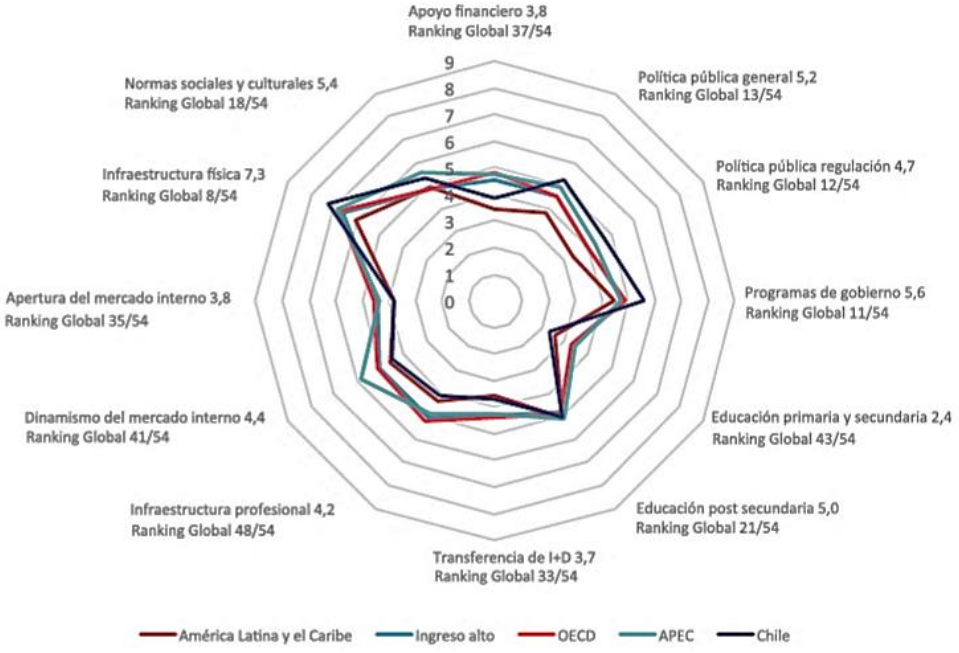
En términos generales, según el 20th annual Global Entrepreneurship Monitor Global Report (2018), Chile ocupa el puesto 26 de 54 economías estudiadas, con un NECI de 5,09, en buenas condiciones del contexto para emprender.

Así mismo, la evaluación de los expertos en GEM Nacional Report Chile (2018) arrojó que la condición mejor valorada de Chile, al igual que la mayoría de los países estudiados, fue la infraestructura física alcanzando una puntuación 7,3 de 9 y posicionando a Chile como el octavo país con mejor evaluación en este factor. La siguen los programas de gobierno destinados a nuevas empresas y en crecimiento y las normas sociales y culturales, con valoración de 5,6 y 5,4, respectivamente. En contraste, la condición de contexto educación para el emprendimiento en la educación primaria y secundaria tuvo la valoración más deficiente de todas las variables, 2,4 puntos de 9, posicionando a Chile en el puesto número 43, de 54, en esa categoría. También, la transformación de I+D, apoyo financiero y apertura del mercado interno fueron mal evaluadas, no superaron los 3,8 puntos.

Haciendo un benchmarking con los otros países estudiados (Gráfico 23), Chile se encuentra bien posicionado en las condiciones relacionadas con estructura física, programas de gobierno, políticas públicas generales, de regulación e impuestos y normas sociales y culturales. Es importante destacar que estar "bien posicionado" en el ranking de países no significa que la valoración de los expertos sea buena, de hecho, las últimas tres condiciones nombradas tienen entre 4,7 y 5,9 puntos de 9.

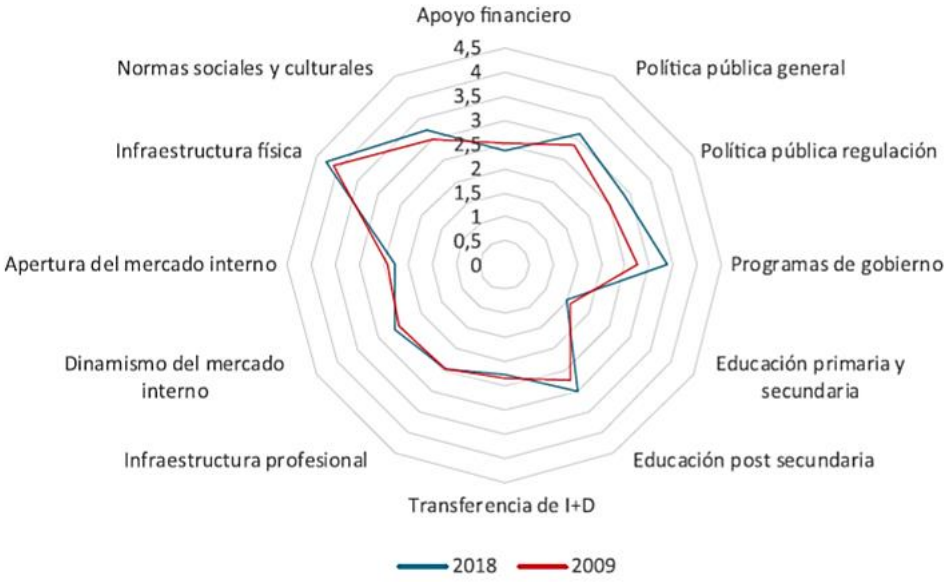
Analizando el progreso de Chile en este ámbito, es posible inferir que, en términos generales, el contexto para el emprendimiento chileno ha mejorado (Gráfico 24), principalmente las políticas públicas generales, de regulación e impuestos y los programas de gobierno que influyen directamente al ecosistema emprendedor. Así como, también, en menor medida, han mejorado las condiciones de estructura física, normas sociales y culturales sobre el emprendimiento y la educación para el emprendimiento post secundaria.

Gráfico 23: Evaluación de expertos sobre ecosistema de emprendimiento chileno. Mostrando comparativa internacional. Escala Likert de 1 a 9



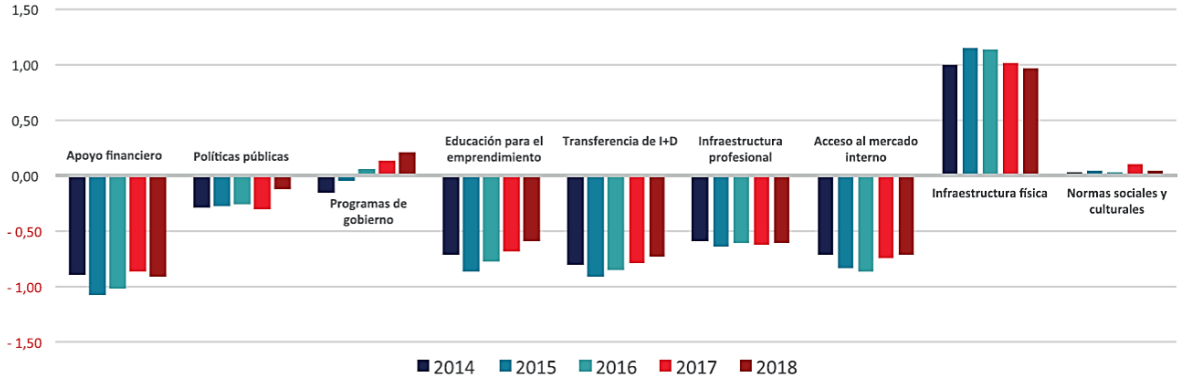
Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

Gráfico 24: Evaluación de expertos sobre ecosistema de emprendimiento chileno. Mostrando comparativo temporal 2009-2018. Escala Likert de 1 a 5



Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

Gráfico 25: Evaluación de expertos sobre ecosistema de emprendimiento chileno. Mostrando comparativo temporal 2014-2018. Escala Likert de -2 a 2



Fuente: GEM Reporte Nacional Chile 2018

En los últimos 5 años, Chile pasó de tener 1 condición positivamente valorada a 2, manteniendo 1 tendiendo a neutra y otras 6 valoraciones negativas. A pesar de esto, es evidente una tendencia a la mejora, inferible desde el Gráfico 25, de las condiciones de educación para el emprendimiento, transferencia de I+D y el acceso al mercado interno.

En definitiva, Chile es uno de los países con mayor actividad emprendedora del mundo, pero requiere seguir implementando políticas públicas que le permitan mejorar las

condiciones en las que se involucra el ecosistema emprendedor para que éste sea un real aporte a la economía chilena.

II.4.3 Modelo de segmentación de la actividad emprendedora en chile

En el 2014, la Unidad de Estudios de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) publicó un estudio (Emprendimiento en Chile: Hacia un Modelo de Segmentación) que propone una forma distinta para entender el emprendimiento chileno (Anexo B).

Basándose en un ejercicio realizado por Gunther y MacMillan (2000), los investigadores de la unidad de estudios de CORFO realizaron un modelo de segmentación bilateral considerando características relacionadas al emprendedor y, por el otro lado, relacionadas al emprendimiento. Estas son:

Dimensión 1: Conocimiento y las habilidades de mercado del emprendedor y su equipo.

Por el lado del conocimiento de mercado, se entiende que un emprendedor y su equipo lo poseen cuando "cuenta con una formación técnica o profesional relacionada con la descripción y comprensión del mercado en el que pretende actuar y es capaz de definir e identificar conceptualmente a sus clientes" (Unidad de Estudios Corfo, 2014), mientras que por habilidades de mercado se refiere a que el emprendedor y su equipo tienen habilidades de mercado cuando "se relacionan con una industria o actividad productiva que les permite comprender los incentivos detrás del mercado en el cual desean vender el bien o servicio" (Unidad de Estudios Corfo, 2014).

De este modo, la clasificación de esta primera dimensión del modelo será:

- SIN conocimiento NI habilidades de mercado
- CON conocimiento O habilidades de mercado

- CON conocimiento Y habilidades de mercado

Dimensión 2: Grado de diferenciación del producto.

En esta segunda dimensión se mide el nivel de diferenciación que poseen los productos o servicios que ofrece el emprendimiento, respecto a los productos disponibles en el que está inserta su actividad económica. Es así como se clasifica en poca, media y alta diferenciación según los siguientes criterios:

- Poco diferenciado

Un producto o servicio será poco diferenciado cuando "el bien o servicio tiene características similares al ofrecido por uno o más competidores y, por lo tanto, el costo para un cliente de cambiarse de oferente es bajo o inexistente" (Unidad de Estudios Corfo, 2014).

- Medianamente diferenciado

Un producto o servicio será medianamente diferenciado cuando "presenta algún grado de investigación y desarrollo", "y cuyo número de oferentes es limitado. La característica clave de este producto es la factibilidad limitada de imitación por parte de otro proveedor, a un costo razonable, en el mediano plazo" (Unidad de Estudios Corfo, 2014).

- Altamente diferenciado

Un producto o servicio será altamente diferenciado cuando "tiene un fuerte contenido de I+D y sobre cuya invención hay derechos constituidos. También, "cuando estamos en presencia de barreras monopólicas en el mercado de los insumos productivos o algún tipo de barrera natural y artificial" (Unidad de Estudios Corfo, 2014).

Ilustración 4: Modelo de segmentación Gunther y MacMillan (2000)

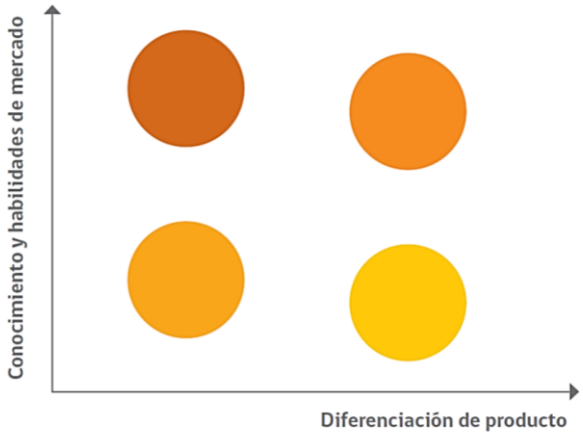
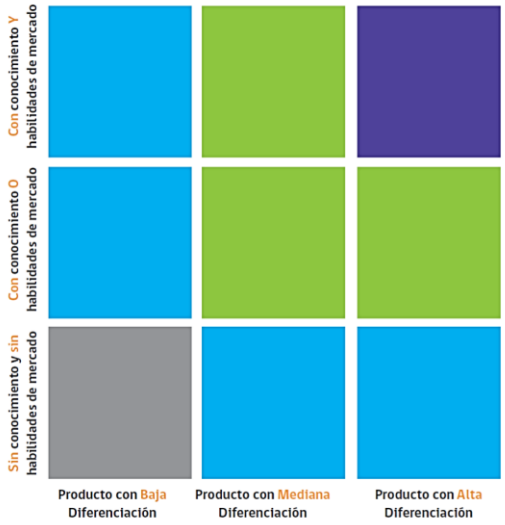


Ilustración 5: Modelo de segmentación CORFO (2014)



Luego de hacer la combinatoria y obtener 9 tipos de actividad emprendedora, los investigadores definieron que "una actividad emprendedora es más sofisticada o compleja en la medida que mayor sea el conocimiento y habilidades de mercado del emprendedor y su equipo, y mayor sea la diferenciación del producto que pretenden ofrecer" (Unidad de Estudios Corfo, 2014). Es as como definieron las siguientes categorías:

- Actividad emprendedora sin complejidad (color gris de la Ilustración 5)
- Actividad emprendedora de baja complejidad (color celeste de la Ilustración 5)
- Actividad emprendedora de mediana complejidad (color verde de la Ilustración 5)
- Actividad emprendedora de alta complejidad (color morado de la Ilustración 5)

En

II.4.4 El microemprendimiento en Chile

En Chile, cada dos años, el Instituto Nacional de Estadísticas y el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo realizan la Encuesta de Microemprendimiento (EME), cuyo objetivo es identificar las principales características del del microemprendimiento para

permitir una comprensión integral de éstos y nutrir de información útil para diseñar e implementar políticas públicas enfocadas al fomento del microemprendimiento (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo & Instituto Nacional de Estadísticas, 2018).

La muestra estudiada en el EME está compuesta por las personas clasificadas como trabajadores por cuenta propia o empleadores con hasta 10 trabajadores (incluyendo al dueño) en la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) del trimestre marzo-mayo del año 2017 (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo & Instituto Nacional de Estadísticas, 2018), por lo que, para efectos de esta sección, se entenderá un microemprendedor como una persona con estas características.

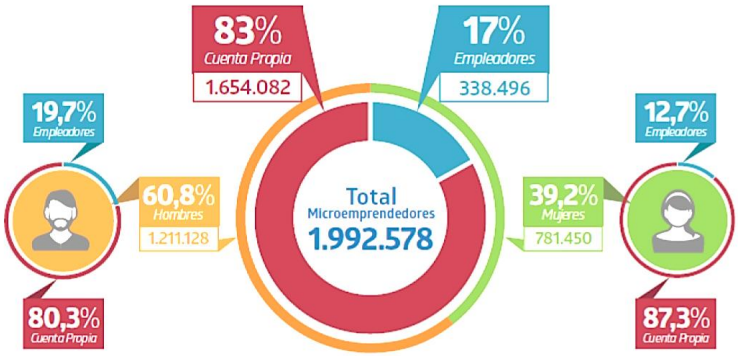
En su quinta versión, el EME (2018) estudió a casi 2 millones de microemprendedoras y microemprendedores, experimentando un aumento del 9,9% respecto al EME 4, cifra que representa el 22,3% de la fuerza laboral del país.

Debido a que el EME contempla una importante significancia global y regional, para este escrito, será utilizado como base para caracterizar el microemprendimiento chileno.

II.4.4.1 Perfil de la microemprendedora y el microemprendedor

Según el boletín “El microemprendimiento en Chile” del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2018) el microemprendimiento chileno está compuesto por 1.992.578 emprendedoras y emprendedores, de los cuales el 39,2% son mujeres y el 60,8% son hombres. Al comprar el EME 4 (2015) y el EME 5 (2017), la cantidad de mujeres aumentó en un 11,7 % y la de hombres en un 8,8 %.

Gráfico 26:Perfil del microemprendedor/a chileno/a. Mostrando un análisis bivariado entre sexo y categoría ocupacional



Fuente: EME-5 2017

Además, sólo el 17% de los microemprendedores son empleadores de hasta 9 trabajadores, es decir, la mayoría trabaja por cuenta propia. Sim embargo, respecto al 2015, los empleadores aumentaron en 1,5 puntos porcentuales. Al segregar por sexo (Gráfico 26), es posible notar que las mujeres tienden a trabajar solas en sus negocios y los hombres son levemente más propensos a emplear trabajadores.

Por otro lado, la mayoría de los microemprendedores y microemprendedoras completó su educación media, un 43,1%, y el 28,4% sólo terminó su enseñanza básica. Además, el 26,8% de los consultados alcanzó niveles superiores de educación, ya sean técnicos, universitarios o postítulo (Gráfico 27). Respecto al EME 4, se evidencia un aumento, en general, del nivel educacional de los microemprendedores, principalmente en las categorías educación media y educación técnica superior, ambas aumentaron en 1 punto porcentual.

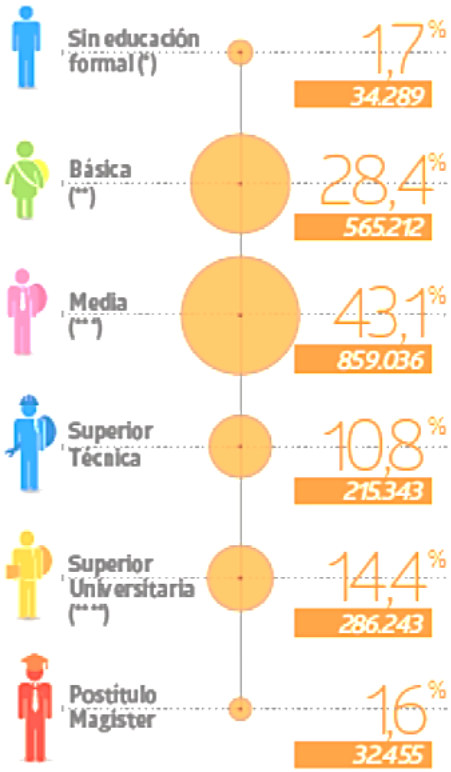
Asimismo, la mayaría de los microemprendedores, un 67,7%, tienen entre 35 y 64 años, con una edad promedio de 50,4 años y más de la mitad de ellos supera los 50 años.

Con relación a las veces que han iniciado un negocio los microemprendedores chilenos, el 68% chilenos sólo ha emprendido en su actual negocio, mientras que el 21,7% lo está haciendo por segunda vez. Si bien la cantidad de veces que han emprendido no asegura

que el negocio actual crezca, si ayudan los aprendizajes adquiridos y la experiencia en aquellas experiencias de fracaso.

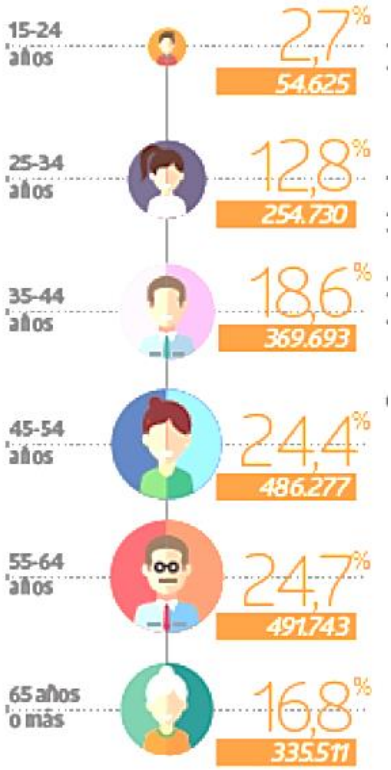
Respecto al motivo por el cual decidieron emprender, el 57,9% expresó hacerlo por necesidad, mientras que el 30,3% por oportunidad. Al hacer un análisis por sexo, como muestra el Gráfico 29, las mujeres emprenden por necesidad en mayor medida que los hombres.

Gráfico 27: Perfil del microemprendedor/a chileno/a. Mostrando nivel educacional



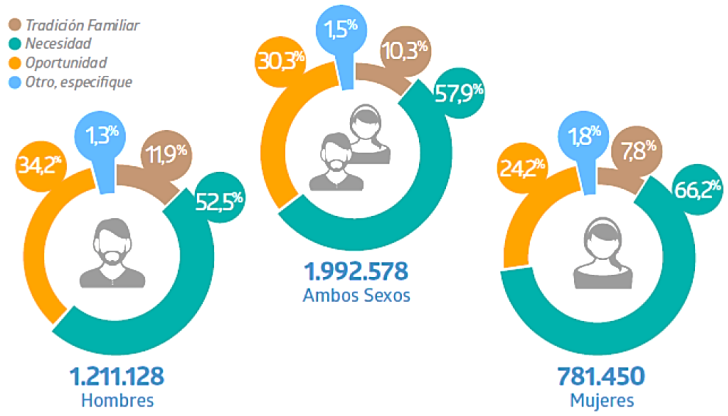
Fuente: EME-5 2017

Gráfico 28: Perfil del microemprendedor/a chileno/a. Mostrando tramo de edad



Fuente: EME-5 2017

Gráfico 29: Perfil del microemprendedor/a chileno/a. Mostrando la motivación por la cual emprendió, segregado por sexo



Fuente: EME-5 2017

Desde los datos del EME 5 (2018), es posible inferir que la razón microemprendimiento por necesidad y microemprendimiento por oportunidad es, aproximadamente, 2, es decir que por cada 1 microemprendimiento creado por oportunidad existen 2 que fueron creados por necesidad. Del mismo modo, al segregar por sexo, la razón para mujeres es 2,7 y para hombres 1,5. Respecto al EME 4, ejecutado en el año 2015, no se observaros diferencias significativas, haciendo una comparativa temporal.

Esta situación es un punto de alerta, pues emprender por "necesidad" se refiere a utilizar el emprendimiento como una herramienta para superar una situación de pobreza (Larroulet & Ramírez, 2007), lo que se traducirá en una situación de bienestar social no sostenible en el largo plazo, si no se realizan políticas públicas que incentiven comenzar un emprendimiento por aprovechar una oportunidad que ofrece el entorno.

Por último, en cuanto al tiempo que le dedican a su emprendimiento, los microemprendedores trabajan en promedio 5 días a la semana en sus negocios, invirtiendo 37 horas de su semana. La mayor concentración de datos está entre los 5, 6 y 7 días trabajados, el 72,4%, trabajando 37, 50 y 57 horas semanales, respectivamente.

II.4.4.2 Percepción de microemprendedor sobre el emprendimiento

Los microemprendedores y emprendedoras creen que los principales beneficios de comenzar con un negocio propio es no tener jefe (34,1 %), ajustar sus horarios de trabajo (21,4 %) y poder realizar tareas domésticas y/o de cuidado en el hogar (21,2 %). Además, perciben que la falta de clientes y la falta de financiamiento son las principales limitantes para que sus negocios crezcan.

Evidentemente, estos resultados de percepción están estrechamente relacionado a que los microemprendedores no están emprendiendo por aprovechar una oportunidad que identificaron en el mercado o en su entorno, sino que, más bien, como un sustento económico.

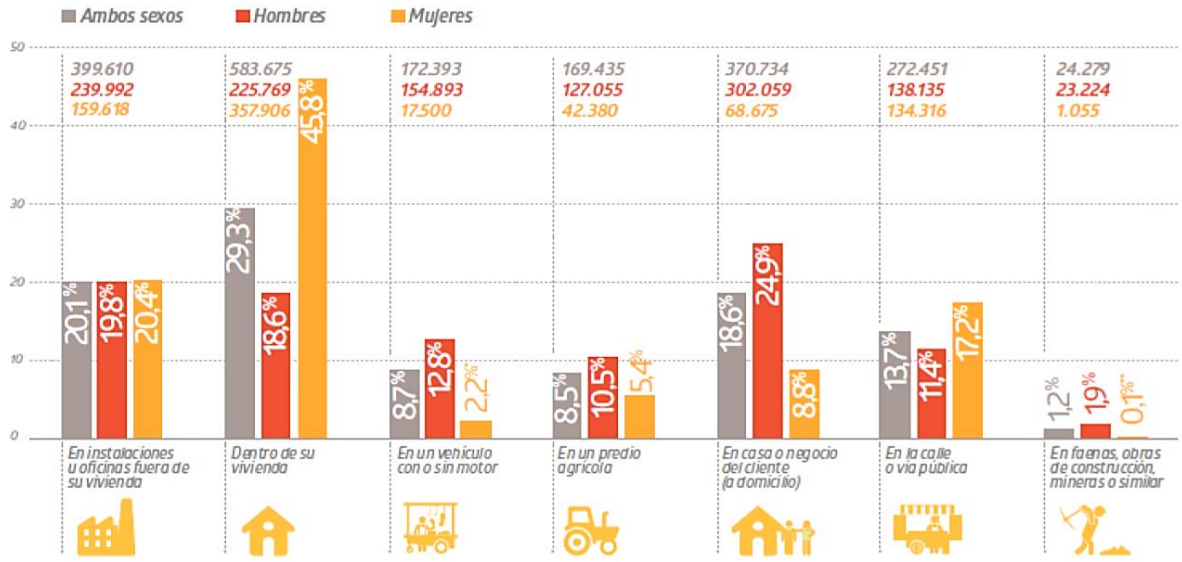
II.4.4.3 Perfil del negocio

II.4.4.3.1 Características generales

Según el último boletín sobre microemprendimiento del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2018), la Región Metropolitana concentra el 40% de los microemprendimientos de Chile, seguida de las regiones de Valparaíso, el Biobío y la Araucanía, con un 9,15%, 8,94% y 8,49%, respectivamente.

Además, los microemprendimientos son establecidos por sus dueños, como muestra el Gráfico 30, en su propio hogar (29,3%), en instituciones u oficinas fuera de la vivienda (20,1%), en casa o negocio del cliente (18,6%) o en la vía pública (13,7%). Al hacer un análisis bivariado con la variable sexo, es posible notar que las mujeres desarrollan, en su mayoría, sus microemprendimientos desde su hogar, mientras que los hombres lo hacen a domicilio o fuera de su vivienda. Es necesario precisar que un factor determinante en esta materia es la industria donde se desempeñan.

Gráfico 30: Perfil del microemprendimiento. Mostrando lugar físico donde desarrollan sus actividades, segregado por sexo

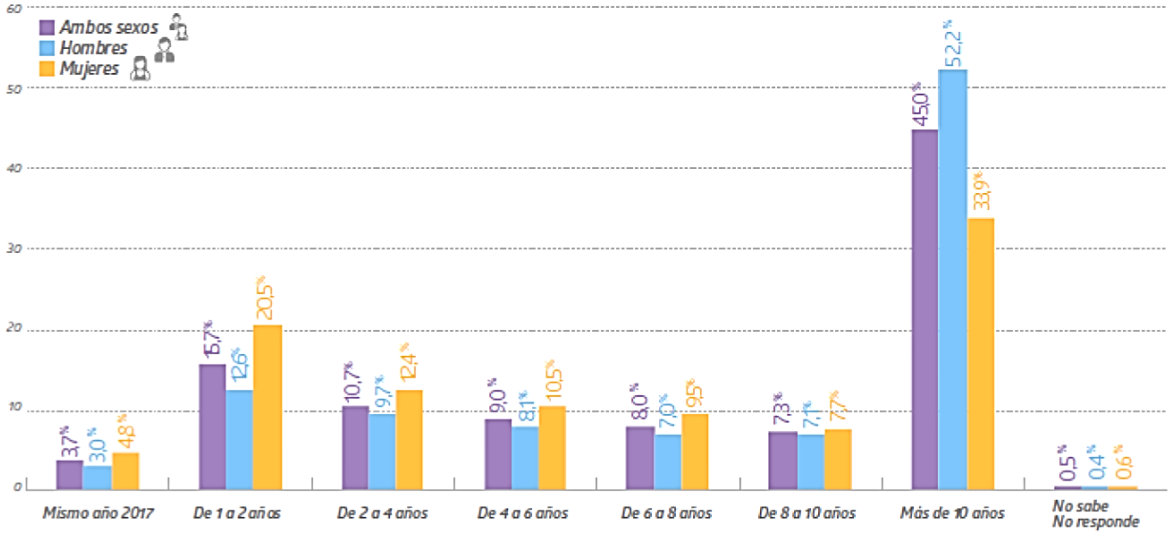


Fuente: EME-5 2017

Respecto a la manera en que se estructuran los microemprendimientos, los resultados del EME 5 (2018) arrojaron que el 87,1 % solo tienen un socio, el dueño, el 11,2 % tiene 2 socios y el restante 1,7 % tiene 3 o más socios.

Por otra parte, la antigüedad promedio de los microemprendimientos en Chile es 14 años, con una mediana de 10 años, es decir, que la mayoría tiene una antigüedad igual o mayor a los diez años (45%) y los nuevos microemprendimientos ocupan sólo un 3,7%. Al segmentar por sexo, como muestra el Gráfico 31, más del 50% del microemprendimiento masculino tiene más de 10 años, con una mediana de 12 años y un promedio de 15,7 años. Por la otra vereda, el 52,9% del emprendimiento femenino tiene entre 1 y 8 años, con una mediana de 7 años y un promedio de 11,4 años, lo que muestra que los datos de este último son bastante dispersos, pues el 20,2% se concentra en el tramo de 1 a 2 años y el 33,9% en el tramo más de 10 años.

Gráfico 31: Perfil del negocio. Mostrando antigüedad del microemprendimiento, segregado por sexo



Fuente: EME-5 2017

Al complementar esto con la alta tasa de microemprendimientos creados por necesidad y la cantidad de veces que han iniciado un emprendimiento, queda en evidencia que la mayoría de las pequeñas unidades económicas chilenas tienen como único fin ser un sustento económico para los microemprendedores/as, dejando de lado crecimiento de éste y la oportunidad de ser agentes de cambio en las economías locales.

En cuanto a las ganancias generadas en un año, el 48,8% de los microemprendimientos obtiene ganancias menores a un sueldo mínimo, $257.500 a julio de 2016. Asimismo, el 73,7% gana menos o lo mismo que cuando era asalariado.

Los resultados del EME 5 (2018) muestran que existen importantes brechas de género en esta temática, pues la Gráfico 32 evidencia que el microemprendimiento femenino se concentra en los tramos de menor utilidad, el 68,2 % de los microemprendimientos liderado por mujeres generan utilidades de $257.500 o menos al mes, mientras que el microemprendimiento masculino sólo ocupa un 36,2% en el mismo tramo.

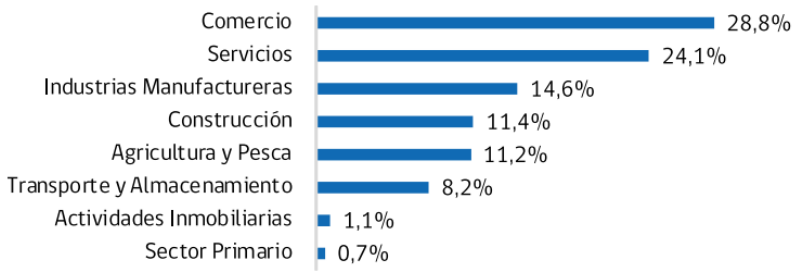
Gráfico 32: Perfil del negocio. Mostrando ganancias generadas con el microemprendimiento, segregado por sexo

Fuente: EME-5 2017

II.4.4.3.2 Participación en las industrias chilenas

Al igual que en los resultados del GEM Reporte Nacional Chile 2018, el comercio es la actividad económica con mayor participación microemprendedora, un 28,8%. Le siguen los servicios hoteleros, salud, educación y sociales con un 24,1% y la industria manufacturera con un 14,6%.

Gráfico 33: Microemprendimientos según actividad económica



Fuente: El microemprendimiento en Chile (2018)

II.4.4.3.3 Aporte al empleo

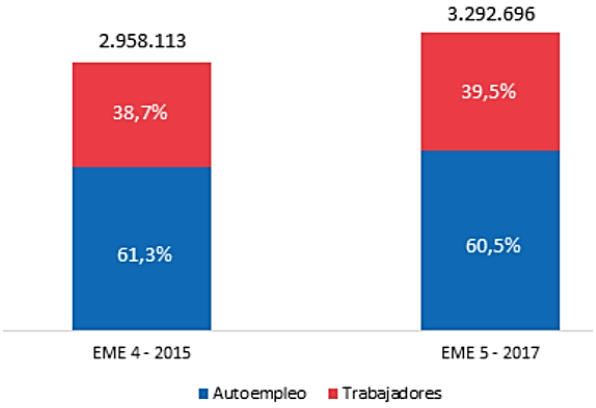
Es de común acuerdo, tomando en cuenta todo lo expuesto en el presente escrito, que el principal aporte económico del emprendimiento es la generación de empleo, por aquello es relevante analizar el impacto que tiene el microemprendimiento en este ámbito.

Según el Boletín "Empleo y microemprendimiento" (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas, 2018), en el año 2017 los

microemprendimientos crearon 3.292.696 puestos de trabajo, experimentando un crecimiento del 8,45% respecto al 2015 y representando el 22,2% de la fuerza laboral chilena, de los cuales el 60,5 % corresponde a dueños de microempresas, mientras que el 39,5% restante son los trabajadores de éstos (Gráfico 34). Además, un 18,4% aumentó su número de trabajadores desde que empezó hasta al momento actual.

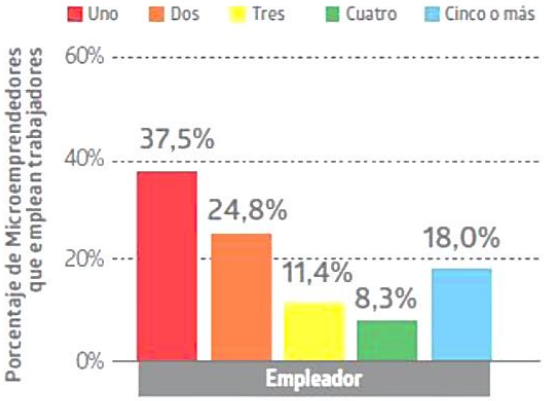
Asimismo, como muestra el Gráfico 35, los resultados del EME 5 muestran que el 37,5% los microemprendedores que cumplen el rol de empleador/a cuenta con un trabajador, un 24,8% con dos trabajadores y un importante 18% con cinco o más trabajadores.

Gráfico 34: Distribución del empleo generado por el microemprendimiento. Mostrando una comparativa con el EME 4



Fuente: El microemprendimiento en Chile (2018)

Gráfico 35: Cantidad de trabajadores empleados por microemprendedores, expresado como porcentaje de éstos.



Fuente: EME-5 2017

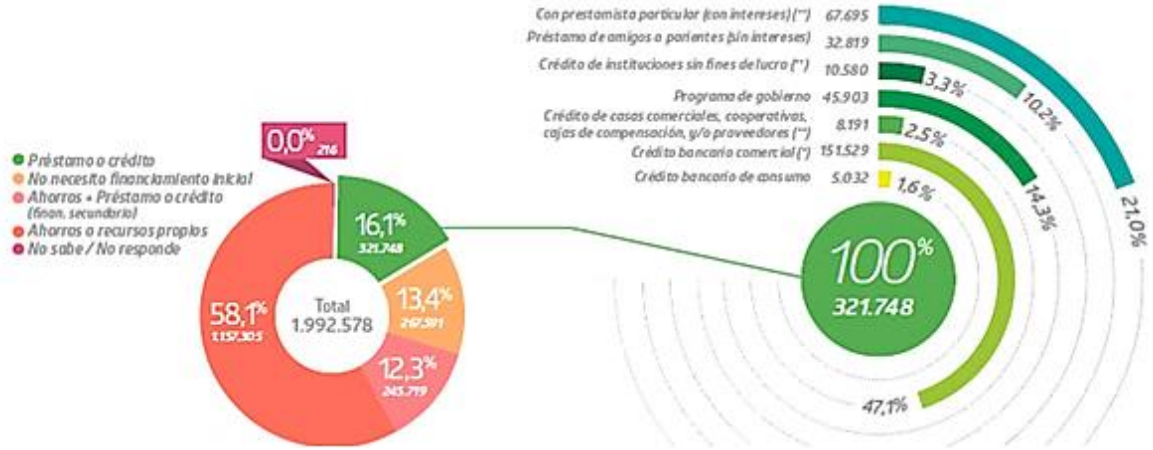
II.4.4.3.4 Financiamiento

La encuesta de microemprendimiento, aplicada en el 2017, busca identificar, entre otras cosas, cómo se financian los microemprendimientos, tanto al iniciar como en el día a día, y las relaciones de éstos con las entidades financieras, principalmente la relación crediticia con los bancos.

Respecto a la fuente del capital inicial para comenzar el emprendimiento, el 58,1% lo obtuvo de ahorros o recursos propios, mientras que un 16,1% se financió vía préstamo o

crédito. De estos últimos, como muestra el Gráfico 36, el 47,1% inicio con crédito bancario comercial, un 21% con prestamistas particulares y un 14,3 % con programas de gobierno.

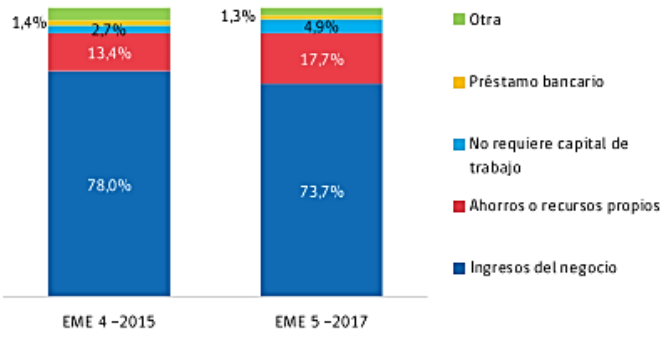
Gráfico 36: Financiamiento de capital inicial. Mostrando desglose de financiamiento por préstamo o crédito



Fuente: EME-5 2017

En cuanto al financiamiento del capital de trabajo necesario para hacer funcionar el microemprendimiento, como evidencia el *Gráfico 37*, cerca del 74% utiliza los ingresos del negocio para financiar sus operaciones, 4,3 puntos porcentuales menos que el año 2015. Por su parte, el uso de ahorros o recursos propios aumentó en la misma cifra.

Gráfico 37: Fuente de financiamiento del capital de trabajo del negocio

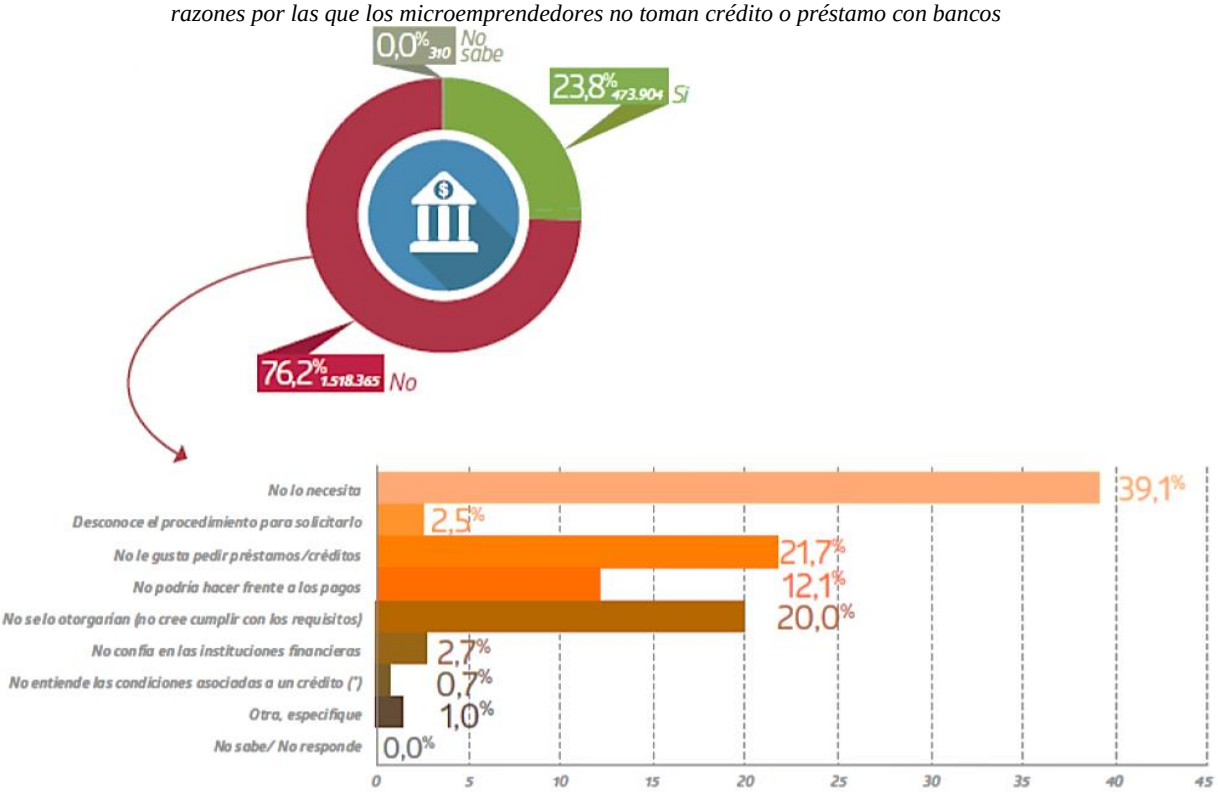


Fuente: Financiamiento en los Microemprendimientos (2018)

Referente a la interacción entre el mundo del microemprendimiento chileno y la banca, el 76,2% de los pequeños empresarios nunca ha solicitado un préstamo o crédito bancario para financiar su actual negocio, cuyas principales razones para no tomarlo es

pensar que no lo necesitan, que no les gusta el sistema bancario o cree que no se lo van a otorgar por no cumplir con los requisitos

Gráfico 38: Financiamiento del microemprendimiento con crédito o préstamo bancario. Mostrando el desglose de las razones por las que los microemprendedores no toman crédito o préstamo con bancos



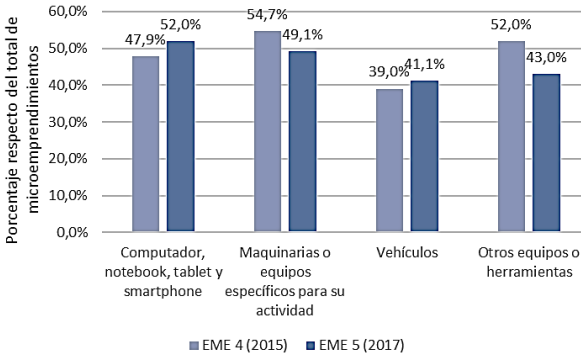
Fuente: EME-5 2017

II.4.4.3.5 Uso de herramientas tecnológicas

En el boletín "El microemprendimiento en Chile" (2018) analiza el uso de equipos y herramientas tecnológicas debido a que las tecnologías han tomado un rol cada vez más importante por su contribución al crecimiento de las microempresas.

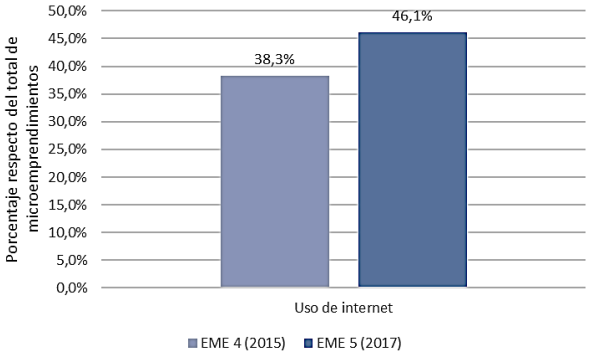
Para el año 2017, el 91 % de los microemprendimientos dispone de algún tipo de equipo o herramienta para fines de la operación del negocio, siendo los computadores, notebooks, tablets y smartphones los más utilizados, con un 52% y experimentando un aumento de 4,1% respecto al año 2015 (Gráfico 39). Asimismo, los microemprendedores que utilizan Internet para fines de su negocio aumentó a 46,1% para el año 2017, como se muestra el Gráfico 40.

Gráfico 39: Uso de equipos y herramientas tecnológicas. Mostrando una comparativa con el EME 4



Fuente: El microemprendimiento en Chile (2018)

Gráfico 40: Uso de internet. Mostrando una comparativa con el EME 4



Fuente: El microemprendimiento en Chile (2018

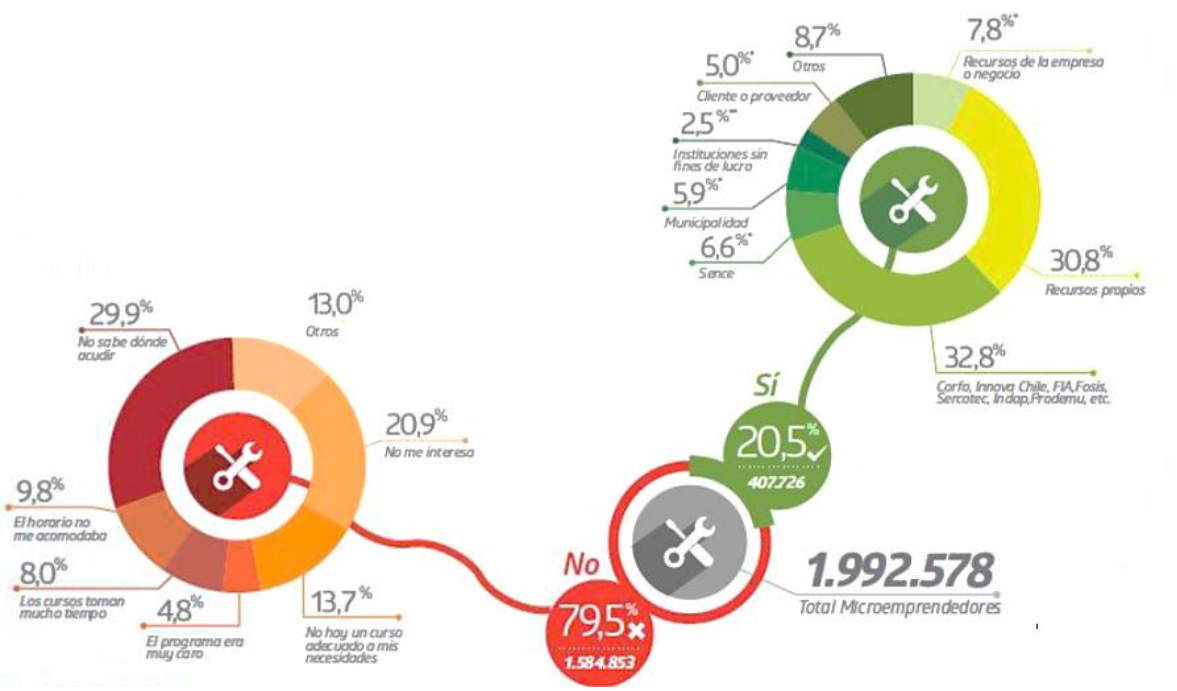
II.4.4.3.6 Formación

Según todo lo expuesto en los puntos anteriores, es posible concluir que Chile tienen una enorme tarea en mejorar la realidad del microemprendimiento chileno, las bajas expectativas de crecimiento y las altas tasas de negocios motivados por necesidad son situaciones preocupantes y de alerta. Para aquello, la formación, tanto en herramientas de gestión empresarial como específica de un rubro, juegan un importante rol, pues es un elemento primordial para solucionar los problemas de productividad de las empresas, elevando su potencial de crecimiento y a su vez entregar mejores salarios (Instituto Nacional de Estadísticas, 2017). Sin embargo, los emprendedores o dueños de start-up poseen una menor probabilidad de realizar capacitaciones formales, respecto de los empleados de grandes (David & Francis, 2010), debido al alto costo de oportunidad que éstas significan.

Al año 2017, en Chile, sólo el 20,5% de los microemprendedores y emprendedoras se capacitó en los últimos 5 años, según la Encuesta de Microemprendimiento (Instituto Nacional de Estadísticas, 2017), de los cuales el 32,8% la financió gracias a programas de gobierna y un 30,8% con recursos propios. Asimismo, quienes no se capacitaron en el último

tiempo señalan que se debe a que no saben dónde acudir (29,9%), no les interesa (20,9%) y no hay cursos adecuados a sus necesidades (13,7%).

Gráfico 41: Capacitaciones y el microemprendimiento chileno



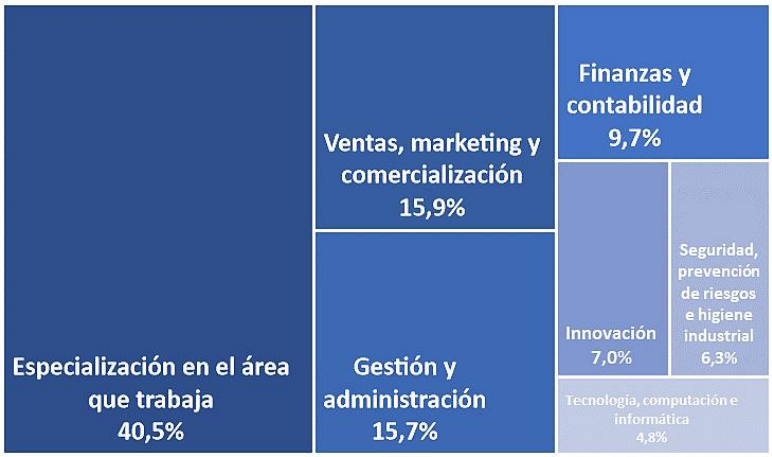
Fuente: EME-5 2017

En la misma línea, el estudio "Encuesta ambiente pymes en Chile" (Lobos, 2018), arrojó que cerca del 50% de los dueños de una PYME no conocen programas de entrenamiento o capacitación. Además, sólo un 18% de los consultados ha participado de algún programa de formación, donde la mayoría de éstos los califican como útiles y muy útiles para el negocio y su desarrollo profesional. Conjuntamente, concluyeron que existe una correlación entre quienes buscan capacitaciones o cursos y la edad, siendo las personas jóvenes quienes más se capacitan.

Complementando lo anterior con los resultados del EME 5 analizados en el boletín "El microemprendimiento en Chile" (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo & Instituto Nacional de Estadísticas, 2018), las personas que si han participado de algún programa de formación creen que las más relevantes fueron aquellas que tratan de

especialización en su área que trabaja (40,5 %), le siguen las relacionadas con ventas, marketing y comercialización (15,9%), gestión y administración (15,7%) y finanzas y contabilidad (9,7%).

Gráfico 42: Áreas en las que recibieron capacitación los microemprendedores.



Fuente: El microemprendimiento en Chile (2018)

Del mismo modo, el boletín "Empleo y microemprendimiento" (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas, 2018), analiza el nivel de capacitados segmentando en dos grupos, microemprendimiento sin trabajadores contratados y aquellas que contratan uno o más trabajadores. De este modo, es posible percibir que los negocios con empleados tienen una mayor tasa de capacitación, un 26,2% versus un 17,8%, debido a que las empresas con empleados cuentan con mayores ingresos y mayor estabilidad (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas, 2018). Desde aquí se puede concluir que la falta de capacitación no sólo se debe a que no se está brindando o publicitando efectivamente los cursos de desarrollo de habilidades para microemprendedores, sino que, también, tiene una componente económica-financiera debido al desembolso de dinero que, muchas veces, cuesta una capacitación. También, que los trabajadores independientes no se estén capacitando puede deberse al esfuerzo extra que deben realizar en términos de horas adicionales a su jornada laboral o

porque no perciben que vaya a traducirse en un aumento de ventas (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo & Instituto Nacional de Estadísticas, 2018)

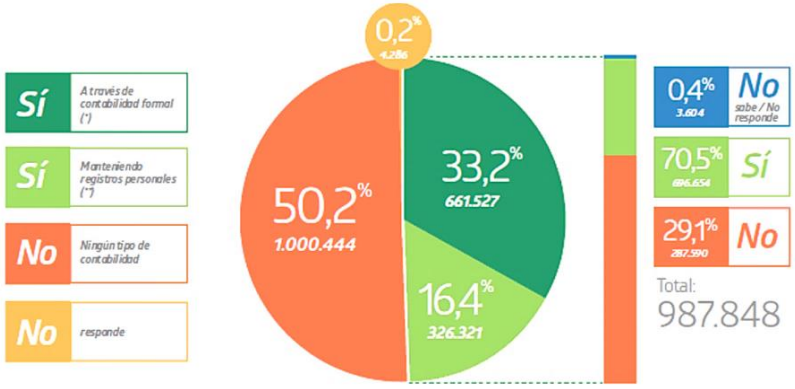
Para concluir, que la gran mayoría de los microemprendedores no se capaciten es una mala señal para las políticas públicas en el área de emprendimiento y desarrollo social, pues son las empresas de menor tamaño las que están más rezagadas en términos de productividad y donde una capacitación útil puede ser más efectiva (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo & Instituto Nacional de Estadísticas, 2018).

II.4.4.3.7 Relación entre el microemprendimiento y los registros contables

Los registros contables son un recurso clave para la gestión y administración de un negocio, por ende, es decisivo analizar cómo se están desempeñando los microemprendedores en este ámbito para poder identificar las variables que pueden contribuir a su desarrollo y crecimiento futuro.

Según el EME 5 (Instituto Nacional de Estadísticas, 2017), el 49.8% de los microemprendimientos chilenos cuenta con algún registro contable, ya sea formal o personal, de los cuales el 70,5% realiza una separación de gastos.

Gráfico 43: Microemprendimientos y sus registros contables. Mostrando el desglose según separación de gastos



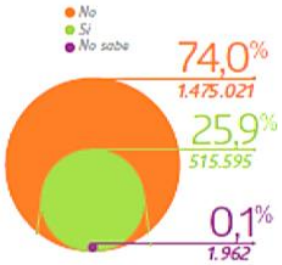
Fuente: EME-5 2017{

Que el 50% de los microemprendimientos no posea ningún tipo de registro contable es alarmante, pues es un indicio que están emprendiendo a ojos cerrados y que la mayoría de

sus los datos financieros que entregan, por ejemplo, la entregada al EME, está basado en percepciones y no en datos reales. Esta realidad tiene plena relación con lo antes expuesto, que las personas están emprendiendo por necesidad, principalmente financiera.

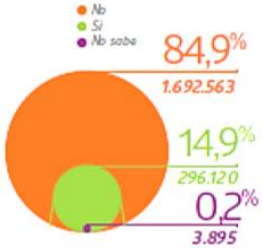
También, puede influir el acceso a la información respecto a esta temática, por ejemplo, al año 2017, sólo el 25,9% de los consultados tiene conocimiento del régimen de microempresa familiar y sólo un 14,9% sabe sobre el régimen de tributación especial para MIPYME.

Gráfico 44: Microemprendedores según conocimiento del régimen de microempresa familiar



Fuente: EME-5 2017

Gráfico 45: Microemprendimiento según conocimiento del régimen de tributación especial para MIPYMES



Fuente: EME-5 2017

II.4.4.4 Informalidad

Según el boletín "Empleo y microemprendimiento" (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas, 2018), las actividades pertenecientes al sector informal de la economía se caracterizan por su baja productividad y por contar con condiciones laborales menos estables y menores utilidades. Por lo tanto, el análisis de este sector se vuelve bastante importante para generar políticas públicas que busquen disminuir de la informalidad, sobre todo en el mundo del microemprendimiento.

II.4.4.4.1 Definición

En el boletín "Informalidad en el Microemprendimiento en Chile" desarrollado por Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, basado en la Encuesta de Microemprendimiento ejecutada por el Instituto Nacional de Estadísticas, (2018), definen la

formalidad de una empresa, negocio o actividad que tenga su iniciación de actividades en el Servicio de Impuestos Internos (SII), ya sea como persona natural o jurídica. Por ende, la informalidad se entenderá como la carencia de ésta, incluso aquellas que están en proceso. Además, éste organismo define grados de informalidad, los cuales tienen como variables la iniciación de actividades, registro contable y permiso municipal, quedando los siguientes gadros de informalidad:

Informalidad alta: Empresa, negocio o actividad que no cuenta con iniciación de actividades, resgistro contable ni patente comercial.

Informalidad intermedia 1: Empresa, negocio o actividad que no cuenta con iniciación de actividades ni resgistro contable, pero si con patente comercial.

Informalidad intermedia 2: Empresa, negocio o actividad que no cuenta con iniciación de actividades ni patente comercial, pero si con un resgistro contable parcial.

Informalidad intermedia 3: Empresa, negocio o actividad que no cuenta con iniciación de actividades, pero si con un resgistro contable parcial y patente comercial.

Informalidad intermedia 4: Empresa, negocio o actividad que no cuenta con iniciación de actividades ni patente comercial, pero si con una contabilidad simplificada.

Informalidad intermedia 5: Empresa, negocio o actividad que no cuenta con iniciación de actividades, pero si con un contabilidad simplificada y patente comercial.

Informalidad baja 1: Empresa, negocio o actividad que no cuenta con iniciación de actividades ni patente comercial, pero si con una contabilidad completa.

Informalidad baja 2: Empresa, negocio o actividad que no cuenta con iniciación de actividades, pero si con un contabilidad completa y patente comercial.

Tabla 1: Grados de informalidad

Informalidad	Inicio de actividades	Tipo de registro de las cuentas	Patente municipal
Alta	X	X	X
Intermedia 1	X	X	√
Intermedia 2	X	√ (cont. parcial)	X
Intermedia 3	X	√ (cont. parcial)	√
Intermedia 4	X	√ (cont. simplificada)	X
Intermedia 5	X	√ (cont. simplificada)	√
Baja 1	X	√ (cont. completa)	X
Baja 2	X	√ (cont. completa)	√

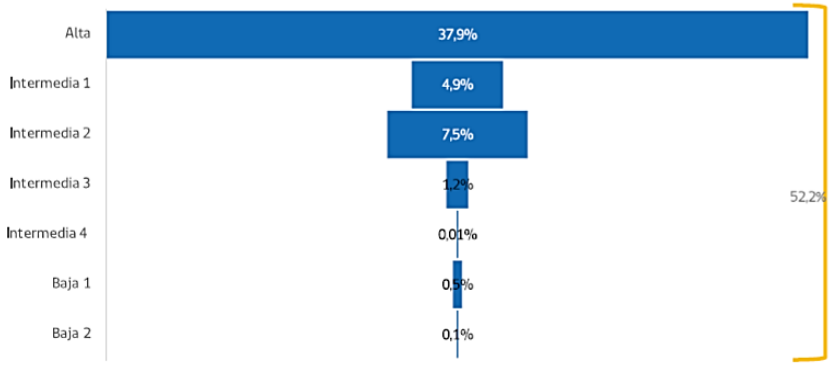
Fuente: Informalidad en el Microemprendimiento en Chile (2018)

II.4.4.4.2 La informalidad y el microemprendimiento chileno

Los resultados del EME 5 (Instituto Nacional de Estadísticas, 2017) arrojaron que en Chile el 52,2 %, de 1.992.578 microemprendedores que alberga el país, son informales y dejando un 47,8 % de microemprendimientos formales. Estas cifras dejan en evidencia los altos grados de informalidad en negocios, empresas o actividades por cuenta propia de que se desarrollan en el país.

Al hacer un análisis bivariado entre los microemprendimientos informales y su grado de informalidad (Gráfico 46), se observa cerca del 73% de éstos son altamente informales, mientras que un poco más del 25% poseen algunas características de formalidad, como permiso municipal y/o registro contable.

Gráfico 46: Microemprendedores clasificados según su grado de informalidad



Fuente: Informalidad en el Microemprendimiento en Chile (2018)

Respecto a las razones por las cuales los microemprendedores chilenos deciden ser informales, más del 50% piensan que no es esencial para el funcionamiento de su negocio o porque su empresa es demasiado pequeña.

Tabla 2: Razones por la que el microemprendedor/a decide seguir en la informalidad

	Principal razón por la que no inicia actividades	% Informales	Mediana Ventas Mensuales
Informales	El registro no es esencial	37,7 %	$200.000
	Su empresa es demasiado pequeña	31,0 %	$200.000
	Ningún negocio como el suyo está registrado	8,5 %	$200.000
	No sabe cómo registrarse	5,7 %	$160.000
	El proceso de registro es demasiado caro	4,7 %	$250.000
	Teme perder beneficios sociales	2,3 %	$245.000
	No quiere tener la presión de que lo fiscalicen	2,3 %	$280.000
	El proceso de registro toma demasiado tiempo	2,2 %	$596.875
	No ha podido cerrar la actividad anterior	1,6 %	$300.000
	Otro	3,2 %	$350.000
	NS/NR	0,7 %	-
	Total no inicia SII	51,7 %	$200.000
	Total Informales (no SII y en proceso)	52,2 %	$203.000
Formales	**Total Formales**	47,8 %	$860.000
	Total	100 %	$400.000

Fuente: Informalidad en el Microemprendimiento en Chile (2018)

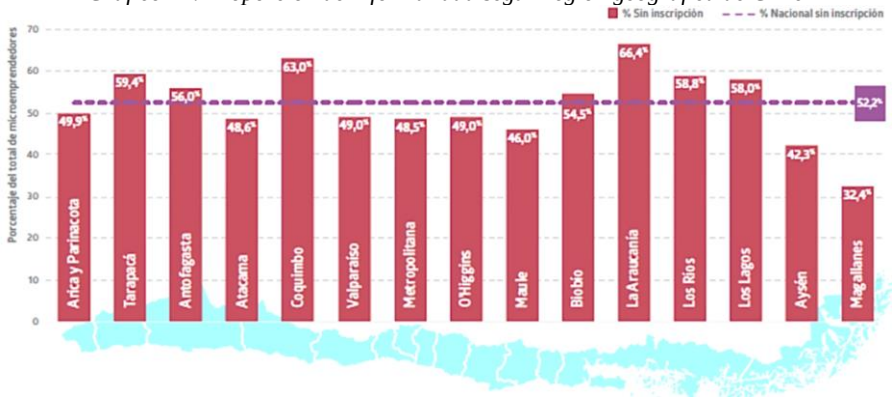
Desde la *Tabla 2*, se puede deducir que los niveles de venta tienen una estrecha relación con la decisión de formalizar el emprendimiento. También, es posible identificar que sólo un 0,5% de los emprendedores informales estaban en proceso de formalización para el año 2017.

II.4.4.4.3 Caracterización del microemprendimiento informal chileno

Geográficamente, las regiones de La Araucanía, Copiapó y Tarapacá poseen las mayores proporciones de microemprendedores informales, 66,4%, 63% y 59,5%, respectivamnete. Sin embargo, no deja de ser alarmante que la mayoría de las regiones estén cercanas a una proporción 50% informas y 50% formal.

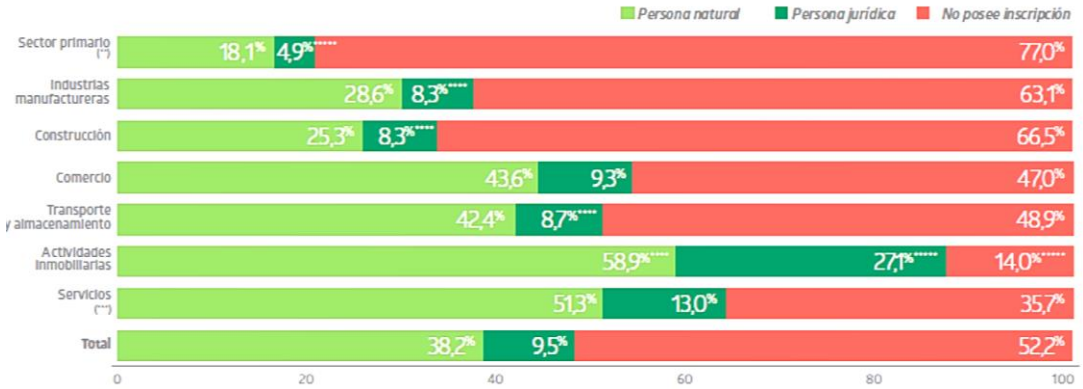
Del mismo modo, los sectores primario, construcción e industria manufacturera poseen las mayor proporción de informalidad, con un 77%, 66,5% y 63,1%, respectivamente.

Gráfico 47: Proporción de informalidad según región geográfica de Chile



Fuente: EME-5 2017

Gráfico 48: Proporción de informalidad según actividad económica



Fuente: EME-5 2017

Según el "Informalidad en el Microemprendimiento en Chile resultados de la 5ta Encuesta de Microemprendimiento" (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas, 2018), el 50% de los microemprendedores informales no supera los 8 años de vida, lo que permite inferir que la mayoría está enfrentándose al temido "valle de la muerte", es decir, un desequilibrio sistemático en la relación ingresos – gastos. Asimismo, la principal razón por la que decidió comenzar un negocio un microemprendedor informal es la finalización de su contrato o acuerdo con un empleador (23,1 %), seguida de responsabilidades familiares con un 17,3 % y la motivación de crear su propio negocio con un 10,6 %.

Respecto al principal canal de venta de los microemprendimientos informales, el 22% desarrollan sus actividades en casa o negocio del cliente, a domicilio, mientras que el 21% en la calle o espacio público y un 18% dentro de una vivienda sin una instalación exclusiva para el emprendimiento, lo confirmando el grado de precariedad con que desarrollan sus labores. A pesar de esto, el 78% de los microemprendedores informales el 78% ha contratado, en promedio, a un trabajador, mientras que un 15% cuenta con 2 trabajadores.

En términos de la jornada laboral semanal, el 41,6 % de los microemprendedores informales dedica 30 horas o menos (jornada parcial) a sus emprendimientos y sólo un 20% dedica 45 horas semanales (jornada completa) para trabajar en su negocio. Además, el 45,8 % de los microemprendimientos informales recibe ganancias mensuales entre $0 y $130,000. Al analizar el ingreso por hora trabajada, el 25,7 % percibe entre $1.616 a $2.344 por hora trabajada y el 23,9 % entre $2.813,1 y $5.625 por hora trabajada.

II.4.5 Agentes de formación y apoyo del ecosistema emprendedor chileno

CORFO en su libro "Ecosistemas de emprendimiento: Una mirada desde la Política Pública" (2015) establece que todo ecosistema emprendedor tiene como componentes organizaciones, públicas o privadas, que ofrecen conocimientos, capacidades, financiamiento e infraestructura que apoyan y acompañan en cada etapa del emprendimiento al emprendedor.

En el caso de Chile, el ecosistema emprendedor cuenta con las siguientes organizaciones:

a. Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)

Es una agencia que dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile. Su misión es "mejorar la competitividad y la diversificación productiva del país, a través del fomento a la inversión, la innovación y el emprendimiento, fortaleciendo, además, el capital humano y las capacidades tecnológicas para alcanzar el

desarrollo sostenible y territorialmente equilibrado" (Corporación de Fomento de la Producción, 2020)

En temas de emprendimiento, apoyan a emprendedores que tienen ideas nuevas y que necesitan financiamiento para ponerlas en marcha, mediante los programas "Semilla COFO" para la creación y puesta en marcha de emprendimientos innovadores, "Subsidio Semilla de Asignación Flexible para Escalamiento" para hacer crecer emprendimientos innovadores con una aceleradora de negocios, "Subsidio Semilla de Asignación Flexible para desafíos" para hacer crecer y madurar emprendimientos innovadores que se especifiquen en un ámbito en específico, "Star-Up Chile" para potenciar emprendimientos tecnológicos globales y "TSF-10 Star-Up Chile" para potenciar emprendimientos tecnológicos globales liderados por mujeres.

Además, crean y potencian el ecosistema al brindar asesoría, generar contactos y fomentar la competencia, a través de los programas para organizaciones como "plataforma de apoyo a emprendedores" con la red de mentores, "Programa Nacional de Incubadoras de Negocios", "Apoyo a la Operación de Espacios Colaborativos de Trabajo para el Emprendimiento", "Apoyo al Entorno para Emprendimiento y la Innovación", "Torneo de Emprendimiento Tecnológico" y "Proyectos Especiales para el Mejoramiento del Ecosistema Emprendedor".

b. Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC)

Es una corporación dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile. Su misión es "mejorar las capacidades y oportunidades de emprendedores, emprendedoras y de las empresas de menor tamaño para iniciar y aumentar sosteniblemente el valor de sus negocios, acompañando sus esfuerzos y evaluando el impacto de nuestra acción" (Servicio de Cooperación Técnica, 2020)

El apoyo que entrega el SERCOTEC se traduce en financiamiento, capacitaciones y asesorías jurídicas, mediante los programas “Capital Semilla Emprende” para negocios nuevos, “Capital Abeja Emprende para negocios nuevos liderados por mujeres, “Crece” para potenciar el crecimiento de MIPES, “Digitaliza tu Almacén” para aportar nuevos conocimientos de marketing y tecnologías digitales a almaceneros, “Reactívate con SERCOTEC” para reactivación económica de MIPES en situaciones de emergencia, “Reactívate Turismo” para reactivación económica de MIPES del sector de turismo en situaciones de emergencia, “Redes de Oportunidades de Negocios” para encuentros empresariales que potencien la generación de redes de trabajo entre MIPES, “Ruta Digital” para desarrollar capacidades y habilidades tecnológicas y digitales, “Fondo Juntos” para fomentar el desarrollo o mejoramiento de negocios asociativos, “Gremios Nacionales” para apoyar a federaciones o confederaciones de MIPES, “Fondo Ferias Libres” para fortalecer su asociatividad, modernización e innovación de las ferias, “Barrios Comerciales” para contribuir al aumento de la competitividad del comercio minorista y empresas de prestación de servicios de barrios comerciales, “Capacitación en línea” y “Asesoría Legal Virtual”.

c. Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS)

Es un servicio del Gobierno de Chile, dependiente del Ministerio de Desarrollo Social y Familia, cuya misión es “contribuir a la superación de la pobreza y la vulnerabilidad social de personas, familias y comunidades” (Fondo de Solidaridad e Inversión Social, 2020)

En el área de emprendimiento, cuenta con los siguientes programas para personas que pertenezcan al 40% de la población más vulnerable “Yo Emprendo Semilla”, “Yo Emprendo”, “Yo Emprendo Grupal”, “Educación Financiera” y “Acceso al microfinanciamiento”.

d. Pontificio Universidad Católica de Chile

La Pontificio Universidad Católica de Chile, a través de la Vicerrectoría de Investigación, crea el Centro de Innovación UC Anacleto Angelini con la finalidad de "promover una cultura y un entorno pro-innovación y emprendimiento en la universidad y en el país, a través de encuentros, construcción de redes y la promoción de proyectos conjuntos entre la Universidad, el sector privado y el sector público" (Centro de Innovación UC, 2020)

Dentro de sus iniciativas para emprendedores se encuentra "Incuba UC" para apoyar emprendimientos en etapa avanzada, "Red de mentores" para apoyar a emprendimientos con alto potencial de crecimiento, "Jump Chile" para apoyar el emprendimiento universitario, "Brain Chile" para apoyar emprendimientos científico-tecnológicos, "Emprende Tremün" para apoyar el emprendimiento de la población indígena de la Región Metropolitana, "Construyamos Futuro" para generación de soluciones en etapa de ideación para industrializar e innovar en los procesos del sector inmobiliario y la construcción en Chile, "Alto Impacto" una aceleradora de emprendimientos sociales, entre otros.

e. Universidad del Desarrollo

El departamento de emprendimiento de la Universidad del Desarrollo de Chile cuenta con los siguientes programas "Incuba UDD" y "Acelera UDD" para apoyar el emprendimiento universitario de sus propios estudiantes, la "Academia de emprendimiento UDD" para apoyar la capacitación online de emprendedores y "UDD ADventures" para apoyar a emprendedores en etapa temprana y emprendimiento corporativo enfocados a la innovación.

Además, la Universidad del Desarrollo, mediante la Facultad de Economía y Negocios, apoyan la realización del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y representa a Chile ante este organismo.

f. Instituto Internacional para la Innovación Empresarial 3IE

El Instituto Internacional para la Innovación Empresarial 3IE es una incubadora de negocios de la Universidad Técnica Federico Santa María, cuya finalidad es potenciar la creación, desarrollo y aceleración de empresas de base tecnológica en beneficio del fortalecimiento y el desarrollo innovador (Instituto Internacional para la Innovación Empresarial 3IE, 2020)

g. Organizaciones sin fines de lucro

También, desde el mundo privado, existen fundaciones, corporaciones, asociaciones y colectivos, todas no gubernamentales y sin fines lucrativos, que, mediante diversos programas y alianzas, día a día apoyan el emprendimiento chileno. Las más reconocidas son: Acción Emprendedora, Asociación de Emprendedores de Chile, Centro de Innovación Un Techo para Chile, Corporación Simón de Cirene, Co-work Chile, Confederación de la Producción y del Comercio, Desafío Levantemos Chile, Emprendejoven, Empretec de la Organización de las Naciones Unidas, Fundación Emprender, InnovaCien, Intech, Sofofa Innova, Fundación Andrónico Luksic y Fundación Mustakis.

II.5 ESTADO DEL ARTE

En el mundo globalizado que vivimos hoy, el acceso a la información es mucho más universal gracias a una organización que revolucionó la forma de navegar en Internet, Google. Es por esto que al momento de indagar sobre algún tema es inevitable googlearlo. Al realizar una búsqueda de “Manual de costos para emprendedores”, “Costos para

emprendedores", "Finanzas para emprendedores", "Contabilidad para emprendedores" y "Manual para emprendedores", se obtiene lo siguiente:

Tabla 3: Resumen de total aproximado de búsquedas en Google

Búsqueda	Resultados totales en Google	Resultados totales en Google Académico	Resultados totales en Google Libros	Comentario
Manual de costos para emprendedores	5.730.000	34.400	319	Sólo búsquedas cercanas
Costos para emprendedores	30.600.000 resultados cercanos y 50.400 exactos[1].	64.900 resultados cercanos y 6 exactos[1].	572	Las búsquedas exactas no son relacionadas a manuales o libros sobre la temática
Finanzas para emprendedores	38.000.000 resultados cercanos y 139.000 exactos[1].	45.600 resultados cercanos y 218 exactos[1].	541	
Contabilidad para emprendedores	4.760.000	20.700	358	Sólo búsquedas cercanas
Manual para emprendedores	24.900.000 resultados cercanos y 213.000 exactos[1].	42.400 resultados cercanos y 141 exactos[1].	540	Tanto las búsquedas cercanas como las exactas tratan de diversos temas sobre emprendimiento

Elaboración propia en base a búsquedas realizadas en enero 2021

En general, los libros para emprendedores están enfocados en diseñar un buen modelo de negocio, consejos motivacionales, sobre fracaso en el emprendimiento e innovación. Al momento de realizar una búsqueda dirigida respecto a la temática "Contabilidad para emprendedores" y "Finanzas para emprendedores", se encontró evidencia de libros símiles en contenido, metodología y diseño.

En base a ello, se toma como referencia el libro "Finanzas para no financieros" (Chu, 2017) en su quinta edición (Anexo C), "Contabilidad y Finanzas para no financieros" (Amat, 2014) en su segunda edición (Anexo D) y "Finanzas para emprendedores" (Simón & Pérez, 2004) (Anexo E). Dichos textos desarrollan, en general, las temáticas contabilidad, análisis

[1] Una búsqueda exacta se refiere a que en el sitio web, revista, libro, etc. contiene textual la frase buscada.

de resultados, costos y proyecciones. Todas las secciones parten con definiciones, desarrollan el contenido y terminan con breves ejemplos. En su totalidad, los tres libros ocupan un lenguaje técnico y muy formal, poco cercano, lo que lleva a definirlos como libros bastantes teóricos.

En específico, el libro "Finanzas para emprendedores", contempla una unidad completa a los costos, partiendo los contenidos con definición de lo que es un costo, sigue con la clasificación de los costos; directos – indirectos, fijos – variables, históricos – predeterminados. Finalizando las definiciones, se pega un gran salto al contenido de punto de equilibrio, entregando fórmulas con letras, mostrando gráficos. Termina con cálculo de costos. Sin embargo, el foco del libro es la contabilidad básica y las finanzas corporativas. Todo es muy teórico y se nota que asume conocimientos básico matemáticos y económicos.

Al segmentar aún más la búsqueda, específicamente sólo en manuales o guías relacionada con la temática costos o registros contables, no se encontró evidencia de literatura similar a la propuesta en el presente trabajo. Sin embargo, es posible encontrar escritos menos teóricos, no asume que el lector sabe conceptos técnicos y usan un lenguaje más coloquial y cercano para emprendedores que en algún apartado de la obra tratan las temáticas de interés: costos, registros contables o finanzas. A continuación, se plantea un análisis crítico de una selección de manuales y guías que poseen dichas características.

II.5.1 Manual Programa Más capaz, mujer emprendedora (2015).

El Manual del Programa "Más capaz, mujer emprendedora", en su versión 2015 (Anexo F), tiene dos ejemplares, uno para las beneficiarias del programa y otro el/la facilitador/a, ambos son exactamente iguales, sólo que en el manual del facilitador/a se detalla el plan de lección con las respuestas de cada actividad. Este manual, también se utilizó

para un programa SENCE relacionado con emprendimiento, el cual fue financiado vía OTIC SOFOFA.

Los contenidos del manual responden al objetivo del programa, capacitar a un grupo de mujeres, de forma presencial, a lo largo de todo el país, para fortalecer y aumentar los casos de éxito en el emprendimiento femenino chileno. El mayor énfasis que se le da a la capacitación, y por ende al manual, es dar a entender que emprender debe nacer desde la oportunidad, es decir, satisfaciendo necesidades o problemáticas de un grupo de personas u organizaciones. De este modo, es posible identificar 3 grandes temáticas; convertir la necesidad de emprender en una oportunidad, modelo de negocio CANVAS y herramientas de gestión y administración para comenzar un negocio y hacerlo crecer.

Ahondando en la temática "Costos", en el manual de destinan 13 páginas, de un total de 308 páginas, a la clase donde se enseña a cálculo de costos y margen de ganancia. Los objetivos de la clase son "calcular el costo de sus productos y/o servicios a entregar, considerando la valoración de su propia mano de obra y tiempo", y "calcular su margen de utilidad considerando el precio de venta predefinido en las clases anteriores". En la misma línea, los aprendizajes esperados son reconocer "cuáles son los costos de un producto o servicio", "valorar su propia mano de obra y tiempo, y "calcular cuánta ganancia obtiene con su producto y/o servicio".

Posterior a eso, continua una clase sobre diferenciar y separar las finanzas del negocio con las finanzas personal, donde se incorpora la temática de registros de gastos y ventas. Los objetivos de esta clase son planificar sus ingresos y gastos, separando sus finanzas personales, de la familia y del negocio, y diseñar una planilla de registro de gastos y ventas para visualizar cómo monitorear sus flujos de dinero. Para este apartado se destinan 14 páginas de las 308 que tiene el manual.

Por último, y para finalizar el manual, le dedican una clase completa al análisis de punto de equilibrio del negocio. Los objetivos de esta clase son “calcular la cantidad de ventas que necesita para no perder dinero (punto de equilibrio) y así mantener su negocio en funcionamiento”, y “evaluar la evolución de sus habilidades de correr riesgos calculados, planificar y controlar”. En este apartado, recién, se comienza a trabajar con definiciones más técnicas y complejas, como el concepto de punto de equilibrio y sus fórmulas, y se propone un tipo de registro de gastos, sin mucha explicación.

Respecto a las cualidades de diseño y metodología del manual, la autora destaca 4 aspectos positivos, estos son:

- Es un manual bastante práctico, cada actividad que se realiza debe ser completada en el manual, lo que va favoreciendo el aprender los conceptos a medida que se hacen las actividades, el conocido “aprender haciendo”
- Para reforzar los conocimientos previos o conceptos indispensables para ciertas temáticas se incluyen casos de análisis de emprendedores, apoyándose con gráficas de otras emprendedoras. Esto permite que las personas se queden con los aprendizajes esperados por empatía o sentirse identificada con lo que leen, el típico “eso también me pasó” o “pensé que sólo me pasaba a mi”
- Para las temáticas que implican desarrollo numérico, se realizan pequeños ejemplos con números “fáciles” mostrando el paso a paso.
- En el manual se utiliza un lenguaje cercano, palabras sencillas y explicación de conceptos con términos coloquiales.
- Cuenta con un avatar (mujer) que va apoyando el desarrollo del contenido, dando la introducción a los temas, dando definiciones y tips.

- Se utilizan buen material gráfico y formato del documento.

En conclusión, es un muy buen manual, pero requiere si o si de una facilitación, que es para lo que está diseñado.

II.5.2 Manual del Emprendedor de la Universidad de Talca (2016)

El Manual del Emprendedor Modelo (Anexo G) busca proponer definiciones conceptuales básicas relacionadas con la administración de empresas, el derecho comercial y tributario, y la gestión de recursos humanos. Además, de proponer instituciones, prácticas y herramientas de diferentes servicios públicos e iniciativas privadas pertenecientes al ecosistema emprendedor. Todo en, tan solo, 49 páginas.

Si bien este trabajo no ahonda en "Costos" y "Registros Contables", que según la visión de la autora es la piedra angular de todo negocio, destinando sólo 3 páginas a estas temáticas. En primer lugar, se define los conceptos de costos y precio, y, luego, se muestran una tabla de flujo de caja y estado de resultado, sin ejemplificar cálculo alguno o de cómo llenar las tablas.

En resumen, la gran virtud de este manual es que logra resumir y definir en sólo 48 páginas conceptos, bastante complejos y técnicos, usando un lenguaje sencillo sin dejar la formalidad. Sin embargo, asume que el lector tiene o está familiarizado con conocimientos técnicos relacionados con la gestión de negocios.

II.5.3 Guía del emprendedor del Centro de Emprendimiento (CIEM) de EmprendeLeones (2014)

La Universidad y Centro de formación Técnica Los Leones cuenta con una iniciativa institucional llamada Centro de Emprendimiento EmprendeLeones, quien en el año 2014 diseñó una la Guía del Emprendedor (Anexo H).

Esta guía tiene 8 apartados de contenido, parte con una prueba de habilidades emprendedoras, sigue con tips para escoger una buena idea de negocio, enumera los pasos para confeccionar un plan de negocio y un modelo de negocio, para luego continuar con datos de cómo constituir una empresa y financiarla. Le da término al contenido con tips sobre diseño gráfico y publicidad. Finalmente, se resumen los principales conceptos en el apartado llamado glosario.

Estéticamente, el trabajo es un atractivo, colorido y lúdico. Utiliza un lenguaje bastante sencillo para explicar conceptos complejos.

La gran virtud de este escrito es que logra resumir y definir conceptos claves para la gestión y administración de negocio en sólo 52 páginas, de manera sencilla, pero sólo entrega tips o generalidades, sin profundizar los conceptos.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

La metodología que utilizará esta autora para abordar el objetivo general del presente escrito, elaborar una guía sobre conocimientos básico de costos y registros contables, adaptados a la realidad de microemprendedoras/es para orientar la gestión financiera y administrativa de sus emprendimientos, contará con una etapa de análisis cuantitativo para analizar el microemprendimiento chileno en función de sus practicas empresariales y con una etapa exploratoria para encaminar el diseño de la mencionada guía.

III.1 **ANÁLISIS CUANTITATIVO**

Para estudiar, específicamente, el perfil de la población objetivo será utilizada la base de datos muestral de la EME 5 publicada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2018), la cual fue elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y se realizó entre la segunda semana de mayo y hasta la primera de agosto 2017, encuestándose a 7.492 personas. El error muestral es 1,17% (Anexo O).

Para llevar a cabo el análisis, se utilizarán las variables que nos permitan analizar las siguientes temáticas:

a. Perfil sociodemográfico del microemprendedor/a.

Serán utilizadas las siguientes variables: edad (variable numérica), edad por tramo, sexo, nivel educacional, región de residencia y motivación para emprender.

b. Perfil del microemprendimiento

Serán utilizadas las siguientes variables: actividad económica, tramos de ganancia, lugar de trabajo, antigüedad por tramo, cantidad de trabajadores, financiamiento inicial y uso de Internet.

c. Práctica empresarial relacionada con la capacitación y la interacción con el ecosistema emprendedor

Serán utilizadas las siguientes variables: capacitación dentro de los últimos 5 años, área más importante en la que se ha capacitado, beneficios de capacitarse y recibe apoyo de organismos gubernamentales o privados del ecosistema emprendedor.

d. Práctica empresarial relacionada con legalidad y formalidad del negocio

Serán utilizadas las siguientes variables: registro y tipo de registro ante el SII, razón por la que no ha iniciado actividades, patente municipal y principal razón para no tener. Obtención de permiso sanitaria, se acoge a régimen MIPYME y/o microempresa familiar.

e. Práctica empresarial relacionada con la contabilidad y las finanzas del negocio

Serán utilizadas las siguientes variables: contabilidad de la Unidad Económica, realiza declaración de IVA y/o renta, se asigna un sueldo por el trabajo realizado, separación de gastos, solicitud y obtención de crédito y fuente de financiamiento de los gastos regulares del negocio.

f. Práctica empresarial relacionada con la administración y gestión del negocio

Serán utilizadas las siguientes variables: proveedor que le venda el 50% o más de las mercaderías o materias primas, cliente que le compre el 50% o más de los productos o servicios que ofrece, aspectos que considera que limitan el crecimiento de su negocio.

Para el procesamiento de los datos, será utilizado el programa SPSS y las herramientas estadísticas “tablas de frecuencia”. Además, el estadístico “chi-cuadrado” para estudiar las correlaciones entre las variables estudiadas.

III.2 **INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA**

Para apoyar la selección de contenidos, temáticas, metodología y recursos pedagógicos a utilizar en la creación de la guía se realizará una investigación exploratoria aplicada a dos grupos objetivos; expertas/os en capacitación y formación de emprendedoras/es y a emprendedoras/es que en algún momento fueron altamente informales

o carecían de prácticas empresariales básicas desarrolladas en esta temática, pero gracias a su crecimiento y/o experiencia en capacitaciones, han disminuido su nivel de informalidad o mejoraron el desarrollo de dichas prácticas empresariales.

Según la experiencia de la autora, no es recomendable consultar, directamente, a emprendedores poco desarrollados en prácticas empresariales sobre la temática, debido a que la mayoría no es consciente de lo que le falta o necesita para manejar su emprendimiento y hacerlo crecer, lo que sesgaría el estudio. Es por ello, que esta etapa de la investigación se focalizará en personas que vivieron su proceso de crecimiento y formalización, o lo están viviendo, y a personas que se interrelacionan en instancias de capacitación o formación, pues ellos identifican mucho mejor las carencias, dada su experiencia como agente de apoyo en el ecosistema emprendedor.

Los objetivos de esta etapa son los siguientes:

a. Reconocer la importancia y aporte de los registros contables y costos en los microemprendimientos.
b. Identificar las principales temáticas sobre registros constables y costos en la formación de microemprendedores.
c. Distinguir las características que debe tener la guía para que este sea útil y atractivo para los microemprendedores objetivo.

En primera instancia, se llevará a cabo una entrevista semi estructurada online (Anexo I) a personas expertas en capacitación y formación de emprendedores, cuyo objetivo será rescatar su percepción sobre las razones de los altos índices de informalidad del microemprendimiento chileno, aporte de los costos y los registros contables para el emprendimiento, características y temáticas que tendría un manual o guía. Para ello, se estructura la herramienta con preguntas abiertas.

Como segunda instancia, se aplicará un cuestionario online (Anexo J) a emprendedores y emprendedoras que vivieron su proceso de crecimiento y/o formalización, o lo están viviendo, cuyo objetivo es validar las características y temáticas que tendría un manual o guía sobre costos entregadas por experta/os, conocer las razones por las que se formalizaron o aún no se han formalizado y la percepción sobre los aportes que entrega saber los costos de un producto/servicio y registros contable. Para ello, se confecciona la herramienta combinando preguntas abiertas, con opción múltiple y escala Likert.

Con la finalidad de facilitar el análisis y tabulación de las respuestas, ambas herramientas serán creadas en la plataforma online www.onlineencuesta.com, la cual entrega los resultados tabulados en una planilla Excel.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados del análisis cuantitativo y exploratorio realizado con el objetivo de analizar y caracterizar el microemprendimiento chileno, identificar los conceptos básicos que deben dominar emprendedores relacionados con los costos y registros contables, y crear y diseñar una guía sobre costos y registros contables adaptado para microemprendedores.

IV.1 LAS PRACTICAS EMPRESARIALES DE LOS MICROEMPRENDEDORES CHILENOS

Como primer análisis, se utilizó la base de datos recabados por el INE en la Quinta Encuesta de Microemprendimiento (2017) para estudiar algunas prácticas empresariales relacionadas a la administración contable-financiera, junto con las prácticas relacionadas con la legalidad del negocio, la capacitación, la relación con el ecosistema emprendedor y la gestión del negocio.

A continuación, se presentan los resultados (Anexo K) de las prácticas empresariales definidas en la sección III.1 del presente escrito:

IV.1.1 Prácticas empresariales relacionada con la contabilidad y finanzas del negocio

Las principales tendencias en esta práctica empresarial son:

- El 51,9% de los microemprendedores consultados no llevan ningún tipo de contabilidad.
- Del total de personas encuestadas que llevan registros contables, ya sean personales o formales, el 68,8% puede separas los gastos del negocio de los gastos personales gracias a estos.

- El 90,3% de los consultados no se asignan un sueldo por el trabajo realizado en su negocio.
- El 73,8% de los encuestados financia sus gastos regulares con los ingresos del negocio.
- Solo un 24,3% de los microemprendedores consultados ha solicitado un crédito para fines de su negocio. De estos, el 83,3% obtuvo el crédito, pero a título personal.

IV.1.2 Prácticas empresariales relacionada con legalidad del negocio

Las principales tendencias en esta práctica empresarial son:

- El 55,1% de los encuestados opera sin haber iniciado actividades en el servicio de impuestos internos. Las principales razones para no realizar el trámite son no considerarlo esencial o creer que su empresa es demasiado pequeña.
- El 63,2% de los negocios estudiados están formalizados como empresa constituida como persona natural.
- El 80,1% de los negocios estudiados que están formalizados ha realizado su declaración mensual de IVA y el 89,8% ha realizado su declaración anual de Renta.
- El 41% de los negocios estudiados que están formalizados cuentan con permiso sanitario para operar.
- El 31,6% de los negocios estudiados posee patente o permiso municipal pata operar. La principal razón por la que no realizan el trámite es que no lo consideran esencial.

IV.1.3 Prácticas empresariales relacionada con la administración y gestión del negocio

Las principales tendencias en esta práctica empresarial son:

- Solo un 13,5% de los negocios estudiados tienen algún cliente que le compra el 50% o más de sus productos.
- Solo un 18,7% de los negocios estudiados tienen alguien que le provea el 50% o más de sus mercaderías o materiales.
- El 55,4% de los microemprendedores encuestados cree que el aspecto más importante que le impide crecer a su negocio es la falta de clientes (27,8%) o la falta de financiamiento (27,8%).

IV.1.4 Prácticas empresariales relacionada con la capacitación y la interacción con el ecosistema emprendedor

Las principales tendencias en esta práctica empresarial son:

- El 78,9% de los encuestados no se ha capacitado en los últimos 5 años.
- Del total de personas que se ha capacitado, un 40,1% lo hizo en especialización de su rubro para mejorar la calidad de los productos o servicios que ofrece, mientras que un 17,4% los hizo en gestión y administración, y ventas, marketing, comercialización o atención de público. Los principales beneficios percibidos fueron: mejoramiento de la calidad de los productos o servicios, mejoramiento de la productividad y aumento en ventas.
- Las instituciones de apoyo para el emprendimiento a las que más han recurrido los microemprendedores chilenos son FOSIS, INDAP, Instituciones sin fines de lucro, SERCOTEC y SENCE.

IV.1.5 Segmentación según prácticas empresariales

Gracias al análisis sobre prácticas empresariales en el microemprendimiento chileno detallado en el apartado anterior y tomando como referencia lo realizado por la Unidad de

Estudios CORFO en el estudio "Emprendimiento en Chile: Hacia un Modelo de Segmentación" (2014), abordado en el punto II.4.3 del presente escrito, junto con los niveles de informalidad descritos por Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas en el informe "Informalidad en el Microemprendimiento en Chile resultados de la 5ta Encuesta de Microemprendimiento" (2018), abordado en el punto II.4.4.4.1, esta autora define las siguientes variables como factores de segmentación para escoger el público objetivo de la guía:

Prácticas empresariables contables – financieras básicas

Como primera variable de segmentación, esta autora nota que hay una brecha notoria en las prácticas relacionadas a la contabilidad y finanzas del negocio. Es por esto que, define las siguientes 3 prácticas empresariales básicas[2] en esta temática.

- Tipo de registro contable o contabilidad
- Separación de gastos del negocio de los gastos personales
- Asignarse un sueldo por el trabajo realizado

El objetivo de escoger estas 3 prácticas empresariales responde al orden financiero y la separación de las finanzas del microemprendimiento de las finanzas personales.

Tomando como referencia el modelo de segmentación planteado por la Unidad de Estudios CORFO en el estudio "Emprendimiento en Chile: Hacia un Modelo de Segmentación" (2014), esta autora plantea una clasificación de las prácticas empresariales de este punto como lo muestra la Ilustración 6, resultando 16 combinaciones diferentes clasificadas en 5 categorías según su nivel de desarrollo (desde nada desarrollada hasta muy desarrollada).

[2] Una práctica básica será considerada como el desde para desarrollar, de manera profesional, alguna práctica empresarial

Ilustración 6: Matriz de criterios de segmentación para prácticas empresariales básicas contables - financieras

Sin registros contables	Nada desarrolladas	Poco desarrolladas	Poco desarrolladas	Poco desarrolladas
Contabilidad parcial con **registros personales**	Poco desarrolladas	Medianamente desarrolladas	Medianamente desarrolladas	Bastante desarrolladas
Con **contabilidad simplificada** o **contabilidad completa** con **registros personales**	Poco desarrolladas	Medianamente desarrolladas	Medianamente desarrolladas	Bastante desarrolladas
Con **contabilidad completa formal**	Poco desarrolladas	Bastante desarrolladas	Bastante desarrolladas	Muy desarrolladas
	Sin asignación de sueldo por el trabajo realizado **ni** separación de gastos del negocio con los personales	**Sin** asignación de sueldo por el trabajo realizado, pero **con** separación de gastos del negocio con los personales	**Con** asignación de sueldo por el trabajo realizado, pero **sin** separación de gastos del negocio con los personales	**Con** asignación de sueldo por el trabajo realizado y **con** separación de gastos del negocio con los personales

Elaboración propia

Esta segmentación agrupa la muestra en un 48,9% como nada desarrolladas, un 17,1% como poco desarrolladas, un 11,4% como medianamente desarrolladas, un 18,9% como bastante desarrollas y un 3,7% como muy desarrolladas.

Prácticas legales y de formalización

Como segunda variable de segmentación, esta autora nota que hay una brecha notoria en las prácticas relacionadas a la legalidad y formalización del negocio. Es por esto que, define las siguientes 3 prácticas empresariales básicas[3] en esta temática.

- Inicio de actividades ante el SII
- Obtención de patente o permiso municipal
- Cuenta con registros contables o comtabilidad

El objetivo de escoger estas 3 prácticas empresariales responde a profesionalizar la unidad económica o que, a priori, tendría una correlación positiva con la práctica desarrollada en el apartado anterior.

[3] Una práctica básica será considerada como la base para desarrollar, de manera profesional, alguna práctica empresarial.

Al igual que antes, se toma como referencia el modelo de segmentación de CORFO (2014), y esta autora plantea una clasificación de las prácticas empresariales de este punto como lo muestra la Ilustración 7, resultando 8 combinaciones diferentes clasificadas en 5 categorías según su nivel de formalidad (desde informalidad alta hasta formalidad completa).

Ilustración 7: Matriz de criterios de segmentación para prácticas empresariales básicas legales y de formalización

Sin inicio de actividades en SII	Informalidad alta	Informalidad media	Informalidad media	Informalidad baja
Con inicio de actividades en SII	Formalidad incompleta	Formalidad incompleta	Formalidad incompleta	Formalidad completa
	Sin registros contables **ni** patente o permiso municipal	**Sin** registros contables, pero **con** patente o permiso municipal	**Con** registros contables, pero **sin** patente o permiso municipal	**Con** registros contables y **con** patente o permiso municipal

Elaboración propia

Esta segmentación agrupa la muestra en un 41,5% como informalidad alta, un 12,4% como informalidad media, un 1,2% como informalidad baja, un 22,9% como formalidad incompleta y un 22,1% como formalidad completa.

Población objetivo

Como último paso, esta autora propone volver a segmentar, pero usando como criterios las 2 prácticas antes desarrolladas. De este modo, la muestra será agrupada en 25 combinaciones, tal como lo muestra la Ilustración 8.

Ilustración 8: Ilustración 7: Matriz de criterios de segmentación

Formalidad completa	0	462	115	818	176
Formalidad incompleta	367	401	312	463	85
Informalidad baja	0	25	43	13	1
Informalidad media	310	181	345	50	0
Informalidad alta	**2806**	149	0	0	0
	Nada desarrollado	**Poco desarrolladas**	**Medianamente desarrolladas**	**Bastante desarrolladas**	**Muy desarrollado**

Elaboración propia

Como resultado de este cruce, se puede concluir lo siguiente:

- La mayoría (39,4%) de los microemprendedores estudiado tiene nada desarrolladas prácticas empresariales básicas contable – financieras y son altamente informales. Es por esto que esta será la población objetivo escogida para focalizar el diseño y creación de la guía.

- Un micriemprendimiento formalizado no es sinónimo automático de buena gestión financiera, pues solo un 2,47% de la muestra fue segmentada como microemprendimientos formalizados que tienen desarrolladas prácticas empresariales básicas contables - financieras, siendo que el 44,9% está formalizado.

IV.2 PERFIL DE MICROEMPRENDEDOR Y MICROEMPRENDIMIENTO SELECCIONADO

IV.2.1 Perfil sociodemográfico del microemprendedor/a

Geográficamente, la región que cuenta con más consultados que pertenecen a la población objetivo es la Región Metropolitana con un 18,1%, seguida por 12,6% de la Región del Bío Bio, 11,2% de la Región de Los Lagos y 10,7% de la Región de Coquimbo.

En términos generales, la media de edad de la muestra es 51,4 años, una mediana de 53 años y una moda de 57 años. Respecto a los encuestados, el 49,8% tiene entre 45 y 64 años, mientras que el 19% tiene más de 64 años y el 31,2% tiene entre 15 y 44 años. Asimismo, el 61% de los consultados es hombre y un 39% es mujer.

En relación con el nivel educacional, sólo el 9,5% de los consultados ha tenido estudios superiores. Además, el 39,4% solo termino la educación media y el 51,1% sólo terminó la básica o no tuvo educación formal.

Por último, el 48,3% de los encuestados decidió emprender motivados por una oportunidad, mientras que un 35,1% lo hizo por necesidad y un 15,4% por tradición familiar.

IV.2.2 Perfil del microemprendimiento informal sin registros contables

En relación con la fuerza laboral, el 83,4% de la población objetivo consultada emplea a 5 o más personas, mientras que un 13,5% emplea a 1 persona.

Según lo declarado por éstas en el 2017, un 27,4% se desempeña en el sector primario, un 20% en el comercio, un 17,1% en la industria manufacturera, un 16,7% en construcción, un 13,3% en servicios.

Por otro lado, el 73,1% expresó que no ganaba más que un sueldo mínimo, $257.500 en el 2017, mientras que un 11,7% obtuvo ganancias entre $257.501, $375.000 y un 13,4% entre $375.001 y $900.000.

Respecto al lugar de trabajo, la mayoría trabaja en su casa (26,4%), a domicilio (23,4%), en un predio agrícola (21%) o en la vía pública (16,1%).

Según el ciclo de vida, el 46% de los encuestados tiene una antigüedad de más de 10 años en su rubro, mientras que el 16% no tiene más de 2 años. Además, el 62,5% se ha financiado, tanto al inicio como en el camino, sólo con recursos propios y un 11% únicamente con préstamo o crédito.

IV.2.3 Prácticas empresariales relacionada con la capacitación y la interacción con el ecosistema emprendedor

Según los encuestados que cumplen con el perfil objetivo, solo el 14,8% se han capacitado en los últimos 5 años, siendo la especialización en el área que trabaja (55,1%), ventas, marketing, comercialización, atención a público, gestión o administración (22,2%) son las áreas de preferencia. Por su parte, el 85% que no se ha capacitado en los últimos 5 años expresó no hacerlo por no saber dónde acudir (36,8%), porque no le interesa (17,9%) y porque considera que no hay un curso adecuado a sus necesidades (14%).

Respecto al rol que han tomado en este ámbito ciertas entidades públicas, como FOSIS, SERCOTEC, CORFO, INDAP, PRODEMU, SENCE y las ONG, es interesante destacar que las entidades que más han prestado a apoyo a la población objetivo es FOSIS (apoyó al 24,9%), INDAP (apoyó al 21,2%), SERCOTEC (apoyó al 8,8%) y SENCE (apoyó al 8,6%).

IV.3 ENTREVISTA A EXPERTOS/AS SOBRE COSTOS, REGISTROS CONTABLES Y EL MICROEMPRENDIMIENTO

En esta primera etapa de investigación exploratoria, se entrevistó a 6 personas, consideradas expertas por la autora, debido a su vasta experiencia en el ecosistema emprendedor, en temáticas de herramientas de gestión y administración de negocios.

Del total de consultadas, cuatro son de profesión Ingenieras Comercial, una es de profesión Abogada y una es de profesión Contadora Auditora. Además, todas tienen relación con el mundo del emprendimiento, pues cuatro son o fueron emprendedoras, todas han o están asesorando emprendedoras o emprendedores, y tres llevan 10 o más años ligadas al ecosistema emprendedor, mientras que una lleva 6 años y dos poco más de 2 años.

A continuación, se presenta el análisis a las entrevistas realizadas a expertas en emprendimiento (Anexo L):

IV.3.1 Percepción sobre los factores asociados a los altos índices de informalidad del microemprendimiento chileno.

Antes de conversar sobre el tema de fondo, costos y registros contables para emprendedores informales, se les pidió a las expertas entregar su propio pronóstico respecto a los altos índices de informalidad del microemprendimiento chileno. La idea más repetida fue que la informalidad está estrechamente relacionada con los niveles de ventas que alcanzan

los emprendimientos, pues plantean que, si no son “buenos”, no es “rentable” o “conveniente” formalizarse.

Ilustración 9: Percepción de expertas sobre los factores asociados a los altos índices de informalidad del microemprendimiento chileno

Elaboración propia

También, se repitió bastante la crítica a la información que hay respecto a la formalización de los negocios, partiendo por las brechas educacionales para entender la información que está publicada, pues la información existe, pero no está en un lenguaje que todas las personas puedan leer sin “marearse”. Esto tiene mucha repercusión en que se entienda que la formalización esté asociada a “costos”, “trabas” y “que no hay incentivos”.

IV.3.2 Importancia y aporte de los registros contables y los costos en los microemprendimientos.

Desde el punto de vista de las expertas consultadas, todas concordaron que la importancia de conocer los costos y tener registros contables permite saber el margen de ganancia, dato duro que sirve para saber si el negocio es rentable y apoyar las decisiones que debe tomar el/la emprendedor/a.

Ilustración 10: Percepción de expertas sobre la utilidad de los costos y registros contables para el microemprendimiento chileno

Elaboración propia

Al hablar, específicamente, de los registros contables, las expertas comentan que permiten al emprendedor “tomar una foto real del negocio”, “una radiografía del negocio” y “saber dónde está parado”. Además, de varias formas, comentan que son “la piedra angular”, “lo básico” y “un factor de éxito” del negocio, y que permiten mantener las finanzas ordenadas, por ende, el negocio.

Respecto a los costos, varias de las expertas concuerdan que sirven para saber cuánto le cuesta ofrecer un producto/servicio al emprendedor y, además, definir los precios y el margen de ganancia.

IV.3.3 Principales temáticas sobre costos que deben saber los microemprendedores.

Para las expertas, las principales 3 temáticas que debiese tener cualquier escrito sobre costos para microemprendedores informales son cálculo e interpretación del margen de ganancia, cálculo y valoración de la mano de obra y explicación de lo que son los costos fijos y variables. En menor medida, fueron mencionadas temáticas como fijación de precio, costeo de productos/servicios y definición y clasificación de costos.

Ilustración 11: Percepción de expertas sobre las temáticas más importantes en materia de registros contables y costos

Elaboración propia

Por último, llama la atención de la autora, un concepto que sólo una experta nombró, la separación de caja. Resulta bastante interesante dicha temática, pensando que, por lo general, una persona que vive del emprendimiento mezcla finanzas personales con las finanzas del negocio.

IV.3.4 Características que debe tener la guía para que este sea útil y atractivo para los microemprendedores objetivo.

Para las expertas, la mejor forma metodológica de enseñar conceptos relacionados con costos y registros contables a personas adultas es mediante ejemplos. Otras características que se repitieron bastante en las entrevistas fueron:

- Debe esté escrito con un vocabulario sencillo, cercano, claro y básico.
- Debe ser simple, nada técnico. Si tiene tecnicismos, debe contar con glosario.
- Es recomendable que invite al lector/a a reflexionar.
- Idealmente, que tenga gráficas atractivas y máximo 3 colores.
- Usar tablas, símil a Excel.

Ilustración 12: Percepción de expertas sobre las características que debe tener una guía para Microemprendedores informales

Elaboración propia

Como parte final de este análisis, a la autora le parece interesante un concepto que sólo una experta nombró, el “idioma emprendedor”, pues resume la problemática que, para la autora, tiene a la información y literatura que está dirigida a emprendedores. Información hay, lo que no está es el “idioma emprendedor”, ese lenguaje común que permita a cualquier persona que dirige su negocio a entender cualquier libro, revista, manual o guía que se le presente.

IV.4 CUESTIONARIO A EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES SOBRE COSTOS, REGISTROS CONTABLES Y EL MICROEMPRENDIMIENTO

En esta segunda etapa de investigación exploratoria, se le realizó el cuestionario a 6 emprendedoras y emprendedores (Anexo M), quienes, según el criterio de la autora, cuentan con el perfil objetivo del cuestionario; 3 ya se han formalizado y que 3 cumplen las características para formalizarse detalladas por las expertas, pero no lo han hecho. Además, todos cuentan con algún registro contable.

Las y los emprendedores consultados, además, tienen las siguientes características:

- Tiempo que llevan emprendiendo: De las y los 6 consultados, 2 se han insertado en el mundo del emprendimiento hace sólo 1 año, 2 hace 5 años y 2 hace más de 7 años.

- Rubro: Todas las personas que fueron consultadas trabajan en áreas diferentes, tales como elaboración de alfajores, manufactura textil hogar, manufactura textil vestuario, carpintería, compra y venta de joyas y servicios de consultoría y educación.

- Niveles de ventas: De las y los consultados, 2 venden igual o menos de $300.000 mensuales, 1 vende $400.000 mensuales, 2 venden entre $500.000 y $800.000 mensuales y sólo 1 vende $3.000.000.

- Capacitación en los últimos 5 años: De las y los 6 consultados, sólo una persona no se ha capacitado en herramientas de gestión y administración de negocio dentro de los últimos 5 años. Además, se les hizo una pequeña prueba sobre identificar los elementos del costo y todos los consultados que se capacitaron supieron reconocer los costos de materias primas, mano de obra y otros costos de producción.

- Formalidad: Como se mencionó antes, la mitad (3) de las y los consultados están formalizados. Para quienes se formalizaron, sus niveles de ventas, oportunidades de crecimiento y el valor legal son los principales motivos que las llevó a legalizar su negocio. Por el otro lado, quienes no se han formalizado, sólo una persona muestra interés de hacerlo, pero como consecuencia de los beneficios que entregan los fondos concursables de SERCOTEC, mientras que las otras dos personas dicen no querer pagar impuestos y no estar interesada.

Para ahondar un poco más allá, y considerando las opiniones de las expertas, se analizó la relación de la formalidad con el tiempo que lleva emprendiendo y los niveles de ventas. Respecto al primero, las personas consultadas que se han formalizado tienen igual o más de 5 años de experiencia en el mundo del emprendimiento, mientras que, quienes no se han formalizado, dos llevan un año de experiencia y una lleva 5 años.

En relación con los niveles de ventas, las 3 personas que están formalizadas venden, normalmente, en un mes $300.000, $550.000 y $700.000, dedicándose a la manufactura textil de vestuario, servicios de consultoría y educación y elaboración de alimentos. Por el otro lado, quienes no se han formalizado, comentan que sus ventas mensuales son $300.000, $400.000 y $3.000.000, y se dedican a la carpintería, manufactura textil hogar y compra y venta de joyas de plata

IV.4.1 Importancia y aporte de los registros contables y costos en los microemprendimientos.

Como se ha mencionado antes, las y los emprendedores consultados cuentan con algún tipo de registros contables, ya sea un cuaderno, un Excel o libros contables. Al momento de responder sobre la utilidad de calcular los costos y tener un registro de gastos y ventas, todos hicieron alusión a que les servía para calcular el margen de ganancia de sus

productos y/o servicios y el margen de ganancia general del negocio, lo que les permite tomar mejores decisiones. Específicamente, las y los consultados comentan que los registros de gasto y ventas para sus negocios les aporta al control y orden de los mismo.

Ilustración 13: Percepción de emprendedores sobre la utilidad de los registros de gastos y ventas para el microemprendimiento chileno

Elaboración propia

Con relación al cálculo de costos, las y los consultados comentan que realizar dichos cálculos le aportan a la colocación de pecios, analizar si sus productos son rentables, definir una estructura de gastos y pagarse un sueldo.

Ilustración 14: Percepción de emprendedores sobre la utilidad de calcular los costos de un producto o servicio para el microemprendimiento chileno

Elaboración propia

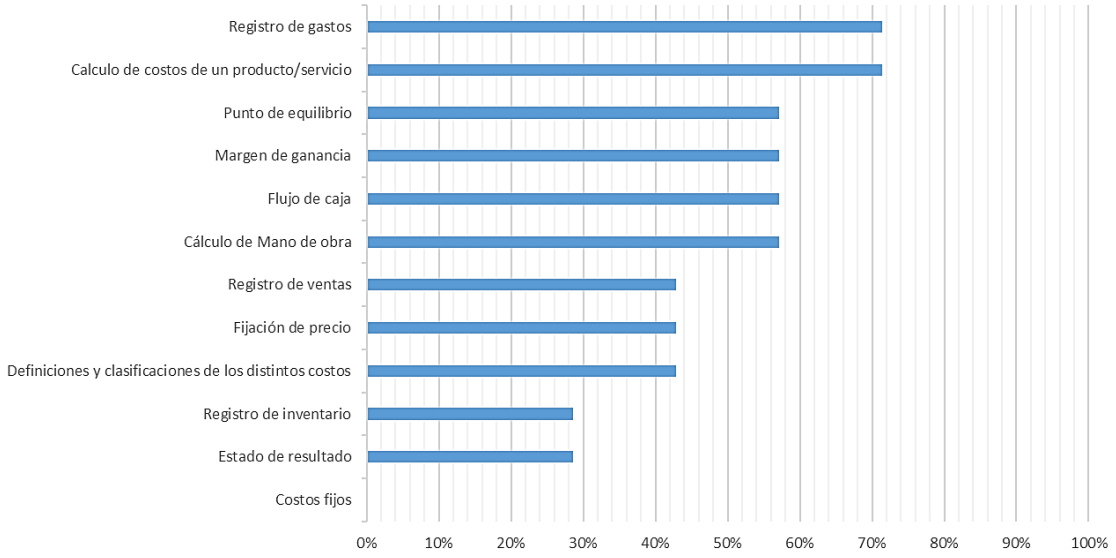
IV.4.2 Interés respecto de una guía sobre costos para microemprendedores

Otro ámbito que se consultó a las emprendedoras y emprendedores participantes de la presente etapa su disposición e interés de leer una guía de conceptos básicos sobre costos y registros contables. De las y los consultados, 4 les gustaría mucho que existiera una guía sobre la temática costos y registros contables, y es muy probable que la leyeran si tiene menos de 50 páginas.

IV.4.3 Principales temáticas sobre costos que deben saber los microemprendedores.

Desde el punto de vista de las y los emprendedores consultados, el registro de gastos y el cálculo de costos de un producto o servicio son las dos temáticas más relevantes para un guía como la que se propone en el presente escrito. Le siguen en preferencias, el concepto punto de equilibrio, margen de ganancia, flujo de caja y cálculo de mano de obra.

Gráfico 49: Percepción de emprendedores sobre las temáticas que debe contener la guía



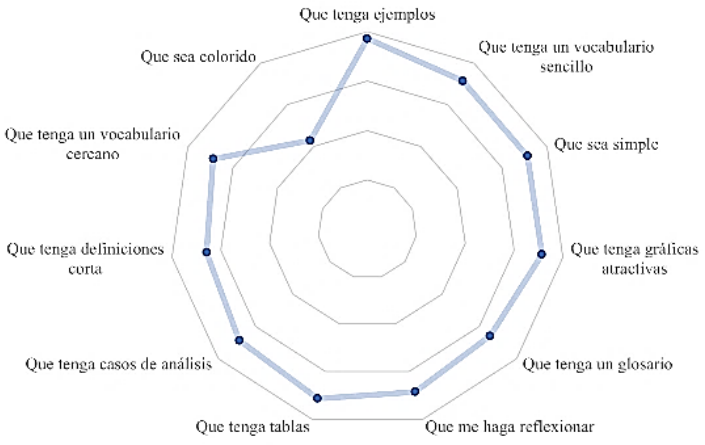
Elaboración propia

IV.4.4 Características que debe tener la guía para que este sea útil y atractivo para los microemprendedores objetivo.

A raíz de la opinión de los expertos, se le consultó a las y los emprendedores las características de la guía que más se nombraron en dicha etapa de consulta, ocupando una escala de 1 a 5, donde 1 es nada importante y 5 muy importante Entre las más valoradas se encuentran:

En primer lugar, con 4,83 puntos, las y los emprendedores valoran que la guía tenga ejemplos. Luego, le siguen, con 4,5 puntos, que la guía tenga un vocabulario simple, que invite a la reflexión y tenga gráficas atractivas y tablas.

Gráfico 50: Percepción de emprendedores sobre las características de diseño y metodología que debe tener la guía



Elaboración propia

Por otro lado, las y los emprendedores se mostraron completamente indiferentes a que el manual sea colorido.

IV.5 DISEÑO METODOLÓGICO Y TEMÁTICO DE LA GUÍA SOBRE COSTOS Y REGISTROS CONTABLES PARA MICROEMPRENDEDORES

Dado todos los antecedentes y estudios realizados en el presente escrito, esta autora define los siguientes lineamientos para la guía sobre costos y registros contables para microemprendedores:

IV.5.1 Lectores objetivo

Microemprendedoras y microemprendedores que no tienen desarrolladas prácticas empresariales básicas relacionadas con la contabilidad y las finanzas de sus negocios, y son altamente informales.

Este segmento de microemprendedor/a se caracteriza por lo siguiente:

- No llevan registros contables de ningún tipo.
- No se asignan un sueldo por el trabajo realizado.
- No hacen separación de gastos para diferenciar las finanzas del negocio de las finanzas personales.
- Son informales, es decir, no han iniciado actividades ante el SII.
- No cuentan con patente ni permiso municipal
- No se han capacitado en los últimos 5 años
- Se desempeñan en el rubro la manufactura y los servicios.
- Sin acceso a la educación superior
- Las ganancias del negocio son menores a un sueldo mínimo

IV.5.2 Características generales

La guía sobre costos y registros contables para microemprendedores se caracterizará por:

- No tener más de 50 páginas de contenido.
- Tener un lenguaje sencillo, coloquial y cercano.
- Tener, al menos, 1 ejemplo sencillo por temática, aplicado en algún rubro de la manufactura o de servicios.
- Será horizontal, para facilitar el uso de tablas.
- Redacción con espacios para consejos o reflexión y el aprender haciendo.

IV.5.3 Contenidos

Dado que, en la presente investigación, no se encontró evidencia de literatura específica y accesible para microemprendedores sobre las temáticas costos, contabilidad y finanzas, la autora propone comenzar con una guía básica sobre costos e introducir el concepto de registro contables cercanos a la contabilidad simplificada que contempla el régimen MIPYME.

En base a lo anterior, la guía sobre costos y registros contables para microemprendedores tendrá los siguientes tópicos:

Tabla 4: Principales temáticas de la guía

Costos y gastos del negocio	Costos del producto o servicio	Precio
Objetivo Definir los conceptos "costos" y "gastos" para efectos financieros de un negocio. Además, definir los conceptos costos/gasto "fijo" o "variable".	**Objetivo** Identificar y clasificar, debidamente, todos los elementos del costo. También, poner a disposición las diferentes metodologías de cálculo de cada elemento del costo y sus subcategorías.	**Objetivo** Demostrar la importancia de considerar el costo de producción de un producto/servicio al momento de fijar un precio. Al mismo tiempo, considerar las variables de mercado.
Margen de ganancia	**Registros contables**	**Glosario y datos útiles**
Objetivo Calcular, debidamente, el margen de ganancia unitario de un producto o servicio y el margen de ganancia del negocio. Además, calcular el margen porcentual. Para este apartado, se utilizará el estado de resultado directo, puesto que éste entrega información más real del negocio.	**Objetivo** Confeccionar registro de gastos y ventas, similares a los requeridos en la contabilidad formal bajo el régimen MIPYME y, a la vez, una herramienta útil para cálculos de costos.	**Objetivo** Definir, con palabras sencillas, los concetos más relevantes y técnicos que contempla la guía, para simplificar la comprensión del escrito. Además, de incorporar tip técnicos que faciliten la comprensión y aplicación de los contenidos, tales como el cálculo básico de una depreciación, equivalencia de unidades, la regla de tres simples y punto de equilibrio.

Elaboración propia

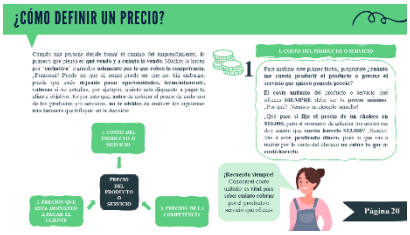
IV.6 GUÍA DE LA MICROEMPRENDEDORA Y EL MICROEMPRENDEDOR: CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE COSTOS Y REGISTROS CONTABLES.

Como resultado de toda la investigación realizada en el presente escrito y las definiciones mencionadas en los puntos IV.1, IV.2, IV.3, IV.4 y IV.5, esta autora presenta la obra "Guía de la microemprendedora y el microemprendedor: Conceptos básicos sobre costos y registros contables", la cual consta de los siguientes capítulos:

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

Objetivo: Identificar, clasificar y calcular los elementos del costo de un producto o servicio

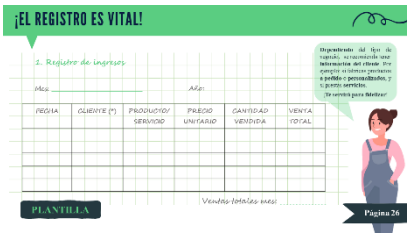
- Diferenciando el costo del gasto
- Los elementos del costo
- Ficha para calcular el costo unitario de un producto o servicio



¿CÓMO DEFINIR UN PRECIO?

Objetivo: Identificar y analizar las variables del mercado para la decisión de precio.

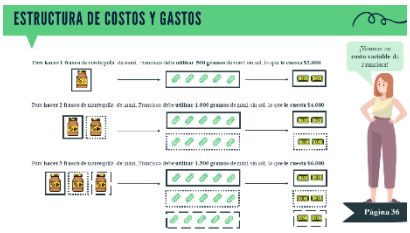
- Influencia de los costos
- Influencia del cliente
- Influencia de la competencia



¡EL REGISTRO ES VITAL!

Objetivo: Entregar herramientas para la creación e implementación de los registros contables del negocio.

- Plan de cuentas
- Registro de ingresos
- Registro de egresos
- Inventario de materias primas en cantidades



ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Objetivo: Identificar y analizar la estructura de costo del negocio.

- Definición costo o gasto fijo y variable
- Estructura de costos y gastos
- Indicador de apalancamiento operativo

MARGEN DE GANACIA

Objetivo: Entregar herramientas para la toma de decisiones y análisis de rentabilidad del negocio.

- Estado de resultados por método directo
- Resultados unitarios por método directo
- Principales indicadores de rentabilidad

GLOSARIO

Objetivo: Resumir los principales conceptos técnicos que contiene la guía y sus definiciones.

DATOS ÚTILES

Objetivo: Incorporar tips técnicos que faciliten la comprensión y aplicación de los contenidos de la guía.

- Regla de 3 simple
- Conversión de unidades
- Depreciación
- Punto de equilibrio

Ver la guía completa en el Anexo N.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

Dado que Chile es, actualmente, el país latinoamericano con más alto índice de emprendimientos en etapa inicial, con cerca de dos millones de microemprendedores, quienes aportan con la generación de más de tres millones de empleos, parece lógico que, cada vez más, aumente el interés por estudiar y aportan en este terreno.

Sin embargo, el emprendimiento, como tal, puede traer consigo buenas y malas señales, puede ser un indicador de progreso o un indicador de pobreza. Por lo tanto, es preciso identificar la composición de esta fuerza emprendedora chilena para intensionar de manera más eficiente las políticas públicas y el aporte privado en esta temática. Además, es indispensable facilitar la generación de condiciones necesarias para que el espíritu emprendedor se desarrolle y manifieste en Chile. Por esto, desde el punto de vista de esta autora, las acciones no sólo deben venir desde el Estado, sino que de todos los actores del ecosistema emprendedor.

Para identificar las brechas donde se puede aportar en el ecosistema emprendedor chileno, en los puntos II.4, IV.1 y IV.2 se aborda el objetivo específico "Analizar y caracterizar el microemprendimiento chileno." de este escrito. De aquí, nace el gran desafío que plantea esta autora; más que luchar y luchar por formalizar los microemprendimientos, hay que avanzar en disminuir el enorme grupo que hoy es clasificado como altamente informal mediante la mejora de prácticas empresariales básicas que permitan una mejor administración contable – financiera, de modo que la formalización sea más una necesidad debido al crecimiento del negocio que una obligación.

Asimismo, en el punto II.5.1, II.5.2 y II.5.3 se aborda el objetivo específico b, "Describir las características de la literatura existente sobre formación y/o capacitación de emprendedores.". Como principal hallazgo, esta autora destaca el no encontrar evidencia de

literatura adecuada y accesible para microemprendedoras/es, cuya característica es no tener conocimientos técnicos sobre gestión de negocios, por lo que, con el producto de esta investigación, esta autora busca aportar y ampliar a esta problemática para todo perfil de lector y, de esta forma, democratizar el conocimiento sobre herramientas de gestión y administración de negocios.

Por todo lo expuesto, esta autora propone elaborar una guía sobre conocimientos básico de costos y registros contables adaptados a la realidad del microemprendimiento chileno, principalmente a los que tiene poco desarrolladas estas prácticas empresariales y son altamente informales, mediante una investigación cualitativa y cuantitativa, para orientar la gestión financiera y administrativa de sus emprendimientos, ya que según el GEM, y los expertos que participan en la presente investigación, la educación para el emprendimiento es uno de los factores donde, como país, se está al debe desde que se iniciaron las mediciones.

Como propuesta, se plantea ampliar la literatura actual sobre gestión y administración de negocios mediante la creación de la primera, ojalá de muchas más, *"Guía de la microemprendedora y el microemprendedor: Conceptos básicos sobre costos y registros contables",* cuya principal cualidad es entregar contenido de valor a las y los microemprendedores chilenos, mediante un lenguaje sencillo y entendible para toda persona que lo lea. Para alcanzarlo, se abordó el objetivo específico "Identificar los conceptos básicos que deben dominar emprendedores relacionados con los costos y registros contables." en los puntos IV.3, IV.4 y IV.4, y el objetivo específico "Crear y diseñar una guía sobre costos y registros contables adaptado para microemprendedores." en el punto IV.5 de este escrito.

Como resultado, la "*Guía de la microemprendedora y el microemprendedor: Conceptos básicos de costos y registros contables*" busca orientar a emprendedoras y emprendedores en la gestionar administrativa y financiera de sus negocios. La idea de crear una guía para la microemprendedora y el microemprendedor nace de la inquietud de esta autora en aportar a la sociedad mediante el traspaso de conocimientos que, hasta ahora, la mayoría no tienen acceso, pero son tremendamente importantes para la sostenibilidad de su negocio.

Entendiendo esto, la autora cree que, como comunidad universitaria, cuyo foco es la educación, podemos volcar nuestros talentos y conocimientos para aproximar a las personas a nuevas experiencias de aprendizaje. Es por esto que, como recomendación, esta autora sugiere continuar con esta línea de trabajo, pues existen muchos desafíos que sobrellevar día a día para las y los microemprendedores en los cuales podemos aportar. Por ejemplo, la alfabetización tecnológica, el e-comerce, la siempre necesaria educación financiera o, también, traer al lenguaje coloquial el proceso de formalización de un negocio o la obtención de patentes municipales y permisos sanitarios, el régimen MIPYME y/o Microempresa Familiar, funcionamiento y declaración del IVA, impuesto a la renta y su declaración anual, contabilidad completa, finanzas corporativas, legislación laboral, entre otras.

Como sugerencia de mejoras respecto al producto final de esta investigación, la *Guía de la microemprendedora y el microemprendedor: Conceptos básicos de costos y registros contables*, y su porte a la comunidad emprendedora, esta autora propone las siguientes acciones concretas:

a. Realizar una etapa de testeo masivo, bajo una metodología adecuada, para obtener feedback de los lectores objetivos y, gracias a eso, mejorar aspectos que esta investigación no logró captar.

b. Generar una alianza intercarrera con diseñadores gráficos que aporten con la adaptación gráfica del contenido y, así, hacerlo más ligero para los lectores.

c. Realizar un levantamiento de capital, público y/o privado, para realizar ejemplares impresos.

d. Posterior a los puntos a, b y c, generar alianzas con organizaciones y entidades que pertenezcan al ecosistema emprendedor para socializar la guía y llegue a manos de los lectores objetivo.

REFERENCIAS

Álvarez, R., & Vergara, S. (2007). Sobrevivencia de las PYME en Chile.

Amat, O. (2014). Contabilidad y finanzas para no financieros (Segunda Edición ed.). Grupo Planeta Spain.

Amazon. (08 de Diciembre de 2019). Busqueda "Emprendedores". Obtenido de Amazon: https://www.amazon.com/-/es/Harold-R-Jacobs/dp/0716713268/ref=sr_1_6?__mk_es_US=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&keywords=endeavor&qid=1575781071&s=books&sr=1-6

Asociación Global de Investigación de Emprendimiento. (8 de Diciembre de 2019). About GEM: Mission. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: https://www.gemconsortium.org/about/gem/5

Barbagelata, V. (2019). Estudio de la percepción de mujeres emprendedoras de los factores incidentes en el emprendimiento femenino y el apoyo de entidades externas en Chile. Memoria, Universidad Técnica Federico Santa María, Santiago.

Berríos Lugo, J., & Espina, M. (2014). Factores determinantes para el desarrollo de la Actividad Emprendedora: Un estudio correlacional. Esic Market Economics and Business Journal, 45(1), 161-174. doi:10.7200/esicm.147.0451.4e

Biblioteca del Congreso Nacional. (5 de Diciembre de 2020). BCN. Obtenido de Ley Fácil: https://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/tributacion-simple-para-mipymes

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (5 de Agosto de 2010). Ley Fácil. Recuperado el Febrero de 2020, de Estatutos de las PYMES: https://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/estatuto-de-las-pymes

Bosma, N., & Kelley, D. (2018). 20th annual Global Entrepreneurship Monitor Global Report.

Centro de Innovación UC. (2020). Centro de Innovación UC. Obtenido de https://centrodeinnovacion.uc.cl/el-centro/somos/

Chu, M. (2017). Finanzas para no financieros (Quinta Edición ed.). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

CIEM EmprendeLeones. (2014). Guía del emprendedor: Consejos paea hacer tu emprendimiento. Santiago, Chile.

Corporación de Fomento de la Producción. (2020). Sobre CORFO. Obtenido de CORFO: https://www.corfo.cl/sites/cpp/sobrecorfo

David, S., & Francis, G. (2010). Small business and entrepreneurship. Toronto: Financial Times/Prentice Hall.

Fernández, J., & Hernández, F. (2017). Informe 2017 Ecosistemas de Emprendimiento Regional. Investigación académica, Observatorio de Emprendimiento Regional Universidad del Desarrollo, Santiago. Recuperado el 3 de abril de 2020

Fondo de Solidaridad e Inversión Social. (2020). FOSIS. Obtenido de Sobre nosotros: https://www.fosis.gob.cl

Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina.

Fotopulos, D. (2018). Contabilidad para numerofóbicos. Estados Unidos: HarperCollins Español.

Global Entrepreneurship Monitor. (09 de Diciembre de 2019). Cómo GEM define el espíritu empresarial. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor: https://www.gemconsortium.org/wiki/1149

Google. (8 de Diciembre de 2019). Busqueda de "Capacitaciones para emprendedores Chile". Obtenido de Google: https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_esCL854CL854&ei=733sXe_3CJuf5OUPjbym6Ao&q=capacitaciones+para+emprendedores+chile&oq=capacitaciones+para+emprendedores+chile&gs_l=psy-ab.3..0i22i30.2082.11565..11892...2.2..1.356.12324.1j0j38j7.....0....1..gws-wi

Guerrero, M., & Serey, T. (2018). Global Entrepreneurship Monitor Reporte Nacional de Chile 2018. Universidad del Desarrollo, Santiago.

Instituto Internacional para la Innovación Empresarial 3IE. (2020). Instituto Internacional para la Innovación Empresarial 3IE. Obtenido de http://www.3ie.cl/incubadora/

Instituto Nacional de Estadísticas. (2017). Informe final de levantamineto final Quinta Encuesta de Microemprendimiento (EME-5).

Larroulet , C., & Ramírez, M. (2007). Emprendimiento: Factor clave para la nueva etapa de Chile.

Lobos, G. (2018). Encuesta ambiente pymes en Chile. Santiago.

Longenecker, J. G., Palich, L., Petty, J. W., & Hoy, F. (2012). Administracion de Pequeñas Empresas: Lanzamiento y Crecimiento de iniciativas de emprendimiento. Cengage Learning Editores.

McClelland, D. (1987). Characteristics of Successful Entrepreneurs. The journal of creative behavior, 21(3), 2019-233.

Medina Armas, A. T., Vizcaíno Villavicencio, V. d., Chávez Vargas, T. D., Laaz Torres, I. V., Salazar Arias, J. P., & Yépez Yánez, Á. B. (2018). Emprendimiento, un instrumento de desarrollo para la sociedad contemporanea. Mikarimin, 4(2).

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo & Instituto Nacional de Estadísticas. (2018). El microemprendimiento en Chile.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (13 de Febreo de 2018). Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Recuperado el Febrero de 2020, de Quinta Encuesta de Microemprendimiento (EME): https://www.economia.gob.cl/2018/02/13/quinta-encuesta-de-microemprendimiento-eme5.htm

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas. (2018). Empleo y microemprendimiento.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas. (2018). Financiamiento en los Microemprendimientos.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas. (2018). Informalidad en el Microemprendimiento en Chile resultados de la 5ta Encuesta de Microemprendimiento.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo e Instituto Nacional de Estadísticas. (2019). Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE-5).

Musso, R., & Echecopar, G. (2012). El valle de la muerte.

Núñez, I., Torres, M., Jara, F., & Mazo, V. (2015). Ecosistemas de emprendimiento: Una mirada desde la Política Pública . (CORFO, Ed.) Santiago, Chile.

ONU Mujeres & Centro de Investigación Económicas Nacionales. (2013). Emprendimiento Femenino: Un enfoque teórico y estadístico del emprendimiento femenino en Guatemala.

Priede Bergamini, T., López-Cózar Navarro, C., & Lupiañez Carrillo, L. (2016). El capital intelectual y el capital emprendedor como impulsores del crecimiento económico regional. Cuadernos de economía, 223-235.

Real Academia Española. (08 de Diciembre de 2019). Definición de emprender. Obtenido de RAE: https://dle.rae.es/emprender

Real Academia Española. (9 de Diciembre de 2019). Definición ecosistema. Recuperado el 2019, de RAE.

Real Academía Española. (8 de Diciembre de 2019). Definición emprendedor. Recuperado el 2019, de RAE: https://dle.rae.es/emprendedor

Real Acadenia Española. (9 de Diciembre de 2019). Definición de emprendimiento. Recuperado el Diciembre de 2019, de RAE: https://dle.rae.es/?w=emprendimiento

Schumpeter, J. A. (1991). Essays: On entrepreneurs, innovations, business cycles, and the evolution of capitalism. (R. V. Clemence, Ed.) Transaction Publishers.

Servicio de Cooperación Técnica. (2020). SERCOTEC. Obtenido de ¿Quiénes somos?: www.sercotec.cl

Servicio de Impuestos Internos. (09 de 2019). Servicio de Impuestos Internos. Recuperado el Febrero de 2020, de Estadísticas de Empresa: http://www.sii.cl/sobre_el_sii/estadisticas_de_empresas.html

Servicio de Impuestos Internos. (diciembre de 2020). SII. Obtenido de Sistema de tributación simplificada del portal tributario MIPYME: https://www.sii.cl//portales/contab_simplif/index.htm#:~:text=SISTEMA%20DE%20CONTABILIDAD%20SIMPLIFICADA%20MIPYME&text=En%20el%20nuevo%20R%C3%A9gimen%20Tributario,devengados%20(ingresos%20menos%20egresos).

Servicio de Impuestos Internos. (5 de Diciembre de 2020). SII. Obtenido de Portal MIPYME: https://www1.sii.cl/Portal001/

Servicio de Impuetsos Internos. (5 de Diciembre de 2020). Servicio de Impuestos Internos. Obtenido de Regimen de Tributación Simplificada ART 14 TER LIR: https://www.sii.cl//portales/contab_simplif/regimen_14ter.htm

Simón, J., & Pérez, M. V. (2004). Finanzas para emprendedores. Escuela de Organización Industrial.

Trías de Bes, F. (2007). El libro negro del emprendedor. Empresa Activa.

Unidad de Estudios Corfo. (2014). Emprendimiento en Chile: Hacia un Modelo de Segmentación. Unidad de Estudios, Gerencia de Estrategia y Estudios Corfo.

Urbano, D., & Toledano, N. (2011). Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas. Barcelona: Editorial UOC.

ANEXOS

Anexo A. Países participantes GEM 2018

Tabla 5: Países participantes del GEM 2018 - por región geográfica y nivel de ingreso

	Ingreso bajo	Ingreso medio	Ingreso alto
África	Angola Egipto Marruecos Mozambique República de Madagascar Sudán		
Asia y Oceanía	India Indonesia	China Irán Kazajstán Líbano Tailandia Turquín	Arabia Saudita Catar Corea del Sur Emiratos Árabes Unidos Israel Japón Taiwán
América Latina y el Caribe		Brasil Colombia Guatemala México Perú República Dominicana	Argentina Chile Panamá Puerto Rico Uruguay
Europa		Bulgaria Federación de Rusia	Alemania Austria Chipre Croacia Eslovaquia Eslovenia España Francia Grecia Irlanda Italia Letonia Luxemburgo Países Bajos Polonia Reino Unido Suecia Suiza
América del Norte			Canadá Estados Unidos

Fuente: GEM Global Report 2018-2019

Anexo B. Resumen de Segmentos Emprendedores en Chile (CORFO, 2014)

Tabla 1: Resúmenes de Segmentos Emprendedores en Chile
Fuente: Elaboración propia, Unidad de Estudios de Corfo

ACTIVIDADES	FORMACIÓN	CARACTERÍSTICAS	DESAFÍOS
I. Sin complejidad			
	- Generalmente poseen educación escolar. - Tienen experiencia como asalariados. - Se guían por la intuición y observación para identificar el emprendimiento que harán.	- Inician sus emprendimientos sin contar con equipos de trabajo. - Las actividades de puesta en marcha y funcionamiento dependen por completo del emprendedor.	- Necesitan información básica para formalizarse y obtener los permisos y patentes que les permitan operar.
II. Baja complejidad			
A. Con conocimiento o habilidades de mercado y productos con baja diferenciación.	- Cuentan con estudios profesionales y/o amplia experiencia laboral. - Tienen una mirada desde del producto que quieren ofrecer.	- Estas empresas requieren inversiones más altas que las de nula complejidad.	- Desconocen prácticas de gestión (en términos blandos) por lo que deben adquirir intuiciones sobre como funciona el mercado. - Deben aprender a delegar tareas.
B. Con conocimiento y habilidades de mercado y baja diferenciación de productos.	- Formación profesional y/o laboral en el ámbito de la administración. - Cuentan con un historial familiar de emprendimiento.	- Buscan liderar emprendimientos con un aire de renovación.	- Buscan profesionalizar desde el inicio el negocio, lo que implica identificar el personal idóneo para cada tarea.
C. Sin conocimiento ni habilidades de mercado y productos de mediana o alta diferenciación. (No tuvimos entrevistados en este subsegmento).	- Tienen una mirada sobre un producto específico, por lo que no está en mente la realización de un negocio.	- Desarrollan "inventos" a partir de la experimentación o curiosidad, desconociendo si este responde a una necesidad de mercado o no.	- Dado su escaso interés en desarrollar un emprendimiento, suelen requerir de un inversionista que se haga cargo de la transferencia del producto desarrollado.
III. Mediana complejidad			
A. Con conocimiento o habilidades de mercado y alta diferenciación de productos.	- Poseen formación profesional universitaria. - Tienen una experiencia laboral que facilita la identificación de oportunidades de mercado. - Su conocimiento de mercado proviene de su experiencia laboral.	- Prima el deseo de experimentación más que de aplicabilidad de soluciones. - No necesariamente cuentan con habilidades asociadas a la gestión de negocios.	- Requieren que alguien gestione e incorpore la visión de negocio.
B. Con conocimiento y habilidades de mercado, y mediana diferenciación de productos.	- Cuentan con formación universitaria en el área de la ingeniería. - Su formación les ayuda a focalizarse en qué problemas solucionar de una manera simple. - Cuentan con capital social.	- Tienen foco en la solución de mercado que pretenden ofrecer y no en un producto en particular. - Consideran la posibilidad de incorporar socios.	- Requieren de capital inteligente para crecer, es decir, no solo recursos financieros, sino que socios estratégicos que aporten conocimiento y visión para hacer crecer el negocio.
IV. Actividades emprendedoras de alta complejidad			
	- Ellos o su equipo poseen conocimientos y habilidades sobre el mercado en el que quieren operar o, en su defecto, identifican las debilidades a subsanar. - Cuentan con un gran capital social.	- Desarrollan emprendimientos de alcance global. - Desarrollan bienes y/o servicios con alta complejidad de replicabilidad por terceros.	- Suelen ser más dinámicos y adelantados que el entorno que los rodea, por lo que deben resolver cómo operar con tales brechas.

Fuente: Emprendimiento en Chile: Hacia un Modelo de Segmentación (Unidad de Estudios Corfo, 2014)

Anexo C. Índice Finanzas para no financieros

Índice

Prólogo	6
Introducción	8
Funciones y responsabilidades de los gerentes	10
1. Principios de la partida doble	14
2. El concepto de las acumulaciones	25
3. El balance general y el estado de resultados	42
4. Temas críticos de la contabilidad	49
5. Análisis de estados financieros	57
6. Conceptos básicos sobre sistemas de costeo	93
7. El sistema financiero	114
8. Costo del dinero	127
9. Criterios de evaluación de inversiones	231
10. Gerencia basada en valor	254
Bibliografía	274

Anexo D. Índice Contabilidad y Finanzas para no financieros

Índice

Portada
Introducción
Parte I. Conceptos de contabilidad
1. El resultado de la empresa (cuenta de pérdidas y ganancias)
2. El patrimonio de la empresa (balance de situación)
3. Costes
Parte II. Técnicas para obtener datos para la toma de decisiones financieras
4. Análisis de los estados financieros
5. Control presupuestario
Parte III. Toma de decisiones financieras
6. Planificación financiera
7. Análisis y selección de inversiones
8. Financiación
Créditos

Anexo E. Índice Finanzas para emprendedores

Índice General

Introducción 9

1. Consideraciones Generales 11

1.1 La empresa y el empresario 11

1.2 Clases de empresas 12

1.3 La necesidad de la información 13

1.4 Características de la información 14

2. Introducción a la Contabilidad 15

2.1 La Contabilidad. Concepto y clases 15

2.2 Los soportes físicos y procedimientos usados por la Contabilidad 16

2.2.1 El hecho contable 16

2.2.2 La cuenta y su operatividad 16

2.2.3 La partida doble y el asiento 20

2.2.4 Los instrumentos materiales: los libros de Contabilidad 21

2.3 Los ciclos en la empresa 22

2.3.1 El ciclo físico 23

2.3.2 El ciclo financiero 23

2.3.3 El ciclo contable 24

3. El Balance de Situación 27

3.1 Concepto y significado del balance 27

3.2 Forma y composición del balance 28

3.2.1 Composición del activo 29
3.2.1.1 Inmovilizado o activo fijo 30
3.2.1.2 Activo circulante 33
3.2.2 Composición del pasivo 34
3.2.2.1 Pasivo fijo 35
3.2.2.2 Pasivo circulante 36
3.3 El equilibrio financiero. El fondo de maniobra 37
3.3.1 El equilibrio entre inversión y financiación 37
3.3.2 El fondo de maniobra 38
3.4 Las fuentes de financiación 39
3.4.1 Introducción 39
3.4.2 Fuentes de financiación propias (financiación interna) 40
3.4.3 Fuentes de financiación ajena (financiación externa) 42
3.4.3.1 Financiación vía entidades de crédito 43
3.4.3.2 Financiación vía mercados organizados 56
3.4.3.3 Otras vías de financiación 57

4. La Cuenta de Resultados 61
4.1 El resultado de la empresa 61
4.1.1 El resultado periódico 61
4.1.2 Diferenciación de conceptos 62
4.2 La cuenta de pérdidas y ganancias 62
4.2.1 Formato y composición de la cuenta de resultados 63
4.2.2 Amortización del activo fijo 66

5. La Tesorería y su Proyección 73
5.1 El estado de flujos de tesorería (EFT) 73
5.1.1 Formato de presentación para su análisis 74
5.1.2 El flujo de caja (cash-flow) 75
5.2 La gestión de tesorería 76
5.3 El ciclo de explotación y el ciclo de caja 76

Anexo F. Índice Manual Más Capaz

ÍNDICE

Prólogo 7

Presentación 8

Módulo 1: Querer emprender 11

Clase 1: ¿Para qué va a emprender? 13

Clase 2: ¿Desde dónde y cómo mira sus posibilidades para trabajar como independiente? 21

Clase 3: ¿Qué juicios tiene de sí misma que le abren o cierran posibilidades? 31

Clase 4: ¿Desde qué emoción se emprende y qué barreras necesita derribar para emprender? 41

Asesoría Técnica 1 (Individual): ¿Qué recursos tiene para iniciar y gestionar un negocio? 49

Módulo 2: Diseñando su negocio: ¿Qué quiere ser y hacer? 55

Clase 5: ¿Qué necesita y qué tiene para emprender? 57

Clase 6: ¿A quién vender? Sus clientas y clientes 63

Clase 7: ¿Qué va a ofrecer? Definiendo su producto o servicio 75

Clase 8: ¿A quién y a cuánto? Clientas, clientes y precios 83

Clase 9: ¿Cómo lleva su propuesta de valor a sus clientas y clientes? 93

Clase 10: ¿Cómo hace funcionar el negocio? 101

Clase 11: ¿Cuánto cuesta su producto? ¿Con cuánto margen de ganancia se queda? 111

Clase 12: Su vida, casa y su negocio...tres mundos diferentes 123

Clase 13: ¿Cómo puede financiar su negocio? 137

Asesoría Técnica 2 (Individual): Diseño Plan de Inversión 145

Asesoría Técnica 3 (Grupal): Seguimiento del Plan de Inversión 151

Módulo 3: Implementando su negocio: Atreverse a lo que quiere ser y hacer 155

Clase 14: ¿Qué hacer para vender más? 157

ÍNDICE

Clase 15: ¿Qué habilidades debería desarrollar para vender más? 163

Clase 16:Innovando 171

Clase 17: Planificación y administración de sus tiempos 179

Clase 18: Planificación y administración de su negocio 187

Clase 19: ¿Cómo y para qué formalizar su negocio? 197

Clase 20: ¿Qué impuestos debe pagar? ¿Cómo debe hacerlo? 205

Clase 21: ¿Cuánto es lo mínimo que debe vender para no tener pérdidas? 215

Clase 22: ¿Cuánta caja chica debería tener en su negocio? 225

Asesoría Técnica 4 (Grupal): ¿Cómo le ha ido poniendo en práctica sus habilidades emprendedoras y de negocio? 231

Módulo 4: Evaluando su negocio: Hacia dónde quiere seguir caminando 237

Clase 23: Evaluando su negocio 239

Clase 24: ¿Cómo seguir con su proyecto en el futuro? 245

Clase 25: Integrando lo aprendido 255

Clase 26: ¡Presentando de una forma compradora! 265

Asesoría Técnica 5 (Individual): ¿Cuánto genera su negocio? 271

Asesoría Técnica 6 (Grupal): Evaluación del modelo de negocios 277

Asesoría Técnica 7 (Grupal): Implementación Plan Acciones Futuras: ¿Cómo se prepara para tener éxito mañana? 283

Asesoría Técnica 8 (Grupal): Monitoreo de las habilidades emprendedoras: ¿Qué competencias emprendedoras ha desarrollado hasta acá? 291

Asesoría Técnica 9: (Grupal): Evaluación del programa 299

Anexo G. Información Manual del Emprendedor

MANUAL DEL EMPRENDEDOR
2016 © Todos los derechos reservados Universidad de Talca
ISBN: 978-956-329-063-9

Universidad de Talca
Vicerrectoría de Innovación y Transferencia Tecnológica
Dirección de Transferencia Tecnológica

Autores:
Nadia Rojas Villacura
Carlos Arriagada Sepúlveda

Editores:
Juan Pablo San Cristóbal Bustos
Stephany Salinas Lara

Diseñador Gráfico:
Jessica Rodríguez Contreras

Anexo H. Índice Guía del Emprendedor

GUIA DEL EMPRENDEDOR

CONSEJOS PARA HACER TU EMPRENDIMIENTO

FUENTES

- Manual para el Emprendedor
  Asociación de Emprendedorers de Chile (ASECH)
- Manual para emprendedores de Chile
  SERCOTEC - OIT
- Servicio de Impuestos Internos
  www.sii.cl

GUÍA DEL EMPRENDEDOR
Consejos para hacer tu emprendimiento

CEIM - EMPRENDELEONES
Santiago de Chile

Primera edición 2014
© CEIM - EMPRENDELEONES
Coordinador de Producción / Silvio Cofré Gallegos

Colaboradores / Doris Castañeda
Sergio Díaz
Leandro Caamaño
Patricio Almendra
Tamara Farías
Aurelio Hernández C.

Diseño y Diagramación/ Karina Gabilán Candia

Producción / CEIM - EMPRENDELEONES
Arturo Prat Nº 386, Santiago de Chile

Impreso en Diciembre 2014

INDICE

1 BIENVENIDA
2 ¿TIENES ALMA DE EMPRENDEDOR?
3 ¿CÓMO INICIAR UN EMPRENDIMIENTO?
4 PLAN DE NEGOCIOS
5 MODELO DE NEGOCIOS CANVAS
6 COMO CONSTITUIR LA EMPRESA O SOCIEDAD
7 ¿CÓMO FINANCIAR MI EMPRENDIMIENTO?
8 DISEÑO GRAFICO Y PUBLICIDAD
9 GLOSARIO

emprende Leones

Anexo I. Entrevista semi estructurada online para expertos

Manual de Costos para Emprendedores: Opinión de expertas/os

Página 1

Datos personales *

- La idea de esta sección es conocerte y que cuentes tu experiencia, ya sea laboral, profesional y/o personal, en el emprendimiento.
- Si no tienes títulos profesionales, ¡No te preocupes! Puedes responder "no tengo".

Nombre y apellidos	
Título/s profesional/es	
¿En qué trabajas actualmente?	
Años de experiencia en el ecosistema emprendedor	
Cuenta tu experiencia en el ecosistema emprendedor	

Página 2

En Chile, el 55% de los microemprendedores operan informalmente. ¿A qué crees que se debe? *

Página 3

¿Cuál crees que es la importancia de los registros contables para las MIPES? *

MIPES: micro y pequeñas empresas

¿Cuál crees que es la importancia del cálculo de costos de productos/servicios para las MIPES? *

MIPES: Micro y pequeñas empresas

¿Crees que sería útil un manual de registros contables y costos para microemprendedores informales? ¿Por qué? *

¿Crees que la existencia de un manual de registros contables y costos puede aportar a la disminución de los niveles de informalidad de los microemprendimientos chilenos? ¿Por qué?

Página 4

¿Conoces algún manual de registros contables y contabilidad de costos para emprendedores? *

- ◯ sí
- ◯ no

Página 5

Especifique el nombre de el/los manual/es que conoce y, de forma resumida, cuéntame qué te pareció.

Página 6

Si tuvieras que confeccionar un manual de registros contables y costos para microemprendedores informales, ¿qué temáticas incluirías? *

¿Qué características crees que debe tener un manual de registros contables y costos para microemprendedores informales? *

Considere el diseño gráfico, desarrollo y aplicación del contenido y redacción.
Por ejemplo: Tipo de vocabulario, persona literaria a utilizar, práctico/teórico, selección de ejemplos o casos, gama colores a usar, entre otros recursos.

Considerando la creación de un manual de registros contables y costos para microemprendedores informales, ¿crees que es necesario recordar/reforzar conocimientos matemáticos como las divisiones, las fracciones y las proporciones? *

» Redirection to final page of Online Encuesta

Anexo J. Cuestionario online para emprendedores/as

Manual de Costos para Emprendedores: Opinión de emprendedoras/es

Información general

Escribe tu nombre compleo *

¿Hace cuánto tiempo que emprendiste? *

Si tuviste diferentes negocio, contempla el tiempo que llevas desde tu primer emprendimiento

Comencé mi emprendimiento hace _____ años.

¿En qué consiste tu emprendimiento? *

¿Cuánto vendes, normalmente, en un mes? *

Vendo $ _____ mensuales

¿Te has capacitado o asesorado en herramientas de gestión y administración de negocios dentro de los últimos 5 años? *

- ◯ sí
- ◯ no

¿Cuentas con un registro contable para tu emprendimiento? *

Puede ser cualquier tipo de registro contable. Por ejemplo, un cuaderno o una planilla excel.

◯ sí

◯ no

Registros contables 1

¿Por qué no cuentas con algún registro contable de tu negocio? *

Registros contables 2

¿Para qué te ha servido tener registro de tus gastos y ventas? *

Formalización

Tu emprendimiento, ¿está formalizado? *

◯ sí

◯ no

Formalización 1

¿Por qué no te has formalizado? *

Formalización 2

¿Qué te motivó a formalizar tu negocio? *

Importancia de los costos

¿Calculas el costo de tus productos y/o servicios? *

- ◯ sí
- ◯ no

Costos 1

¿Por qué no calculas el costo de tus productos y/o servicios? *

Costos 2

¿Para qué te ha servido calcular el costo de tus productos y/o servicios? *

Costos 3

Del siguiente listado de gastos, ¿cuáles consideraría usted para calcular el costo de un jeans? *

- [ ] Tela
- [ ] Sueldo de la/el consturera/o
- [ ] Tijeras
- [ ] Maquina de coser
- [ ] Cierre
- [ ] Botones
- [ ] Luz
- [ ] Delantal de la/el consturera/o
- [ ] Desgaste por uso de la máquina de coser
- [ ] Empaque
- [ ] Etiqueta

Manual

¿Te gusta leer? *

- ( ) Si, me gusta mucho
- ( ) Podría ser que si
- ( ) Ni si, ni no
- ( ) Podría ser que no
- ( ) No, me desagrada leer

¿Qué tan probable es que leas un manual de 50 páginas o menos? *

- ◯ Muy probable
- ◯ Probable
- ◯ Indiferente
- ◯ Poco probable
- ◯ No es probable

¿Te gustaría que existiera un manual sobre costos? *

- ◯ Si, me gustaría mucho
- ◯ Podría ser que si
- ◯ Ni si, ni no
- ◯ Podría ser que no
- ◯ No, me desagradaría mucho

¿Te gustaría que existiera un manual sobre registros contables? *

- ◯ Si, me gustaría mucho
- ◯ Podría ser que si
- ◯ Ni si, ni no
- ◯ Podría ser que no
- ◯ No, me desagradaría mucho

Escoge un máximo 6 temáticas que te gustaría encontrar en un manual de costos y registros contables *

Registro de inventario: es un listado de lo que se tiene, por ejemplo, en materias primas o en productos
Punto de equilibrio: es la cantidad exacta en la que un negocio no pierde ni gana, es decir, su margen de ganancia es 0
Estado de resultado: es un reporte que permite calcular la ganancia o perdida de un negocio.
Flujo de caja: es un reporte que permite calcular cuánto dinero en efectivo (pueden ser billetes o monedas, o dinero en el banco) tiene un negocio

- ☐ Registro de gastos
- ☐ Registro de ventas
- ☐ Registro de inventario
- ☐ Calculo de costos de un producto/servicio
- ☐ Definiciones y clasificaciones de los distintos costos
- ☐ Cálculo de Mano de obra
- ☐ Costos fijos
- ☐ Margen de ganancia
- ☐ Fijación de precio
- ☐ Punto de equilibrio
- ☐ Estado de resultado
- ☐ Flujo de caja

Qué tan importante es para ti que un manual de costos y registros contables posea las siguientes características *

Glosario: Listado de definiciones

	Nada importante	Poco importante	Me es indiferente	Importante	Muy importante
Que tenga ejemplos	◯	◯	◯	◯	◯
Que tenga un vocabulario sencillo	◯	◯	◯	◯	◯
Que sea simple	◯	◯	◯	◯	◯
Que tenga gráficas atractivas	◯	◯	◯	◯	◯
Que tenga un glosario	◯	◯	◯	◯	◯
Que me haga reflexionar	◯	◯	◯	◯	◯
Que tenga tablas	◯	◯	◯	◯	◯
Que tenga casos de análisis	◯	◯	◯	◯	◯
Que tenga definiciones corta	◯	◯	◯	◯	◯
Que tenga un vocabulario cercano	◯	◯	◯	◯	◯
Que sea colorido	◯	◯	◯	◯	◯

Página 12

¡Muchas gracias por contestar el cuestionario!

» **Redirection to final page of Online Encuesta**

Anexo K. Resultados SPSS análisis microemprendedores

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Lleva algún tipo de registro de las cuentas de su negocio, empresa o actividad * Registro de la Unidad Economica ante SII	7122	95,1%	370	4,9%	7492	100,0%

Tabla de contingencia ¿Lleva algún tipo de registro de las cuentas de su negocio, empresa o actividad * Registro de la Unidad Economica ante SII

Recuento

		Registro de la Unidad Economica ante SII		
		Con inscripción	Sin inscripción	Total
¿Lleva algún tipo de registro de las cuentas de su negocio, empresa o actividad	Sí, a través de contabilidad completa formal formal (libro de compras y ventas	2076	4	2080
	Sí, a través de contabilidad completa con registros personales	175	47	222
	Sí, a través de contabilidad simplificada	313	2	315
	Sí, a través de contabilidad parcial con registros personales	223	580	803
	No, ningún tipo de contabilidad	406	3290	3696
	No sabe	6	0	6
Total		3199	3923	7122

Estadísticos

		Por el trabajo que realiza en su negocio o empresa ¿tiene asignado un sueldo?	A través de la contabilidad, ¿puede separar los gastos de su negocio de los gast	1a Opción más importante ¿Cómo financia actualmente los gastos regulares del ne
N	Válidos	7122	3420	7122
	Perdidos	370	4072	370

Por el trabajo que realiza en su negocio o empresa ¿tiene asignado un sueldo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	690	9,2	9,7	9,7
	No	6432	85,9	90,3	100,0
	Total	7122	95,1	100,0	
Perdidos	Sistema	370	4,9		
Total		7492	100,0		

A través de la contabilidad, ¿puede separar los gastos de su negocio de los gast

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2353	31,4	68,8	68,8
	No	1055	14,1	30,8	99,6
	No sabe	5	,1	,1	99,8
	No responde	7	,1	,2	100,0
	Total	3420	45,6	100,0	
Perdidos	Sistema	4072	54,4		
Total		7492	100,0		

1a Opción más importante ¿Cómo financia actualmente los gastos regulares del ne

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ahorros o recursos propios	1264	16,9	17,7	17,7
	Ingresos del negocio	5259	70,2	73,8	91,6
	Crédito bancario de consumo	74	1,0	1,0	92,6
	Crédito bancario comercial	26	,3	,4	93,0
	Crédito de casas comerciales, cooperativas o cajas de compensación y/o de prov	13	,2	,2	93,2
	Programa de Gobierno (Fosis, Sercotec, Corfo, Indap, etc.)	65	,9	,9	94,1
	Crédito de instituciones sin fines de lucro (Infocap, Fondo Esperanza, Banigual	26	,3	,4	94,5
	Préstamo de amigos o parientes (sin intereses)	38	,5	,5	95,0
	Con prestamista particular (con intereses)	3	,0	,0	95,0
	No requiere capital de trabajo	315	4,2	4,4	99,5
	Otro, especifique	38	,5	,5	100,0
	No responde	1	,0	,0	100,0
	Total	7122	95,1	100,0	
Perdidos	Sistema	370	4,9		
Total		7492	100,0		

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Obtuvo el crédito solicitado? * ¿Alguna vez ha solicitado un Préstamo o crédito bancario (no hipotecario) para f	1728	23,1%	5764	76,9%	7492	100,0%

Tabla de contingencia ¿Obtuvo el crédito solicitado? * ¿Alguna vez ha solicitado un Préstamo o crédito bancario (no hipotecario) para f

Recuento

		¿Alguna vez ha solicitado un Préstamo o crédito bancario (no hipotecario) para f	
		Sí	Total
¿Obtuvo el crédito solicitado?	Sí, a título personal	1440	1440
	Sí, a nombre de la empresa	169	169
	No	118	118
	No responde	1	1
Total		1728	1728

		Registro de la Unidad Economica ante SII	
		Con inscripción	Sin inscripción
		Recuento	Recuento
En su actual negocio, empresa o actividad por cuenta propia ¿inició actividades	Sí, como trabajador independiente (boleta de honorarios)	610	0
	Sí, como empresa constituida como persona natural	2023	0
	Sí, como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) o Sociedad de Re	463	0
	Sí, como otro tipo de empresa	103	0
	No	0	3882
	No, estoy en proceso	0	41

				Acogido a Régimen Microempresa Familiar	
				Si	No
				Recuento	Recuento
En su actual negocio, empresa o actividad por cuenta propia ¿inició actividades	Sí, como trabajador independiente (boleta de honorarios)	Registro de la Unidad Economica ante SII	Con inscripción	7	187
	Sí, como empresa constituida como persona natural	Registro de la Unidad Economica ante SII	Con inscripción	98	487
	Sí, como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) o Sociedad de Re	Registro de la Unidad Economica ante SII	Con inscripción	11	121
	Sí, como otro tipo de empresa	Registro de la Unidad Economica ante SII	Con inscripción	10	26
	No	Registro de la Unidad Economica ante SII	Sin inscripción	0	727
	No, estoy en proceso	Registro de la Unidad Economica ante SII	Sin inscripción	0	7

				Acogido a Régimen MiPymes		
				Si	No	No sabe/ No responde
				Recuento	Recuento	Recuento
En su actual negocio, empresa o actividad por cuenta propia ¿inició actividades	Sí, como trabajador independiente (boleta de honorarios)	Registro de la Unidad Economica ante SII	Con inscripción	7	118	0
	Sí, como empresa constituida como persona natural	Registro de la Unidad Economica ante SII	Con inscripción	69	275	3
	Sí, como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) o Sociedad de Re	Registro de la Unidad Economica ante SII	Con inscripción	25	91	0
	Sí, como otro tipo de empresa	Registro de la Unidad Economica ante SII	Con inscripción	9	13	0
	No	Registro de la Unidad Economica ante SII	Sin inscripción	0	310	0
	No, estoy en proceso	Registro de la Unidad Economica ante SII	Sin inscripción	0	4	0

		Registro de la Unidad Economica ante SII			
		Con inscripción			
		En su actual negocio, empresa o actividad por cuenta propia ¿inició actividades			
		Sí, como trabajador independiente (boleta de honorarios)	Sí, como empresa constituida como persona natural	Sí, como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) o Sociedad de Re	Sí, como otro tipo de empresa
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
En su actual negocio, empresa o actividad por cuenta propia ¿ha realizado declaración de Renta?	Sí	475	1802	418	83
	No	120	203	38	20
	En proceso	3	8	6	0
	No aplica	12	8	1	0
	No responde	0	2	0	0

		Registro de la Unidad Economica ante SII			
		Con inscripción			
		En su actual negocio, empresa o actividad por cuenta propia ¿inició actividades			
		Sí, como trabajador independiente (boleta de honorarios)	Sí, como empresa constituida como persona natural	Sí, como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) o Sociedad de Re	Sí, como otro tipo de empresa
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
En su actual negocio, empresa o actividad por cuenta propia ¿ha realizado declaración de IVA?	Sí	185	1867	425	84
	No	394	138	33	19
	En proceso	3	10	4	0
	No aplica	28	6	1	0
	No responde	0	2	0	0

		Registro de la Unidad Economica ante SII					
		Con inscripción				Sin inscripción	
		En su actual negocio, empresa o actividad por cuenta propia ¿inició actividades				En su actual negocio, empresa o actividad por cuenta propia ¿inició actividades	
		Sí, como trabajador independiente (boleta de honorarios)	Sí, como empresa constituida como persona natural	Sí, como Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) o Sociedad de Re	Sí, como otro tipo de empresa	No	No, estoy en proceso
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Para el funcionamiento de su negocio, empresa o actividad por cuenta propia, ¿tiene ermiso o patente munic	Sí	175	1300	288	70	409	8
	No	434	722	175	32	3471	32
	No sabe	1	1	0	1	0	0
	No responde	0	0	0	0	2	1
En su actual negocio, empresa o actividad por cuenta propia ¿ha obtenido su permiso sanitario?	Sí	51	761	144	27	0	0
	No	307	774	189	40	0	0
	En proceso	15	29	12	3	0	0
	No aplica	237	457	118	33	0	0
	No responde	0	2	0	0	0	0

Estadísticos

		¿Cuál es la principal razón por la que no ha iniciado actividades para su negoci	¿Cuál es la principal razón por la que no ha obtenido el permiso o patente munic
N	Válidos	3882	4866
	Perdidos	3610	2626

¿Cuál es la principal razón por la que no ha iniciado actividades para su negoci

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	El proceso de registro es demasiado caro	201	2,7	5,2	5,2
	El proceso de registro toma demasiado tiempo	94	1,3	2,4	7,6
	No sabe cómo registrarse	227	3,0	5,8	13,4
	Su empresa es demasiado pequeña	1221	16,3	31,5	44,9
	Teme perder beneficios sociales	84	1,1	2,2	47,1
	No quiere tener la presión de que lo fiscalicen	98	1,3	2,5	49,6
	Ningún negocio como el suyo está registrado	365	4,9	9,4	59,0
	El registro no es esencial	1400	18,7	36,1	95,1
	No ha podido cerrar la actividad anterior	53	,7	1,4	96,4
	Otro, especifique	129	1,7	3,3	99,7
	No sabe	5	,1	,1	99,9
	No responde	5	,1	,1	100,0
	Total	3882	51,8	100,0	
Perdidos	Sistema	3610	48,2		
Total		7492	100,0		

¿Cuál es la principal razón por la que no ha obtenido el permiso o patente munic

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Es demasiado cara	188	2,5	3,9	3,9
	El proceso toma demasiado tiempo	116	1,5	2,4	6,2
	Los costos adicionales de operar como negocio autorizado por la municipalidad so	127	1,7	2,6	8,9
	No ve beneficios adicionales	281	3,8	5,8	14,6
	No sabe cómo obtener el permiso o patente municipal	202	2,7	4,2	18,8
	No es esencial	3015	40,2	62,0	80,7
	Ningún negocio como el suyo tiene patente o permiso municipal	677	9,0	13,9	94,7
	Otra, especifique	258	3,4	5,3	100,0
	No responde	2	,0	,0	100,0
	Total	4866	64,9	100,0	
Perdidos	Sistema	2626	35,1		
Total		7492	100,0		

Estadísticos

		¿Tiene alguien que le venda o provea el 50% o más de sus mercaderías o materias	Tiene algún cliente que mensualmente le compra más del 50% de sus ventas de prod	1er Aspecto más importante, ¿cuáles son los dos aspectos más importantes que ust
N	Válidos	7122	7122	7122
	Perdidos	370	370	370

¿Tiene alguien que le venda o provea el 50% o más de sus mercaderías o materias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1329	17,7	18,7	18,7
	No	5752	76,8	80,8	99,4
	No sabe	3	,0	,0	99,5
	No responde	38	,5	,5	100,0
	Total	7122	95,1	100,0	
Perdidos	Sistema	370	4,9		
Total		7492	100,0		

Tiene algún cliente que mensualmente le compra más del 50% de sus ventas de prod

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	958	12,8	13,5	13,5
	No	6160	82,2	86,5	99,9
	No responde	4	,1	,1	100,0
	Total	7122	95,1	100,0	
Perdidos	Sistema	370	4,9		
Total		7492	100,0		

1er Aspecto más importante, ¿cuáles son los dos aspectos más importantes que ust

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Falta de clientes	1981	26,4	27,8	27,8
	Falta de insumos	435	5,8	6,1	33,9
	Falta de financiamiento	1966	26,2	27,6	61,5
	Falta de trabajadores capacitados	166	2,2	2,3	63,9
	Alto costo de contratar nuevos empleados	138	1,8	1,9	65,8
	Alto costo de las regulaciones o normas legales	147	2,0	2,1	67,9
	Altas tasas de impuestos	177	2,4	2,5	70,3
	Incertidumbre sobre el estado de la economía	523	7,0	7,3	77,7
	Responsabilidades familiares	231	3,1	3,2	80,9
	No cree que existan factores que limitan el crecimiento de su negocio	741	9,9	10,4	91,3
	Otro, especifique	615	8,2	8,6	100,0
	No responde	2	,0	,0	100,0
	Total	7122	95,1	100,0	
Perdidos	Sistema	370	4,9		
Total		7492	100,0		

				En los últimos 5 años ¿ha recibido algún tipo de capacitación para la actividad	
				Sí	No
				Recuento	Recuento
¿Cuál es el área más importante en la que recibió capacitación para el desarroll	Gestión y Administración	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	55	0
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	82	0
			Mejoró la productividad	68	0
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	28	0
			Ningún tipo de beneficios	12	0
			Otro, especifique	17	0
	Finanzas / Contabilidad	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	32	0
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	33	0
			Mejoró la productividad	27	0
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	15	0
			Ningún tipo de beneficios	10	0
			Otro, especifique	13	0
	Innovación	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	10	0
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	50	0
			Mejoró la productividad	31	0
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	13	0
			Ningún tipo de beneficios	5	0
			Otro, especifique	2	0
	Ventas / Marketing / Comercialización / Atención a público	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	90	0
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	70	0
			Mejoró la productividad	40	0
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	18	0
			Disminuyeron los accidentes laborales	1	0
			Ningún tipo de beneficios	10	0
			Otro, especifique	7	0
	Tecnologías / Computación / Informática	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	1	0
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	24	0
			Mejoró la productividad	11	0
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	31	0
			Ningún tipo de beneficios	4	0
			Otro, especifique	2	0
	Seguridad / Prevención de Riesgo / Higiene Industrial	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	3	0
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	39	0
			Mejoró la productividad	12	0
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	3	0
			Disminuyeron los accidentes laborales	28	0
			Ningún tipo de beneficios	4	0
	Especialización en el área que trabaja (mejoramiento productivo) ¿Qué tipo d	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	54	0
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	312	0
			Mejoró la productividad	158	0
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	37	0
			Disminuyeron los accidentes laborales	5	0
			Ningún tipo de beneficios	22	0
			Otro, especifique	16	0
¿Cuál es la razón principal por la que no ha recibido ningún tipo de capacitació	No me interesa			0	1013
	No hay un curso adecuado a mis necesidades			0	780
	El programa era muy caro			0	222
	Los cursos toman mucho tiempo			0	497
	El horario no me acomodaba			0	584
	No sabe dónde acudir			0	1804
	Otro, especifique			0	717

Estadísticos

		Nivel de formalidad	Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables
N	Válidos	7122	7122
	Perdidos	370	370

Nivel de formalidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Informalidad alta	2955	39,4	41,5	41,5
	Informalidad media	886	11,8	12,4	53,9
	Informalidad baja	82	1,1	1,2	55,1
	Formalidad incompleta	1628	21,7	22,9	77,9
	Formalidad completa	1571	21,0	22,1	100,0
	Total	7122	95,1	100,0	
Perdidos	Sistema	370	4,9		
Total		7492	100,0		

Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nada desarrolladas	3483	46,5	48,9	48,9
	Poco desarrolladas	1218	16,3	17,1	66,0
	Medianamente desarrolladas	815	10,9	11,4	77,5
	Bastante desarrolladas	1344	17,9	18,9	96,3
	Muy desarrolladas	262	3,5	3,7	100,0
	Total	7122	95,1	100,0	
Perdidos	Sistema	370	4,9		
Total		7492	100,0		

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Nivel de formalidad * Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables	7122	95,1%	370	4,9%	7492	100,0%

Tabla de contingencia Nivel de formalidad * Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables

Recuento

		Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables					Total
		Nada desarrolladas	Poco desarrolladas	Medianamente desarrolladas	Bastante desarrolladas	Muy desarrolladas	
Nivel de formalidad	Informalidad alta	2806	149	0	0	0	2955
	Informalidad media	310	181	345	50	0	886
	Informalidad baja	0	25	43	13	1	82
	Formalidad incompleta	367	401	312	463	85	1628
	Formalidad completa	0	462	115	818	176	1571
Total		3483	1218	815	1344	262	7122

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5998,700[a]	16	,000
Razón de verosimilitudes	7029,776	16	,000
Asociación lineal por lineal	3860,499	1	,000
N de casos válidos	7122		

a. 1 casillas (4,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 3,02.

Medidas direccionales

			Valor	Error típ. asint.[a]	T aproximada[b]	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Lambda	Simétrica	,339	,008	35,205	,000
		Nivel de formalidad dependiente	,396	,008	41,735	,000
		Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables dependiente	,273	,011	21,112	,000
	Tau de Goodman y Kruskal	Nivel de formalidad dependiente	,338	,006		,000[c]
		Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables dependiente	,347	,005		,000[c]
	Coeficiente de incertidumbre	Simétrica	,368	,005	76,200	,000[d]
		Nivel de formalidad dependiente	,367	,005	76,200	,000[d]
		Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables dependiente	,369	,005	76,200	,000[d]

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basado en la aproximación chi-cuadrado.

d. Probabilidad del chi-cuadrado de la razón de verosimilitudes.

Medidas simétricas

		Valor	Error típ. asint.[a]	T aproximada[b]	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,918			,000
	V de Cramer	,459			,000
	Coeficiente de contingencia	,676			,000
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,736	,005	91,816	,000[c]
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,790	,005	108,877	,000[c]
N de casos válidos		7122			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

				Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables	
				Nada desarrolladas	Poco desarrolladas
				Nivel de formalidad	Nivel de formalidad
				Informalidad alta	Informalidad alta
				Recuento	Recuento
¿Cuál es el área más importante en la que recibió capacitación para el desarroll	Gestión y Administración	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	10	0
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	12	0
			Mejoró la productividad	11	0
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	4	1
			Ningún tipo de beneficios	5	0
			Otro, especifique	4	0
	Finanzas / Contabilidad	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	5	0
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	4	0
			Mejoró la productividad	4	0
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	2	0
			Ningún tipo de beneficios	1	0
			Otro, especifique	1	0
	Innovación	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	4	0
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	15	0
			Mejoró la productividad	17	0
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	1	0
			Ningún tipo de beneficios	1	0
			Otro, especifique	1	0
	Ventas / Marketing / Comercialización / Atención a público	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	20	3
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	12	1
			Mejoró la productividad	11	1
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	1	1
			Ningún tipo de beneficios	1	0
			Otro, especifique	1	0
	Tecnologías / Computación / Informática	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Mejoró la calidad de los productos o servicios	6	0
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	2	2
			Ningún tipo de beneficios	3	0
			Otro, especifique	1	0
	Seguridad / Prevención de Riesgo / Higiene Industrial	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	1	0
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	12	1
			Mejoró la productividad	6	0
			Disminuyeron los accidentes laborales	5	2
			Ningún tipo de beneficios	2	0
	Especialización en el área que trabaja (mejoramiento productivo) ¿Qué tipo d	¿Cuál fue el principal beneficio de dicha capacitación para el negocio, empresa	Aumentaron las ventas	17	1
			Mejoró la calidad de los productos o servicios	105	4
			Mejoró la productividad	81	4
			Facilitó el uso de nuevas tecnologías o equipos	10	0
			Disminuyeron los accidentes laborales	2	0
			Ningún tipo de beneficios	7	2
			Otro, especifique	7	0
¿Cuál es la razón principal por la que no ha recibido ningún tipo de capacitació	No me interesa			429	28
	No hay un curso adecuado a mis necesidades			335	17
	El programa era muy caro			83	6
	Los cursos toman mucho tiempo			160	11
	El horario no me acomodaba			213	19
	No sabe dónde acudir			880	36
	Otro, especifique			291	9

		Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables	
		Nada desarrolladas	Poco desarrolladas
		Nivel de formalidad	Nivel de formalidad
		Informalidad alta	Informalidad alta
		Recuento	Recuento
¿Tiene alguien que le venda o provea el 50% o más de sus mercaderías o materias	Sí	316	19
	No	2478	130
	No sabe	2	0
	No responde	10	0
Tiene algún cliente que mensualmente le compra más del 50% de sus ventas de prod	Sí	343	19
	No	2462	130
	No responde	1	0
1er Aspecto más importante, ¿cuáles son los dos aspectos más importantes que ust	Falta de clientes	844	41
	Falta de insumos	229	14
	Falta de financiamiento	827	45
	Falta de trabajadores capacitados	45	4
	Alto costo de contratar nuevos empleados	27	2
	Alto costo de las regulaciones o normas legales	45	7
	Altas tasas de impuestos	14	0
	Incertidumbre sobre el estado de la economía	118	6
	Responsabilidades familiares	119	4
	No cree que existan factores que limitan el crecimiento de su negocio	256	15
	Otro, especifique	281	11
	No responde	1	0

				Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables	
				Nada desarrolladas	Poco desarrolladas
				Nivel de formalidad	Nivel de formalidad
				Informalidad alta	Informalidad alta
				Recuento	Recuento
Registro de la Unidad Economica ante SII	Sin inscripción	En su actual negocio, empresa o actividad por cuenta propia ¿inició actividades	No	2791	148
			No, estoy en proceso	15	1
Contabilidad de la Unidad Economica	No, ningún tipo de contabilidad			2806	149
Para el funcionamiento de su negocio, empresa o actividad por cuenta propia, ¿tiene ermiso o patente munic	No	¿Cuál es la principal razón por la que no ha obtenido el permiso o patente munic	Es demasiado cara	127	10
			El proceso toma demasiado tiempo	63	3
			Los costos adicionales de operar como negocio autorizado por la municipalidad so	75	4
			No ve beneficios adicionales	189	5
			No sabe cómo obtener el permiso o patente municipal	124	4
			No es esencial	1712	96
			Ningún negocio como el suyo tiene patente o permiso municipal	390	21
			Otra, especifique	124	6

				Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables	
				Nada desarrolladas	Poco desarrolladas
				Nivel de formalidad	Nivel de formalidad
				Informalidad alta	Informalidad alta
				Recuento	Recuento
¿Lleva algún tipo de registro de las cuentas de su negocio, empresa o actividad	No, ningún tipo de contabilidad	Por el trabajo que realiza en su negocio o empresa ¿tiene asignado un sueldo?	Sí	0	149
			No	2806	0
1a Opción más importante ¿Cómo financia actualmente los gastos regulares del ne	Ahorros o recursos propios			641	31
	Ingresos del negocio			1812	109
	Crédito bancario de consumo			13	1
	Crédito bancario comercial			2	0
	Crédito de casas comerciales, cooperativas o cajas de compensación y/o de prov			6	0
	Programa de Gobierno (Fosis, Sercotec, Corfo, Indap, etc.)			41	0
	Crédito de instituciones sin fines de lucro (Infocap, Fondo Esperanza, Banigual			10	0
	Préstamo de amigos o parientes (sin intereses)			14	1
	Con prestamista particular (con intereses)			1	0
	No requiere capital de trabajo			239	7
	Otro, especifique			27	0
¿Alguna vez ha solicitado un Préstamo o crédito bancario (no hipotecario) para f	Sí	¿Obtuvo el crédito solicitado?	Sí, a título personal	233	14
			Sí, a nombre de la empresa	5	0
			No	30	4

				Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables	
				Nada desarrolladas	Poco desarrolladas
				Nivel de formalidad	Nivel de formalidad
				Informalidad alta	Informalidad alta
				Recuento	Recuento
Sexo	Hombre			1707	111
	Mujer			1099	38
edad en tramos	Entre 15 y 24 años			101	15
	Entre 25 y 34 años			301	16
	Entre 35 y 44 años			461	29
	Entre 45 y 54 años			664	42
	Entre 55 y 64 años			730	36
	65 años o más			549	11
Educación	Sin Educación formal o Nivel ignorado			117	3
	Básica			1318	57
	Media			1105	71
	Superior Técnica			146	6
	Superior Universitaria			117	11
	Postitulo o Magister			3	1
Motivacion principal para emprender	Tradición familiar	¿Cuál fue la razón o motivación principal por la cual inició su actual negocio,	Tradición familiar / herencia	433	11
	Necesidad	¿Cuál fue la razón o motivación principal por la cual inició su actual negocio,	No logró encontrar trabajo como asalariado	251	13
			Fue despedido de un empleo asalariado	95	5
			Tiene mayor flexibilidad (horario, lugar de trabajo, etc)	195	7
			Responsabilidades familiares	315	15
			Por razones de salud	130	5
	Oportunidad	¿Cuál fue la razón o motivación principal por la cual inició su actual negocio,	Para obtener mayores ingresos	754	48
			Encontró una oportunidad en el mercado	293	19
			Tomar sus propias decisiones/ ser su propio jefe	225	21
			Deseaba organizar su propia empresa	84	5
	Otro, especifique	¿Cuál fue la razón o motivación principal por la cual inició su actual negocio,	Otro, especifique	30	0
	No sabe/ No responde	¿Cuál fue la razón o motivación principal por la cual inició su actual negocio,	No responde	1	0

		Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables	
		Nada desarrolladas	Poco desarrolladas
		Nivel de formalidad	Nivel de formalidad
		Informalidad alta	Informalidad alta
		Recuento	Recuento
Lugar de trabajo	En instalaciones u oficinas fuera de su vivienda	144	9
	Dentro de su vivienda	741	28
	En un vehículo con o sin motor	184	17
	En un predio agrícola	589	9
	En casa o negocio del cliente (a domicilio)	657	53
	En la calle o espacio público	451	26
	En faenas, obras de construcción o similar	40	7
	Otro lugar, especifique	0	0
Tramos de ganancia recodificado	Hasta 257.500	2051	62
	Entre 257.501 y 375.000	329	28
	Entre 375.001 y 450.000	177	23
	Entre 450.001 y 900.000	198	30
	Entre 900.001 y 2.250.000	49	6
	Mas de 2.250.000	2	0
	No sabe/ No responde	0	0
Actividad Economica reducida	Sector Primario	770	16
	Industrias manufactureras	481	19
	Construccion	469	43
	Comercio	561	31
	Transporte y almacenamiento	148	16
	Actividades inmobiliarias	2	0
	Administracion publica	0	0
	Hogares como empleadores	0	0
	Organizaciones extraterritoriales	0	0
	Servicios	375	24
Cantidad de trabajadores del negocio	Uno	380	21
	Dos	67	7
	Tres	17	0
	Cuatro	1	0
	Cinco o más	2341	121
Financiamiento inicial + secundario	Ahorros o recursos propios	1753	89
	Ahorros + Préstamo o crédito (finan. secundario)	229	12
	No necesito financiamiento inicial	513	28
	Préstamo o crédito	310	20
	No sabe/ No responde	1	0

		Nivel de desarrollo de practicas empresariales básicas financieras - contables	
		Nada desarrolladas	Poco desarrolladas
		Nivel de formalidad	Nivel de formalidad
		Informalidad alta	Informalidad alta
		Recuento	Recuento
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Fosis?	Sí	265	12
	No	1439	85
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Sercotec?	Sí	49	4
	No	770	41
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Corfo/Innova Chile?	Sí	23	0
	No	790	50
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Indap?	Sí	346	3
	No	964	42
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Sence?	Sí	106	5
	No	740	50
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Prodemu?	Sí	42	1
	No	497	18
	No responde	1	0
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Centro de desarrollo de negocios	Sí	4	1
	No	133	7
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Instituciones sin fines de lucro	Sí	133	14
	No	511	26

		Recuento
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Fosis?	Sí	699
	No	3904
	No responde	3
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Sercotec?	Sí	348
	No	2697
	No responde	3
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Corfo/Innova Chile?	Sí	163
	No	2772
	No responde	2
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Indap?	Sí	595
	No	2754
	No responde	1
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Sence?	Sí	341
	No	2515
	No responde	2
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Prodemu?	Sí	124
	No	1631
	No responde	2
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Centro de desarrollo de negocios	Sí	44
	No	592
	No responde	1
¿Ha utilizado o recibido apoyo de Instituciones sin fines de lucro	Sí	396
	No	1678

Anexo L. Transcripción de entrevista semi estructurada online para expertos/as

Fecha y hora	Estado de la participación	Nombre y apellidos	Título/s profesional/es	¿En qué trabajas actualmente?	Años de experiencia en el ecosistema emprendedor	Cuenta tu experiencia en el ecosistema emprendedor
14.12.2020 16:52	Participación completa	Daniela Esperanza Molina Tejada	Ingeniera Comercial titulada en la Adolfo Ibáñez 2011, con máster en economía y políticas públicas	Actualmente soy fundadora en una empresa de capacitación que se llama mi plan de acción	9 años, desde el 2011	Yo salí el 2011 de la universidad y el primer trabajo que tuve fue en Iquique, coordinando el área de trabajo de "Un Techo para Chile", ahí estuve trabajando con 12 campamentos y buscando oportunidades para trabajar en el área de emprendimiento ya que el 2011 no era como hoy día que hay posibilidades, de hecho me acuerdo que en esa época yo fui a Simón de Cirene a ver si estaban buscando gente y eran muy chiquititos, eran como tres personas, esta como recién agarrando vuelo, entonces alguien de Iquique me contactó, y como yo era ingeniera comercial, postulé y quedé al tiro porque por el dinero que ofrecían era raro que una ingeniera comercial postulara y mas encima a región, y allá estuve 18 meses y pude coordinar un programa piloto de FOSIS en el campamento, ahí fue cuando me metí en el tema de la capacitación. Ahí volví e hice un diplomado en emprendimiento y negocios de un año para profundizar el tema, porque yo pensaba que para dedicarse al emprendimiento no basta con ser ingeniera comercial, no te entrega las herramientas para trabajar con emprendedores siento yo. Y en paralelo entré a trabajar con TecnoServ Chile, yo creo que tu la conoces, una ONG norteamericana, y ahí estuve trabajando en Santiago capacitando a emprendedores, diseñando capacitaciones y en paralelo también hacia clases en una OTEC en vespertino los sábados en temas de administración. Ahí empecé a desarrollar mucho mas el tema de los programas, como diseñar capacitaciones, también impartirla y asesorar. Habré asesorado a cientos de emprendedores y después he asesorados distintos programas de CORFO, SERCOTEC y por la ONG me vine a vivir a la quinta región, a expandir el programa. Ahí estuve un año y después decidí hacer mi propia empresa. Trabajé también en INACAP, como coordinadora de emprendimiento e innovación, por vinculación con el medio tienen un departamento de emprendimiento e innovación. Bueno y con la empresa también he podido seguir diseñando programas, también con Simón de Cirene, con AngloAmerican, ruta cero, varios programas.
06.01.2021 17:41	Participación completa	Jocelyn Navarro	Contador del colegio comercial Adbón Cifuentes y titulada de contador auditor con mención en dirección de información y control de gestión de la universidad Andrés Bello, diplomado de tributaria y muchos talleres afines.	Desde el 2018 tengo mi propia empresa de gestión de servicios de contabilidad, actualmente tengo mi cartera de clientes en su mayoría micro y pequeñas empresas y personas que quieren emprender, son servicios mes a mes y anuales.	Poco más de dos años como independiente	Hago talleres, he hecho por Simón de Cirene para instituciones como el de rendición de cuentas, hice clases en 6 regiones el año pasado. He hecho muchos talleres en el ecosistema emprendedor femenino, me gusta mucho ligarme a comunidades femeninas, siempre full apoyo, he hecho clases por Fundadoras, por WomanGo, como conozco muchas comunidades que apoyan a mujeres también hice clases por una comunidad en Antofagasta y siempre tratando de apoyar en lo máximo que pueda empedrando a la mujer en el trabajo de tener una empresa y saber administrarla
05.01.2021 10:27	Participación completa	Mirena Garrido Pacheco	Ingeniera comercial de la Universidad Austral de Chile	Como consultora en la corporación Simón de Cirene	6 años y medio aproximadamente	Entre a Simón y fue mi primer acercamiento porque justamente entre a "empresas" en esa época, entonces entré a hacer cursos a emprendedores y me cambió la vida, siempre tuve un lado social, antes trabajé en el sector privado, pero siempre me gustó lo social y la verdad fue un descubrimiento de lo que me gusta hacer, me gustaba apoyarlos, enseñarles y guiarlos, de hecho, yo emprendí en algún momento de mi vida, pero muy poquito con una amiga, compra y venta de productos nada más. El mundo del emprendedor es difícil, sensible, largo, transpiras mucho y yo creo que apoyarlos y guiarlos es muy valioso y te das cuenta de que con pequeñas cosas que para uno son pequeñas, pueden significar para ellos grandes cambios. El emperador necesita el apoyo, yo siempre les digo que ellos son los que mas saben de su negocio pero que todo lo que es la gestión no siempre se manejan por toda la realidad que viven, que no tienen tiempo, que no saben, porque pueden haber emprendedores más o menos preparados pero igual emprender no es fácil, son una serie de variables y generalmente estas solo en esto, el emprendedor es el negocio, es todo, entonces priorizan prestar un servicio, vender un producto, pero gestionar y llevar un negocio solo si te queda tiempo y no siempre tienes claro como hacerlo.

Fecha y hora	Estado de la participación	Nombre y apellidos	Título/s profesional/es	¿En qué trabajas actualmente?	Años de experiencia en el ecosistema emprendedor	Cuenta tu experiencia en el ecosistema emprendedor
06.01.2021 16:43	Participación completa	Vivi Rattenbach Lieber	Ingeniera Comercial de la Universidad de Santiago, mención en marketing, Diplomado en Gestión y Desarrollo de Negoción de la Universidad Mayor.	Gerenta de Finanzas Instacrops, asesora de negocios en programa de emprendimiento	Desde el 2018	Empecé a asesorar emprendedores en el programa mentorías de Simón de Cirene y hasta ahora hago asesorías en el programa Emerge. Además, toda mi vida he estado ligada al mundo del emprendimiento, porque mi madre y mi padre son emprendedores.
09.12.2020 10:20	Participación completa	Sally Rubinger Roitman	Estudié derecho en la Universidad Católica de Perú y después me especialicé con dos diplomados en negocios y gestión de emprendimientos en la Universidad del Desarrollo acá en Chile	Hago algunas consultorías a la oficina comercial de Perú y acá en Chile trabajo en el proyecto Emerge de Simón de Cirene, algunas mentorías y algunos proyectos como el SERNAMEC con asesorías para emprendedoras a lo largo de todo Chile. También hago mentorías para el programa impulsa del banco de Chile y mentoras en el centro de innovación de la universidad católica en áreas sociales, innovación y apoyo a estudiantes que ganan el fondo ayudándoles durante 6 meses.	emprendí hace 15 años mas o menos, y asesorando emprendedores, en el área de asesoría y mentoría como 4 años	Empecé con una empresa de trajes de baño en Perú donde importábamos y comercializábamos en multitiendas
06.01.2021 10:31	Participación completa	Sandra Engel	Ingeniera comercial universidad De Santiago	Tengo mi propia consultora orientada a equipos internos de empresas	Hace 18 años aprox.	Mi primer emprendimiento grande fue junto con mi cuñada, tuvimos una cadena de confitería en los Mall plaza, tuvimos como 8, fue super sacrificado, empezamos como productora y comercializadora y después solo comercializamos, el tema de la chocolatería la cerramos y nos dedicamos solo a vender. Después tuve 3 franquicias de sunrise pero al final era un poco caro y lo transformé en bazar como de escritorio, me tocaba surtirlos yo. Importamos con otra socia café de Colombia, al principio informalmente y después empezamos a vender al Jumbo pero nos pedía para otras regiones y no teníamos la capacidad y pasamos ese emprendimiento a una distribuidora mas grande. Tuve también la representación de unas carreras alemanas como cinco años, tuve tienda, vendía por internet pero el problema es que siempre dependía del tipo de cambio y después subió mucho el euro.

Nombre y apellidos	2. En Chile, el 55% de los microemprendedores operan informalmente. ¿A qué crees que se debe?
Daniela Esperanza Molina Tejada	Yo creo que es súper claro, se debe al nivel de venta. Yo creo que ese 55% debe estar vendiendo entre $100.000 y $300.000, entonces un emprendedor que vende tan poco, cuando tu le dices a un emprendedor "estar formalizado", el emprendedor lo traduce en pagar impuestos y en pagar también un sueldo, y pagar salud, entonces esa pequeña venta que tu no la ves todavía como tener ganancias, tu la ves reducida por el costo de formalizarse, aunque tu le digas que va a haber un beneficio tributario porque después se te va a devolver con la contabilidad personal y todo eso, es un tema súper difícil que el emprendedor entienda. Yo por ejemplo hasta el día de hoy no entiendo como es que no pago impuestos, porque a mi siempre me explican que con mis boletas y con mis ventas el impuesto me queda en cero, y yo no entiendo por qué, porque según mis cálculos en mi empresa, como soy de servicio tengo mas ventas que costos, entonces yo siempre tengo miedo que voy a tener que pagar impuestos porque tengo un sueldo bajo y el contador me dice "no quedaste en cero", entonces lo que se me devolvía como persona de pronto no se me devuelve y el tema es que aun así, con el conocimiento que uno tiene, igual termina por no entender. Entonces, yo imaginándome a una persona informal, con estudios, ni siquiera estoy pensando en una persona informal con solo enseñanza media. La brecha de información es muy grande, entonces yo creo que para esa persona que vende $200.000 no hay un beneficio, no hay incentivo para hacerlo, porque además esa persona sabe que, si esta formal va a tener que pagar IVA, entonces ya significa pagarle a un contador, porque, aunque llenar el formulario es súper fácil, lo desconocido siempre da miedo, y si te sientes inseguro es preferible no hacerlo. Yo siempre les digo "si quieren crecer, van a tener que hacerlo, pero si no están seguros de que se quieren dedicar a esto, si no están seguros de que su negocio es rentable, si todavía no validan el modelo, no lo hagan" porque se pueden meter en un cacho.
Jocelyn Navarro	La poca educación financiera y tributaria que tenemos, en Chile encuentro que la educación estándar, sin hablar de estratos social, creo que es de pésima calidad la formación que se le hace a uno desde pequeño en la educación financiera, la educación tributaria y ni hablar de la educación laboral, hay gente que sale al mundo laboral y no tiene idea de un contrato de trabajo, no entiende una liquidación de sueldo, no sabe por qué le descuentan dinero de AFP, y eso hablando en material laboral, en materia de impuestos la gente no entiende en que se gasta su plata, para que son los impuestos. Hay un montón de desinformación, y eso arraiga en mi opinión el miedo, la ansiedad, no saber si esto va a funcionar, también tiene una cierta desconexión con el estado en el sentido de que la gente no se quiere hacer parte del sistema, porque formalizar implica derechos y obligaciones, mas obligaciones que derechos, y se da esta dicotomía de pensar en que solo tengo que pagar sin recibir un beneficio, es formalizar solo para pagar impuestos para que lo gasten en cualquier cosa y no se ve el beneficio de una estructura tributaria y su aporte al país. siento que se mezcla la ciudadanía, la educación financiera, la educación tributaria, como se entienden los impuestos y para que se usan en el país, entonces yo creo que todo eso es desincentivo a formalizar.
Mirena Garrido Pacheco	Yo creo que se debe, desde una perspectiva muy personal, porque uno emprende muchas veces cuando quieres independizarte, pero es todo un tema, genera un costo al emprendedor, tiene que inscribirse en el SII pero eso implica ciertas cosas, tiene que dar factura, dar boleta, y así como haber puertas, también genera costos, y sobre todo hoy en día que el emprendimiento se basa en redes sociales se presta para ser mas informal, uno trata de hacerle el quite a la formalidad hasta que ya no puede hacerlo más. Tampoco conocemos otra cosa, empezamos vendiendo pan en la casa y le vendimos a los vecino, y nos hicimos más grandes, o vendemos artesanía y empieza a ir bien. Hay muy pocos emprendedores que se formalizan de una, pasan por un periodo de informalidad y cuándo se dan cuenta que tienen un negocio formado, sentado, y desde ahí pasan a la formalidad. No estoy tan clara de una sola razón de informalidad pero por ahí debe ir.
Vivi Rattenbach Lieber	Hace un par de años te podría decir que era la falta de información, pero hoy en día creo que no es así, por mis sesiones con emprendedores se que la información existe pero no todos tienen la preparación desde la comprensión de lectura y otras cosas para entender la información, porque te dicen "haga esto" y tienes siete paginas de procedimiento, para llenar el formulario catorce páginas más, no entendieron las primeras 7, entonces no te puedo decir que no tienen información, pero la información no esta al nivel de toda la gente para que la entiendan, porque seamos sinceros, en Chile no todas las personas tienen acceso a educación, hoy en día muchos emprendedores son gente que con suerte tuvo educación básica o media, pero todas las herramientas que son millones de manuales y procedimientos que no toda la gente puede entender, entonces yo te diría por lo burocrático y la información. Lo otro es que tiene un costo importante asociado que como emprender si me los puedo ahorrar, me los voy a ahorrar, no hay incentivo a formalizar, seria diferente si la formalización fuera gratis y tener años de gracia tributariamente, incentivar al ahorro en vez de generar gastos.
Sally Rubinger Roitman	Se dan demasiadas trabas para poder formalizarse y poder tener cierta estabilidad para poder lograr el nivel de ventas que necesitan y poder solventar el tema de los impuestos que tienen que pagar y poder mantener una cierta rigurosidad en ese tema. Siento que hay mucho papeleo y muchos trámites que hacer, que los frenan y los desmotivas. Siento que en los últimos años como que se ha venido mejorando ese tema pero aun no ha sido suficiente para poder motivar a los emprendedores a poder cada vez mas ser formales. Hay ciertos rubros que cada vez es mas importante la formalización y en mi experiencia como mentora y asesora creo que cada vez mas reconocen que hay áreas, por ejemplo la panadería y la pastelería, que necesitan ciertos permisos sanitarios o formalizarse para poder crecer, como que llegan a un limite en el que se traban y se frena el crecimiento de las ventas por no poder contar con ciertos permisos o licencias o con no estar formalizados, y se quedan con venderle al vecino, el boca a boca, cerca del barrio, pero cuando quieren crecer y entrar a otros niveles, vender a terceros, a panaderías, a empresas mas grandes y formales, ahí se ven frenados.
Sandra Engel	Yo creo que se debe a que su nivel de ventas no justifica el formalizarse, es mas, yo misma recomiendo no formalizarse mientras no puedan o tengan emprendimientos esporádicos, entonces en ese caso no vale la pena, y creo que con la pandemia debió haber crecido mucho. Creo que un emprendimiento con cierto nivel de ventas y no tenga tanta esporaliedad es mejor que se formalice, pero antes no creo que se justifique.

Nombre y apellidos	3. ¿Cuál crees que es la importancia de los registros contables para las MIPES?
Daniela Esperanza Molina Tejada	El negocio tiene que saber si su negocio es rentable, yo siempre que es responsabilidad del emprendedor saber si es rentable o no, porque si es rentable te puedes quedar incluso estancado, pero es rentable, pero si no es rentable tu tienes que detectar lo antes posible cual es el error que hay en tu modelo para que tu puedas hacer los cambios y volverlo rentable incluso con ventas bajas. Cuando yo digo que sea rentable no me refiero a que tenga una ganancia de mas de $500.000, me refiero a que los precios estén bien fijados, que tus productos o servicio tengas un buen margen, que estés considerando todos los costos en el proceso productivo y los costos fijos, de hecho yo tengo un curso que se llama responsabilidad financiera, lo he impartido a mas de 100 emprendedores, es un curso que hago todos los meses y ellos dicen "este curso me sacó la venda de los ojos" porque sabían que algo andaba mal, pero jamás piensan que podrían verlo, porque existe una brecha que leen que es margen, que es punto de equilibrio, pero como no está aplicado, no saben hacerlo paso a paso y nadie los ayuda, porque por lo general son mujeres que tienen hijos mas grandes que tampoco tienen la paciencia entonces al final como que lo evaden, el emprendedor tiende a evadir lo que no le gusta hacer y lo que no sabe, entonces se va generando esta bola de nieve que muchas veces termina por quebrar los negocios porque el precio era muy bajo por ejemplo, esa es una de las principales causas de que los negocios no sean rentables, y yo creo que es porque los precios están mal fijados o están bien fijados pero no se está comunicando el valor, entonces el comprar no termina viendo lo que el vendedor necesita, y el emprendedor termina bajando los precios para que le compren, el cliente le compra, pero no es capaz de pagarse su sueldo, entonces al final no le puede pagar a los proveedores y tampoco el negocio puede crecer, esa yo creo que es la principal razón, el tema de los precios. Y ahí también hay un tema de que el emprendedor no se valora así mismo.
Jocelyn Navarro	Para mi es la piedra angular de cualquier emprendimiento, alguien que maneje un emprendimiento de cualquier índole, si no conoce los números de su negocio esta actuando con una venda en los ojos, es imposible que pueda tomar decisiones consciente sin tener la claridad de los números que esta generando ese negocio, quizás pueda tener el olfato para el negocio, y al ojo les va bien, pero cuando hablamos de un negocio, con una estrategia, con algo claro, la contabilidad es primordial. Saber por ejemplo si dentro de mi estructura de costo tengo alguna fuga de dinero, y no la estoy viendo, es imposible que la vea sin llevar el registro contable, es importante para ser una persona estratégica en los negocios.
Mirena Garrido Pacheco	Totalmente, desde ese orden te lleva a fijar el precio, el segmento objetivo, y te guía para muchas tomas de desiciones, uno las tiene que tomar con información y son los números los que te dan ese dato duro, que no te miente si esta bien sacado y que muestra la realidad del negocio.
Vivi Rattenbach Lieber	Para mi es la base del control, saber dónde estoy parada, es el desde.
Sally Rubinger Roitman	Creo que es importante sobre todo para tener la radiografía completa de donde están parados, en que están , si están o no ganando, pero siento que hay que tener un paso previo que es que conozcan cuanto ganan, cuales son sus costos, y creo que esos son pasos importantes que hay que dar primero, la mayoría de los emprendedores no conocen cuales son sus costos, cuanto ganan, no consideran temas importantes como lo es la mano de obra, entonces no tienen claro cual es su costo, donde están parados, entonces yo creo que hay que partir por ahí y luego trabajar con ellos, que puedan tener un registro de costos, tener un balance, una radiografía completa.
Sandra Engel	Es fundamental, es lo básico, es el ABC, soy una convencida de que las dos grandes cosas que hacen que un emprendimiento funciono o prospere es por un lado tomar el riesgo, atreverse, pero por otro lado tener orden, por ende el registro, tener claridad del margen, no decir simplemente que me quedó plata en el bolsillo, el ABC de un emprendimiento es fundamental, sin eso las probabilidades de éxito son muy bajas.

Nombre y apellidos	4. ¿Cuál crees que es la importancia del cálculo de costos de productos/servicios para las MIPES?
Daniela Esperanza Molina Tejada	El negocio tiene que saber si su negocio es rentable, yo siempre que es responsabilidad del emprendedor saber si es rentable o no, porque si es rentable te puedes quedar incluso estancado, pero es rentable, pero si no es rentable tu tienes que detectar lo antes posible cual es el error que hay en tu modelo para que tu puedas hacer los cambios y volverlo rentable incluso con ventas bajas. Cuando yo digo que sea rentable no me refiero a que tenga una ganancia de mas de $500.000, me refiero a que los precios estén bien fijados, que tus productos o servicio tengas un buen margen, que estés considerando todos los costos en el proceso productivo y los costos fijos, de hecho yo tengo un curso que se llama responsabilidad financiera, lo he impartido a mas de 100 emprendedores, es un curso que hago todos los meses y ellos dicen "este curso me sacó la venda de los ojos" porque sabían que algo andaba mal, pero jamás piensan que podrían verlo, porque existe una brecha que leen que es margen, que es punto de equilibrio, pero como no está aplicado, no saben hacerlo paso a paso y nadie los ayuda, porque por lo general son mujeres que tienen hijos mas grandes que tampoco tienen la paciencia entonces al final como que lo evaden, el emprendedor tiende a evadir lo que no le gusta hacer y lo que no sabe, entonces se va generando esta bola de nieve que muchas veces termina por quebrar los negocios porque el precio era muy bajo por ejemplo, esa es una de las principales causas de que los negocios no sean rentables, y yo creo que es porque los precios están mal fijados o están bien fijados pero no se está comunicando el valor, entonces el comprar no termina viendo lo que el vendedor necesita, y el emprendedor termina bajando los precios para que le compren, el cliente le compra, pero no es capaz de pagarse su sueldo, entonces al final no le puede pagar a los proveedores y tampoco el negocio puede crecer, esa yo creo que es la principal razón, el tema de los precios. Y ahí también hay un tema de que el emprendedor no se valora así mismo.
Jocelyn Navarro	Altísima, en el sentido de que va a servir par evaluar el negocio, para identificar si es que el precio que esta cobrando alcanza para llegar a ese margen que busca, quizás en algún punto puedo evaluar que el negocio no me esta rentando, entonces evaluar los números, los costos, se hace un bien necesario para poder desarrollar bien un negocio, identificar si mi materia prima esta acorte o si la fuga de dinero tienes que ver con algo administrativo y tengo que hacer un cambio que impacte en esa estrategia e ir evaluando, entonces para mi el tema de los numero es primordial en todo ámbito, a nivel de estructura de costos, de inventario, de precios, de márgenes, de proyecciones, de impuestos, son la base de todo.
Mirena Garrido Pacheco	Es clave, el orden financiero tiene que tenerlo, saber cuanto le cuestan las cosas, cuanto cuesta creer el producto, diseñarlo, o entregar el servicio, es clave para llevar un negocio, ahí yo creo que de los mayores errores de los emprendedores es eso, lo típico es que si compran un metro de tela en mil pesos lo venden en dos, lo doblan, entonces de los mayores errores de los emprendedores son los costos, poder calcular cuanto les cuesta elaborar el producto o servicio pero cuando esté listo, todo lo que involucra el que esté listo para la entrega, eso es clave para un negocio, el costo y el orden financiero.
Vivi Rattenbach Lieber	Hay gente que vendía cosas y nunca había costeado cuanto le salía, entonces vendía y ponía incluso plata encima para vender, entonces una excelente idea, un exente proyecto, una excelente iniciativa que puede tener mucho futuro, si no te sientas a hacer lo básico que es costear cuanto sale para poder venderlo, me puede matar la partida del emprendimiento, entonces lo primero es saber donde estoy y saber cuanto me sale vender algo.
Sally Rubinger Roitman	Que sepan donde están parados, que sepan cuanto gastan al producir sus productos o sus servicios, que sepan y consideren.su mano de obra, porque no la consideran en la mayoría de los casos, por tal vez no querer cargar mas costos de su emprendimiento, conocer bien la segmentación de su negocio, que puedan poner bien el precio y saber que no solo el segmento cercano, sus vecinos, sus conocidos, sino que hay otro tipo de segmento que pueden agotar con otro nivel de precio, que pueden considerar otros costos y cargarlos para poder tener una foto real del producto o servicio que están elaborando, siento que es muy importante tener claro lo que están haciendo, porque yo diría que un 60% no lo tiene claro y están perdiendo plata, entonces como para poder lograr que ganen dinero es vital saber los costos.
Sandra Engel	Muy importante, es básico que calculen sus costos para poner precios, calcular margen, incluyendo tanto los costos de mano de obra que cuesta mucho, les cuesta a todos, uno lo diseña pero es muy difícil calcular la mano de obra, calcular los costos variables, los fijos, incluir costos fijos que muchas veces se los quitamos a la casa o se los quitamos al marido o al vecino o a nosotros mismos de nuestros otros trabajos, incluir todos esos costos es vital para tener claridad de nuestro negocio y no engañarse, porque muchas veces los emprendedores se engañan, entonces no consideran costos de transporte, luz, agua, gas, la mano de obra, entonces creen que están ganando mucho pero en realidad la utilidad no es muy alta, entonces el tener claro el costo es básico.

Nombre y apellidos	5. ¿Crees que sería útil un manual de registros contables y costos para microemprendedores informales? ¿Por qué?
Daniela Esperanza Molina Tejada	Yo creo que toda la información es necesaria, el tema es como se entrega, el formato, porque la información esta, hoy día google te entrega toda la información y yo creo que ya hay guías, esta todo ahí, yo ahora por ejemplo estoy armando algo para los informales sobre la formalización, y hay guías paso a paso con toda la información, entonces yo me pregunto por qué me están pagando a mi para que haga algo si la información ya esta, entonces como que la información está pero no en el idioma del usuario, ni siquiera en el idioma de las empresas que lo imparten, entonces necesitan a alguien que traduzca esto a lenguaje emprendedor. Además, también tiene que ser algo súper aplicado y también tiene que ser por clúster de negocio, no es lo mismo llevar la contabilidad de una empresa de jardines que para una pastelera o un taller de costura, bueno pastelería y costura quizás si conversen, porque igual es manufactura, pero no así una peluquería.; Cuando ya empiezan a mezclar productos y servicios o por ejemplo el que distribuye, que no produce, que revende, ahí ya tienes tres líneas. De hecho, en el curso que tengo, yo los meto a los tres en la misma sala, pero hay ejercicios para todos y también planillas de Excel para cada uno, porque el final el que produce, el que va a fabricar desde la materia prima, va a tener mas trabajo en el tema del costeo, el que entrega servicio es mas fácil y el que comercializa el único costo que le suma es el packaging porque el costeo ya viene hecho.
Jocelyn Navarro	Si y no, no porque un manual puede dar a entender que no va a ser necesario un contador y en ese soy tajante, puede ser que alguien entienda y lo pueda desarrollar, pero no todas las personas tienen las herramientas o las capacidades para llevar una contabilidad, que exista un manual esta perfecto siempre y cuando eso te ayude a tener mas herramientas para entender la contabilidad, pero la contabilidad debe ser llevada por un profesional contable. y por que si, porque mientras mas herramientas uno le de al emprendedor para que entienda los números, mejor, entonces si me imagino un manual de registro contable, me lo imagino como un Home, una portada, que exista un glosario que diga que es activo, que es un pasivo, que es un costo fijo, un costo variable o un glosario para que se entienda. que muestre una estructura financiera y a mi me gustan mucho los planes de cuenta, y son de mucha ayuda, para un manual de gastos estaría perfecto. Mantener una visión general de los gastos ayudaría a visualizar irregularidades mensuales, y poder revisar fácilmente los registros. Viendo en lo que se gasta la plata es la única manera de poder hacer algo al respecto.
Mirena Garrido Pacheco	Yo creo que seria útil en la medida que sea un manual practico, no solo teoría, porque hoy en día te metes a google y puedes encontrar de todo, pero si fuera un manual practico, fácil de leer, con muchos ejercicios y ejemplos atinente a ellos, de varios rubros. Uno busco lo practico, que no sea una tremenda Biblio y sea fácil de llevar, siempre digo que los manuales deberían caber en una cartera, que los puedas llevar siempre, son los tips, preguntas frecuentes.
Vivi Rattenbach Lieber	Tengo sentimientos encontrados, porque si lo pienso para emprendedores que he acompañado, para un gran porcentaje te diría que si, seria increíble, pero para otro porcentaje me pasa que no se si van a poder usarlo y volvemos al origen, pasa que hay gente que no tiene la preparación, la gente que tiene menor preparación y necesita mayor apoyo antes del primer paso, se va a quedar cojo antes de poder abrir el manual, entonces creo que seria super útil pero pensar en niveles de manual, uno que sea resumido de pocas paginas y otro que de verdad sea el manual.
Sally Rubinger Roitman	Ayudaría muchísimo que ellos puedan tener todo registrado y poder tener claro el panorama de su emprendimiento y saber realmente si es que ganan o si es que pierde, y si es que pierden poder reformular eso y poder saber hacia donde van, tal vez si están apuntando mal al segmento, quizás sus costos fijos son demasiado altos, tal vez tienen que buscar otros proveedores o ver que medidas tienen que tomar para poder tener utilidades, para poder ganar dinero y no trabajar por trabajar como les pasa a muchos, que van sobre la rueda pero en el fondo no saben si están ganando o están perdiendo, o donde están parados.
Sandra Engel	Yo creo, conociendo a los emprendedores, que seria super bueno pero que sea una sola plana, corto, concreto, conciso. Los emprendedores en general no le dedican mucho tiempo al estudio, no le dan mucha vuelta, entre que no tenemos tiempo o es medio cómodo el emprendedor, yo creo que es muy importante pero tiene que ser muy lúdico, muy corto y al grano, nada de explayarse en el por qué, la filosofía que hay detrás, no, tiene que ser casi como un manual que puedan tener pegado en un lugar, el ABC del costeo, los números, los registros, si a mi me entregan un manual de 30 hojas, yo misma no lo leería, entonces podría ser un decálogo que vaya acompañado de un manual que si necesitan tal cosa dirigirse a tal pagina.

Nombre y apellidos	6. ¿Crees que la existencia de un manual de registros contables y costos puede aportar a la disminución de los niveles de informalidad de los microemprendimientos chilenos? ¿Por qué?
Daniela Esperanza Molina Tejada	Hoy en día es todo electrónico, todo queda en la nube del servicio de impuestos internos, y el contador es quien accede a esa información y hace la contabilidad, pero hoy el registro contable ya no se lleva de la misma forma. Yo creo que facilitaría el proceso, pero no seria un incentivo, no creo que la gente diga que ahora con esto si me formalizo, yo creo que la gente encuentra ese obstáculo después de formalizarse. Es como que decidí formalizarme, me fui a formalizar, ahora tengo que hacer todos estos registros, y ahí recién se dan cuenta de que están al debe, pero no creo que la gente diga que no se va a formalizar porque no quiere llevar la contabilidad. Yo en verdad creo que el tema de la formalización se da por eso, porque venden poco.; Si venden tan poco no es necesario, yo me lo cuestiono, si yo vendiera galletas y vendo $100.000 o $200.000 al mes, no pensaría en formalizarme, a no ser que quiera venderles a las empresas, que quiera vender en una tienda, como que el mismo mercado me lo empiece a seguir, ahí es cuando el emprendedor cree tener mas oportunidades por la formalización. Entonces yo creo que eso va a pasar en la medida que el negocio crezca en ventas.
Jocelyn Navarro	Puede ser que si, pero si englobamos a todas las personas informales, hay un grupo informal que representa a los que no saben como calcular costos, como identificar la estructura financiera de un negocio, si tu le das esa herramienta a esas personas quizás se den cuenta que es rentable y formalicen, pero creo que del 100% de los que están informal, no todos es por el mismo motivo, creo que hay un grupo importante que no están interesados en pagar impuestos y prefieren mantenerse así, como hay otros que están informales por desinformación, por ende, quizás si pueda ayudar pero a un grupo acotado de personas que por no saber y por no arriesgarse no lo hacen. Al final las decisiones que toma una persona es donde le aprieta el zapato, si esa persona a futuro quiere ir a un banco y pedir un crédito, no le va a resultar, porque lamentablemente solo somos numero a evaluar para los bancos, si no puede acreditar ingresos el proceso termina ahí. Finalmente, la gente que formaliza lo hace exclusivamente porque quiere comprarse una casa y no ir al banco a dar la hora, los tramites bancarios necesitan acreditar sus ingresos. Si servirá el manual de gastos, de todas maneras, va a incentivar que todos formalicen, no.
Mirena Garrido Pacheco	No se, si yo tengo un manual que me ayude a llevar mi negocio, no se si me va a hacer gatillar tomar la decisión de ser formal o informal, porque en el fondo yo creo que tiene que ser algo mas, el manual tendría que entregarme otra visión mas allá del numero, porque en primera instancia me ayuda a ver si esta bien o mal mi negocio y tomas algunas desiciones entendiendo los números, pero también el manual debería ser capaz de darme a entender de las ventajas de lo que significa ser formal, porque no se si una decisión de orden de números me ayudaría a ser formal, me ayuda a que el negocio sea mejor, tenga mayor utilidad, en la fijación de precios, un orden financiero, pro que me decida a raid de eso a ser formal creo que no.
Vivi Rattenbach Lieber	No, porque si yo soy emprendedor no me va a disminuir costos por formalizarme, no me va a facilitar formalizarme, es mas, incluso si soy super categórica al contrario, me va incluso a mostrar mas cruda la realidad de que le sigo sumando costos a mi negocio. cuando yo trabajaba costos con emprendedores que cachaban un poquito mas con temas como patentes, temas de si tuve que tomar un contador, la facturación electrónica, todo eso tratamos bajarlo como costo y prorratearlo en un año es super ácido, si formalizarlo también voy a tener que bajarlo a costo super acido al final tener este manual y formalizarme me va a implicar una linea mas de costo, entonces no creo que tenga relación directa en que me ayude o fomente formalizarte pero si el éxito y el control, a eso equivale una herramienta así.
Sally Rubinger Roitman	Totalmente, porque teniendo la película clara y sabiendo si ganan o pierden también un paso importante para ellos formalizarse y poder serlo sabiendo donde están parados, conscientes de que cada mes van a tener que pagar impuestos, tener las cuentas mucho mas claras para poder crecer y también frena eso, no tener la foto clara es no tener las proyecciones y los emprendedores van sobre la marcha, sin metas muy claras ya sean a corto, mediano o largo plazo pero como que en el fondo se ve de que muy pocos se atreven, en general tienen miedo a hacer proyecciones porque no saben si ganan.
Sandra Engel	Yo cero que si, porque en la medida que se ordenen, registren los costos, también van a tener mas probabilidades de optar a fondos, o ver micro crédito, o pedir un crédito, pero en la medida que tengan el orden claro, por ese lado no les van a dar nada. En la medida que tengan este manual, se ordenen y registren van a tener mas claro si su negocio es viable o no, porque hay cosas que puedan morir antes, pero de todas formas iban a morir, y los que no van a morir es probable que se potencien. Definitivamente ayudaría en la segunda vuelta a la formalidad.

Nombre y apellidos	7. ¿Conoces algún manual de registros contables y contabilidad de costos para emprendedores?
Daniela Esperanza Molina Tejada	no
Jocelyn Navarro	sí
Mirena Garrido Pacheco	no
Vivi Rattenbach Lieber	no
Sally Rubinger Roitman	no
Sandra Engel	no

Nombre y apellidos	8. Especifique el nombre de el/los manual/es que conoce y, de forma resumida, cuéntame qué te pareció.
Jocelyn Navarro	El manual de plan de cuentas del servicio de impuestos internos. describe cada cuenta, como se abona, el saldo deudor, etc., eso por cada una de las cuentas tipo que en general cualquier empresa podría tener, banco, proveedores, clientes. En general es una súper buena herramienta para alguien que no tiene mucha noción, pero si conocimientos básicos. lo que si es una herramienta para contables, no para emprendedores que los ayude a aterrizar su estructura o ver los números.

Nombre y apellidos	9. Si tuvieras que confeccionar un manual de registros contables y costos para microemprendedores informales, ¿qué temáticas incluirías?
Daniela Esperanza Molina Tejada	Yo haría al contrario de todo y pondría muy poca teoría porque el emprendedor en su mayoría se aburre con la lectura tan de libro y no la entiende entonces abandona antes de intentarlo. Yo haría algo muy caso a caso, como caso 1 la pastelería de no se quien, bueno yo soy amante de los casos, juanita cuando creo su pastelería, igual a un storytelling, todo iba muy bien pero después drama, entonces decidió que tenia que hacer "esto". Cuando la emprendedora lee el caso dice "ah! Me esta pasando lo mismo", entonces como que conecta con la historia y empieza a ser consiente de la historia del otro, cuales son los defectos que tiene, los que hay que trabajar, entonces, primero caso, reflexión ¿Qué esta cometiendo juanita?, y después me iría con un inténtalo tu mismo y después una solución paso a paso pero muy como de la mano, tipo paso 1 ver como son las ventas, que las ventas son precio por la cantidad, entonces como bien explicado, como calcularlo si tienes tantos productos, en el caso de los minimarkets la importancia del punto de venta, de ahí mismo el tema del precio porque la idea e aumentar las ventas, cuando tu te das cuentas que las ventas son una multiplicación yo siempre pregunto y me dicen que es una suma, que cada vez que venden algo lo van sumando y les cuesta montón entender que es una multiplicación, entonces cuando digo que es una multiplicación empiezan a decir que multiplican los costos, los precios, todo al azar, pero cuando ya entienden que es precio por cantidad se dan cuenta que la única forma de vender mas es subir los precios o subo la cantidad, no hay de otra, si yo bajo los costos no me va a aumentar ese resultado. Bueno desde ahí también los costos, la clasificación de los costos, cuales son los fijos, cuales son los variables, estrategia de precios, como armar tu estrategia de precios, costeo variable es harto ejercicio, porque si vas a hacer un manual igual tiene que tener peso entonces ahí podrías tirar muchos casos, muchos ejercicios, casi que taller de costura 3 prendas, como costear una polera, un polerón y una falda, si la costurera hace esos ejercicios va a poder costear el 70% de sus productos, la pastelera lo mismo, entonces la torta, el pie de limón y los cuchiflí, también con harta tabla, quizás llevar esto a Excel, como automatizar tus tablas, no se si tablas dinámicas pero una sencilla. Yo creo que el costeo esta muy asociado al Excel, porque la idea es poder facilitar la vida entonces el emprendedor tampoco tiene tiempo de andar haciendo las cosas a mano. Bueno el margen, como subir el margen, como tener buen margen, que hacer si tengo mal margen, entendiendo que el margen va a cambiar dependiendo de cuantas personas intervengan en tu producto o servicio, porque si tu haces todo de cero vas a tener mas margen pero eso no significa que una persona que revende no pueda ganar harto. Y en costos fijos también el sueldo del emprendedor, es importante, porque hay dos cosas que diferenciar, el sueldo del emprendedor es fijo, el sueldo no va en el costeo del producto, así lo veo yo, cuando tu fijas el precio, la mano de obra tiene que ir en la juguera para saber cuanto voy a cobrar, pero en el costeo el emprendedor no debería cobrar por unidad, el emprendedor tiene que cobrar fijo porque el tiene un presupuesto familiar que tiene que pagar a fin de mes, entonces su sueldo no puede ser variable creo yo, una vez que tu ya ganaste un desde que te permite pagar tu casa, el colegio, todo, o lo que te corresponda en el caso de que haya otra persona que aporte en la casa, ahí tu ya puedes tener quizás unas bandas variables para saber cuando vas a ganar mas o menos, pero también es importante que el emprendedor entienda que no todo lo que gana es su sueldo porque el negocio también necesita acumular ganancia, porque si no lo hace y el día de mañana al negocio le toca pagar un parte o se le rompe una maquina, el emprendedor piensa que lo tiene que pagar de su sueldo y no es así, tu te pagar un sueldo que tiene que corresponder a las horas que tu dedicaste al negocio y todo lo demás no te corresponde, debieras guardarlo, para crecer, o sino va a estar constantemente en el punto de equilibrio y no vas a hacer crecer tu negocio. Ahí también es importante el tema de separar las cajas y separar el IVA, porque yo por ejemplo les digo que todo el costeo lo hagan sin IVA porque la mayoría de mis alumnos no están formales, pero es importante que entiendan que el IVA no es suyo.
Jocelyn Navarro	Si o si una introducción a por qué se hace lo que se hace, por que es necesario conocer los números, los beneficios que obtendrá de ver los números, que quizás para contables es muy claro, pero para otra persona no, ese aterrizaje es muy necesario, por que estoy contando cuanto llevo gastado. ; Un glosario.; Hacer la distinción de cuentas para personas que prestan servicio y personas que ofrecen productos, es una estructura similar pero no la misma y el costeo cambia.; Que cada gasto tenga su descripción, por ejemplo, si tengo un ítem movilización, que diga por qué yo voy a utilizar ese ítem para clasificar esa compra, porque se da regularmente en contabilidad en todo nivel que tiene que estar muy clara la descripción del gasto para que esa persona que no es contable sepa que gastos, o facturas, o comprobantes, clasifican ahí y no crear una cuenta que se llame gastos varios. Lo importante de un manual es que tenga una descripción súper clara, así es imposible que se equivoquen en clasificar mal un gasto. ; Y una planilla de resumen donde la persona pueda ingresar los gastos, categorizarlo y luego arroje un resumen, que muestre a la persona como se están estructurando sus gastos.
Mirena Garrido Pacheco	Yo siempre apelo a hablar al tiro de costos, variables y fijos, como definición si o si, estados de resultados, flujo de caja, el banco quizás no, el como registra, la regla de 3. No un estado de resultados básicos, hablemos costos directos, de margen de contribución, hablemos de GAV, con la terminología, independiente que no paguen impuestos. Hablar de fijación de precios y todo pensando en que los emprendedores tienen que evolucionar, el dos que paguen impuestos tienen que saber de ello y que sea nivel uno no sirve, tanto de IVA, de renta, los formularios, aunque no lo ocupen en el momento tienen que estar informados. También tiene que haber un capitulo de reflexión de las bondades de formalizar, de lo bueno que es entregar facturas, abrirse a otros negocios y en cierta forma guiarlos a la formalidad y a crecer. Y en cuanto a los ejemplos que sean variados, de varios rubros, de las tendencias, hablar solo las ventas no solo como matemática sino que mostrar que toda la gestión del negocio está unida, que si lleva una buena gestión de costos lleva a una fijación de precios adecuadas y desde ahí categorizar clientes, etc.
Vivi Rattenbach Lieber	Primero pensaría en el de alcance general, exagerando, que el que no sabe sumar pudiese también usarlo, entonces para mi yo explicaría que es una materia prima, lo que es mano de obra, lo que son costos fijos, costos variables, explicaría cinco definiciones en base a eso tratar de orientar a esa persona en solo mostrarle cuanto le sale su producto, eso seria la parte costeo y lo otro que trataría de hacer es que entendieran, en alguna parte un resultado básico, que seria en el fondo lo que yo vendí menos lo que me costó es lo que yo gano y el precio de venta versus el costo del producto es mi utilidad, seria casi eso, serian unos cuantos términos en un par de paginas, y obviamente con las definiciones de cada término.
Sally Rubinger Roitman	Tal vez señalar claramente los costos que deban considerar, fijos, variables, que incluían la mano de obra dentro de sus costos, las utilidades, los márgenes de ganancia, eso básicamente.
Sandra Engel	Primero el que incluyen los costos, que hay dentro de los costos, el manual debería tener principiante y avanzado, porque obviamente hay personas que tu les hablas de costos fijos y ya lo saben, capaz que una parte sea el básico y en otra al intermedio o avanzado, y en el básico explicar todo, unificar vocabulario, luego también incluir temas del por qué de la importancia de conocer los costos y la mano de obra, eso como en la parte básica pero super lúdico. Después en una mas avanzado explicar el margen por producto, incluir mas temas, pero si también hablar un poco de los márgenes, que no hay ideal, pero deben explotarlo, que algunos productos tienen mejor margen, que incluya todo eso, pero lo que para mi seria importante es que haya este decálogo ABC, que tal vez este asociado a videos para que se pueda ver y que este asociado a un manual mas grueso.

Nombre y apellidos	10. ¿Qué características crees que debe tener un manual de registros contables y costos para microemprendedores informales?
Daniela Esperanza Molina Tejada	El lenguaje tiene que ser lo más simplificado posible, un lenguaje para emprendedores, lo que mas pondría son casos, situaciones de casos reales o lo mas cercano posible, reflexiones al respecto y una guía paso a paso de como aplicar en el propio negocio la problemática expuesta en el caso.
Jocelyn Navarro	Lo más amigable y simple posible, limpio, que sea descriptivo, una planilla maestra, con colores claros, máximo 3 colores porque mucho color confunde, con una definición de cada color. Un lenguaje simple, sin tecnicismos porque los emprendedores pueden ser muy formados o no tener idea, no sirve que tenga tanto tecnicismo, y si lo incluye debe ir incorporado en un glosario.
Mirena Garrido Pacheco	Que sea un porte adecuado, con hartos colores, una gráfica atractiva, un vocabulario cercano, que no tenga solo texto, que hayan cuadros, bajadas, pero que no sea desordenado, con un indice para que sea fácil de buscar, que ojalá los capitulos siempre empiecen con una pregunta, o cuales son las preguntas que podría responder el capitulo, resoluciones de problemas a la vanguardia de los emprendimientos que hay hoy en día, quizás con casos para que se entiendan mejor con las respuestas, atrás con un glosario con los términos, una fotografía atractiva, que sea entretenido de leer, puede ser muy bueno pero muchas veces son una lata, y en general el emprendedor no tiene tiempo de estar leyendo para encontrar la información, así que tiene que ser fácil de encontrar con un indice muy fácil y claro, desde las primeras dudas que a los propios emprendedores les surgen, los problemas que ellos mismos puedan tener, pero que el indice sea muy explicito cosa que si necesitan una información en particular no sea necesario leer todo el capitulo.
Vivi Rattenbach Lieber	Poco texto, lo preferiría mas como cuadro que como texto, siempre con ejemplos de números super simples diferentes al 100 porque mucha gente con desconocimiento si ven un 100 piensa de inmediato en porcentaje, descripciones en lenguaje básico y corto de los conceptos.; En el mas desarrollado incluiría un modulo de costos, pero lo vería como capítulos, donde quizás mantendría uniformidad en relación a lo básico pero con mas detalle para tener el tema formal, usaría cuadro, siempre que este asociado a números aplica mas el cuadro. Si es una persona mas preparada no pondría mucho ejemplo, uno máximo en las situaciones un poco mas en detalle, definiciones en dos palabras y me preocuparía en que no sea un testamento, pensando que el emprendedor pasa haciendo mil cosas, el es todo, entonces no se va a dar la lata de leer un libro eterno. Lo otro que me gustaría es que junto con el manual de como hacerlo incluir donde llevar los registros, ir con todo el tema mas contable que es un poco mas difícil, meter costos en contabilidad es algo más aspiracional.
Sally Rubinger Roitman	Yo haría un diseño muy simple, muy básico, muy dirigido al emprendedor, ojalá con algún ejemplo claro de como hacerlo porque n todo el mundo cuenta con un contador o una persona externa que los ayude en eso y la mayoría no tiene conocimientos contables. Utilizando un vocabulario sencillo y claro para ellos teniendo en cuenta que la mayoría no cuenta con estudios, que la mayoría solo llegaron a la enseñanza media, entonces tiene que ser algo muy simple que llegue directo al emprendedor y ojalá con algún ejemplo de como llenarlo antes de cada sección, algo muy simplificado.
Sandra Engel	Lenguaje muy cercano, de tu, de nosotros, con un vocabulario simple, no complicarlo con la tercera persona, pero no por eso malo, no mucho colorido, definir dos o tres colores y ojalá no mantenerlo en el rojo y el azul. Si seria bueno asociar al manual un par de ejercicios que están internet, no necesariamente parte del manual, me lo imaginaba que podría ser como una aplicación o algo que me lleve a ejercicios de la parte productiva, de la parte gastronómica, que sean de una empresa que vende mas de un millón al mes, como tipos de ejercicios de acuerdo al tipo de emprendimiento, que si yo hago pasteles no me salga un calculo de la costurera, o si soy masajista que tenga que calcular lo del pastelero porque me va a costar mucho y me termina por enredar, entonces lo que pasa aveces que los emprendedores se angustian o se asustan con los ejercicios, no abrumar al emprendedor. Mas que palabras usaría cuadros, que sea visualmente atractivo.

Nombre y apellidos	11. Considerando la creación de un manual de registros contables y costos para microemprendedores informales, ¿crees que es necesario recordar/reforzar conocimientos matemáticos como las divisiones, las fracciones y las proporciones?
Daniela Esperanza Molina Tejada	Depende del nivel del usuario, quizás una persona con mas estudios se le va a hacer mas fácil, pero la persona con menos educación no necesariamente es la que le va a costar mas llevar el costeo de sus productos, porque he trabajado con emprendedores que son los más vulnerables como con profesionales de áreas que no van por las matemáticas y son tercos, entonces yo creo que no va por los estudios, va por cualquier razón así que no lo sesgaría solamente al tema de la vulnerabilidad, creo que hay personas con mayor o menor vulnerabilidad y aquellos que no trabajan la habilidad que se les atrofia y la pierden, entonces lo que tiene que tener el manual es que sea practico, muy paso a paso, que el emprendedor primera tenga que repetir y repetir, y guiar, y después ver la pauta para poder ver como aplicarlo a su negocio, o sino se le va a hacer súper difícil. El tema de las proporciones yo igual lo enseño por el margen, yo lo enseño todo en fácil, pero le explico que el 100% es la torta, y esta el margen para que lo visualicen de forma grafica, pero a la hora de calcularlo no enseño la regla de 3, les muestro solo la ecuación, porque si les tengo que enseñar la razón proporcional pierdo la mitad del tiempo, entre mas fácil, mejor.
Jocelyn Navarro	Podría ser pero muy resumido, como si quiero proyectar el 2021 y aun no lo hago, como hacerlo para mas o menos hacerlo en relación a los números que tuve, ahí seria importante hablar de promedio, estacionalidad, si por ejemplo el producto tiene boom de venta, tengo que conocer a cabalidad mi producto y cuando podría irle bien. si dependo del mercado exterior, y dependo de la importación, de que no se retrase, todas esas variables tienen que estar claras cuando evaluó un negocio, por ende el tema numero tiene que ser básico, que sepan sacar porcentaje, un promedio, pero nada tampoco tan técnico, con mi experiencia se que hay gente que se bloquean con las matemáticas y delega, entonces, la idea de explicar en una pagina temas de promedio, proporción, quizás por ahí un indicador muy simple para llegar quizás al punto de equilibrio pero cosas muy simples con la formula ya hecha.; Pensar en el VAN, es un nivel superior y la gente no lo va a ver, que sea algo que les sirva y sea súper fácil de entender porque un manual no sabe hasta donde puede legar y puede llegar a manos de una persona muy capacitada y lo encuentre fácil como hay gente que lo va a estudiar, lo leerá y recién entender la relación de los números, por eso tiene que ser simple y amigable, paso a paso, click aquí, si tiene excel todo bloqueado menos donde realmente corresponda, etc.
Mirena Garrido Pacheco	Yo creo que si porque quizás es para muy micro pero tampoco darle tanta importancia, porque igual se puede buscar en google, podría ser un capitulo no tan básico como la suma, pero si proporciones, regla de 3, con ejemplos muy básicos porque hay ciertos conceptos que uno no puede dar por obvio pero de todas formas no es el objetivo del manual hacer un reforzamiento matemático. Si yo soy emprendedor y no entiendo puede que busque por otro lado pero el manual no te va a enseñar a hacer la operación, no me iría por ese lado tan profundo, quizás los ejemplos deberían ir detallados, con todos los pasos y atrás explicado un poco pero no quedarse con la matemática que para nosotros es obvio pero no lo es para todo el mundo.
Vivi Rattenbach Lieber	Si, de todas maneras
Sally Rubinger Roitman	Si, por mi experiencia en los cursos que damos a emprendedores sobre los costos, yo creo que es muy importante enseñar cosas como la regla de 3, las fracciones, y como conceptos básicos matemáticos que no los tienen, entonces por eso creo que seria de mucha ayuda los ejemplos prácticos antes de las secciones que tenga este manual, y bueno con un reforzamiento seria mucho mejor.
Sandra Engel	De todas maneras, si hasta yo aveces me enredo con márgenes para arriba, márgenes para abajo, de todas maneras poner ese tipo como de ejercicios e ideas. Si quieres practicar los márgenes, los porcentajes, tener ese espacio. Poner alguna formulas de excel, que solucionan y simplifican mucho el trabajo, pero también dirigirlos a cálculos más automáticos y también darle ideas de como poner los registros, pero quizás dirigirlos a ciertas paginas, porque creo que uno no tiene que inventar la rueda, lo que se busca es simplificar la vida al emprendedor, llegar al resultado sin tener que buscar dos horas por internet, porque las cosas ya están escritas, es cosa de juntarlas.

Anexo M. Respuestas al cuestionario online para emprendedores/as

Fecha y hora	Estado de la participación	1. Escribe tu nombre compleo	2. ¿Hace cuánto tiempo que emprendiste? (años)
15.02.2021 19:27	Participación completa	Carla Nicol Gallardo Antillanca	7
15.02.2021 19:31	Participación completa	Mercedes del Carmen Henriquez Burgos	1
15.02.2021 20:27	Participación completa	Susana Angelica hidalgo carle	5
15.02.2021 21:00	Participación completa	Jennifer Nicole Loaiza Brito	1
15.02.2021 22:09	Participación completa	Fabián murga rojas	5
17.02.2021 21:35	Participación completa	Marcela Alejandra Macaya Sáez	15

1. Escribe tu nombre compleo	3. ¿En qué consiste tu emprendimiento?	Rubro	4. ¿Cuánto vendes, normalmente, en un mes?	Venta anual	Tramo de ventas
Carla Nicol Gallardo Antillanca	Elaboración de alfajores premium decorados	Elaboración de comida	$ 300.000	$ 3.600.000	Igual o menos de $300.000
Mercedes del Carmen Henriquez Burgos	En Decoraciones textiles para el hogar	Manifactura textil hogar	$ 400.000	$ 4.800.000	Entre $300.001 y $500.000
Susana Angelica hidalgo carle	Carpintería en pallet	Carpintería	$ 300.000	$ 3.600.000	Igual o menos de $300.000
Jennifer Nicole Loaiza Brito	Venta de Joyas de Plata	Comercio	$ 3.000.000	$ 36.000.000	Más de $800.000
Fabián murga rojas	Diseño y confección de ropa exclusiva (masculina)	Manifactura textil vestuario	$ 550.000	$ 6.600.000	Entre $500.001 y $800.000
Marcela Alejandra Macaya Sáez	He tenido muchos emprendimientos: oficina contable, almacén de barrio, floristería y arte floral, tienda online de vestuario y artículos decorativos, consultora educativa y medioambiental, academia educativa y networker	Servicios de consutoría	$ 700.000	$ 8.400.000	Entre $500.001 y $800.000

1. Escribe tu nombre compleo	5. ¿Te has capacitado o asesorado en herramientas de gestión y administración de negocios dentro de los últimos 5 años?	6. ¿Cuentas con un registro contable para tu emprendimiento?	8. ¿Para qué te ha servido tener registro de tus gastos y ventas?	9. Tu emprendimiento, ¿está formalizado?	10. ¿Por qué no te has formalizado?	11. ¿Qué te motivó a formalizar tu negocio?	12. ¿Calculas el costo de tus productos y/o servicios?	14. ¿Para qué te ha servido calcular el costo de tus productos y/o servicios?
Carla Nicol Gallardo Antillanca	sí	sí	Para llevar un detalle de los ingresos y gastos, para sacar el estado de resultado cada y mes, y tener mejor visualización de los meses que más venta hay y donde hay que poner más énfasis	sí		El primer millón ; Una venta de $1.500.000.-	sí	Para saber si mi producto es rentable, cuál es más el rentable, donde debo poner más ojo para disminuir el costo y si mi utilidad está acorde al trabajo que realizo
Mercedes del Carmen Henriquez Burgos	sí	sí	Para tener en ordentodo, saber mi real gasto y por ende saber mi margen de ganancia ; Además que me sirve para saber cuanto debo pedir por x producto. ; Saber que producto me genera mas dinero y cual menos	no	Por que estoy esperando ganarme un Sercotec donde es requisito formalizarte al finalizar el curso y así tener acceso al financiamiento		sí	Para ver mi margen de ganancia de cada producto y así saber cual me es más conveniente seguir produciendo.
Susana Angelica hidalgo carle	sí	sí	Para ordenar mis finanzas, manejar de mejor manera mi negocio	no	Por ahora no me interesa		sí	Así puedo estructurar, pagarme un sueldo y que mi emprendimiento tenga solvencia
Jennifer Nicole Loaiza Brito	no	sí	Sí, para saber cómo van los ingresos, gastos y ganancias de cada mes	no	No quiero pagar impuestos		sí	Para colocar los precios
Fabián murga rojas	sí	sí	Para saber cuánto me queda libre mensualmente	sí		se me abrieron nuevas puertas y tuve que hacerlo	sí	Para saber con qué producto tengo mejor ganancia
Marcela Alejandra Macaya Sáez	sí	sí	Poder controlar mis ingresos y egresos para determinar inversiones y pagos.	sí		Estar formalizado le da el valor legal que requiere una empresa que aspira a crecer en el tiempo, da seriedad, seguridad, formalidad, y permite optar a financiamientos si es que lo requerimos. Incluso permite optar a más clientes y segmentos de clientes.	sí	Para determinar el valor de mis productos y servicios. Encontrar el margen de utilidad y competir en mi mercado con mejores posibilidades.

1. Escribe tu nombre compleo	15. Del siguiente listado de gastos, ¿cuáles consideraría usted para calcular el costo de un jeans?	Tela	Sueldo de la/el consturera/o	Tijeras	Maquina de coser	Cierre	Botones	Luz	Delantal de la/el consturera/o	Desgaste por uso de la máquina de coser	Empaque	Etiqueta	Reconocimiento de MP	Reconocimiento de MO	Reconocimiento de CF
Carla Nicol Gallardo Antillanca		1	1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1
Mercedes del Carmen Henriquez Burgos		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Susana Angelica hidalgo carle		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Jennifer Nicole Loaiza Brito		1				1	1						0	0	0
Fabián murga rojas		1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1
Marcela Alejandra Macaya Sáez		1	1			1	1	1		1	1	1	1	1	1

1. Escribe tu nombre compleo	16. ¿Te gusta leer?	17. ¿Qué tan probable es que leas un manual de 50 páginas o menos?	18. ¿Te gustaría que existiera un manual sobre costos?	19. ¿Te gustaría que existiera un manual sobre registros contables?	20. Escoge un máximo 6 temáticas que te gustaría encontrar en un manual de costos y registros contables	Registro de gastos	Registro de ventas	Registro de inventario	Calculo de costos de un producto/servicio	Definiciones y clasificaciones de los distintos costos	Cálculo de Mano de obra	Costos fijos	Margen de ganancia	Fijación de precio	Punto de equilibrio	Estado de resultado	Flujo de caja
Carla Nicol Gallardo Antillanca	Si, me gusta mucho	Muy probable	Si, me gustaría mucho	Si, me gustaría mucho				1		1	1				1	1	1
Mercedes del Carmen Henriquez Burgos	Si, me gusta mucho	Muy probable	Si, me gustaría mucho	Si, me gustaría mucho					1	1	1		1		1	1	
Susana Angelica hidalgo carle	Si, me gusta mucho	Probable	Si, me gustaría mucho	Si, me gustaría mucho		1					1		1				
Jennifer Nicole Loaiza Brito	Ni si, ni no	Muy probable	Si, me gustaría mucho	Si, me gustaría mucho		1	1		1				1	1	1		
Fabián murga rojas	Podría ser que si	Probable	Podría ser que si	Podría ser que si		1	1		1				1	1			1
Marcela Alejandra Macaya Sáez	Si, me gusta mucho	Muy probable	Si, me gustaría mucho	Si, me gustaría mucho		1			1		1			1	1		1

1. Escribe tu nombre compleo	21. Qué tan importante es para ti que un manual de costos y registros contables posea las siguientes características	Que tenga ejemplos	Que tenga un vocabulario sencillo	Que sea simple	Que tenga gráficas atractivas	Que tenga un glosario	Que me haga reflexionar	Que tenga tablas	Que tenga casos de análisis	Que tenga definiciones corta	Que tenga un vocabulario cercano	Que sea colorido
Carla Nicol Gallardo Antillanca		5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	3
Mercedes del Carmen Henriquez Burgos		5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3
Susana Angelica hidalgo carle		4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5
Jennifer Nicole Loaiza Brito		5	4	4	2	2	4	5	3	3	4	1
Fabián murga rojas		5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3
Marcela Alejandra Macaya Sáez		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3

Anexo N. Guía para la microemprendedora y el microemprendedor:

Conceptos básicos sobre costos y registros contables.

ÍNDICE

1 EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO Página 5

2 ¿CÓMO DEFINIR UN PRECIO? Página 19

3 ¡EL REGISTRO ES VITAL! Página 23

4 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS Página 34

5 EL MARGEN DE GANANCIA Página 39

6 GLOSARIO Página 43

7 DATOS ÚTILES Página 46

8 REFERENCIAS Página 49

ÍNDICE

1 **EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO**

Identificar, clasificar y calcular los elementos del costo de un producto o servicio

- ☑ Diferenciando el costo del gasto
- ☑ Los elementos del costo
- ☑ Ficha para calcular el costo unitario de un producto o servicio

2 **¿CÓMO DEFINIR UN PRECIO?**

Identificar las variables del mercado para la decisión de precio.

- ☑ Influencia de los costos
- ☑ Influencia del cliente
- ☑ Influencia de la competencia

3 **¡EL REGISTRO ES VITAL!**

Entregar herramientas para la creación e implementación de los registros contables del negocio.

- ☑ Plan de cuentas
- ☑ Registro de ingresos
- ☑ Registro de egresos
- ☑ Inventario de materias primas

ÍNDICE

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Identificar y analizar la estructura de costo del negocio.

- ☑ Definición costo o gasto fijo y variable
- ☑ Estructura de costos y gastos
- ☑ Indicador de apalancamiento operativo.

4

MARGEN DE GANACIA

Entregar herramientas para la toma de decisiones y análisis de rentabilidad del negocio.

- ☑ Estado de resultados por método directo
- ☑ Resultados unitarios por método directo
- ☑ Principales indicadores de rentabilidad

5

6 **GLOSARIO**

Resumen de los principales conceptos que contiene la guía y sus definiciones.

7 **DATOS ÚTILES**

- ☑ Regla de 3 simple
- ☑ Conversión de unidades
- ☑ Depreciación
- ☑ Punto de equilibrio

8 **REFERENCIAS**

TEMA 1

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

El primer paso para entender los **números de tu negocio** es conocer la diferencia entre **costo** y **gasto**. En nuestra vida diaria, lo más probable, es que usemos estos dos términos como sinónimos, pero para las finanzas de tu negocio son conceptos distintos. ¡Veamos!

- Los **costos** son todos aquellos **desembolsos de dinero** que realizas para tu negocio desde el abastecimiento hasta que el producto está listo para ser vendido (**proceso productivo**) o el servicio prestado (**proceso de prestación**), por el cual esperas **recibir un ingreso**. Algunos ejemplos son: los materiales e insumos, la mano de obra, luz, agua, gas y arriendo del taller de producción, entre otros.
- Los **gastos** son todos aquellos **desembolsos de dinero** que **necesariamente** realizas para que tu negocio **funcione**, ya sea en el proceso de **ventas** o en la **administración** general. Algunos ejemplos son: sueldos, luz, agua, teléfono, gas, internet y arriendo del local de ventas, útiles de escritorio, el sueldo de un/a vendedor/a, pago a el/la repartidor/a, gastos por movilización, entre otros.

Para cada uno de estos desembolsos usaremos 7 categorías, lo que más adelante conoceremos como **plan de cuentas**. Estas categorías son: materias primas, mano de obra, otros costaos de fabricación, gastos generales, sueldos, gastos por ventas y otros gastos.

LOS COSTOS DE UN NEGOCIO

- Materias primas
- Mano de obra
- Otros costos de fabricación

LOS GASTOS DEL NEGOCIO

- Gastos generales
- Sueldos
- Gastos por ventas
- Otros gastos

HERRAMIENTAS O MAQUINARIAS

En la sección "**Glosario**" podrás encontrar todos los conceptos técnicos que se usan en toda la guía. ¡Revísalo!

Página 6

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

El centro de todo negocio es la **propuesta de valor** que ofreces, la cual entregas a un cliente mediante un **producto** o **servicio**. Independiente del rubro en que se encuentre tu emprendimiento, siempre tendrás que realizar una serie de **desembolsos de dinero** para **producir** tu producto, **prestar** tu servicio o **comprar** los productos que vendes, con un único fin de obtener un **ingreso** igual o mayor al dinero gastado. Esto, eso lo que se conoce como **costo de un producto o servicio**. Cuando eres tú quien fabrica el 100% o parte del producto o servicio que ofreces, este último concepto pasa a llamarse **costo de producción** o **costo de fabricación**, y puedes separarlo en 3 componentes; **materias primas** (MP), **mano de obra (MO)** y **otros costos de fabricación (OCF)**. A estas tres componentes, se les conoce como "**elementos del costo**" y te servirán para hacer un mejor análisis de los **egresos** de tu emprendimiento. ¡Veamos de qué trata!

Antes que todo, debes **aprender a clasificar los costos** de tu negocio, pues, en la medida que avances en la guía, te darás cuenta que esto **ayuda mucho para saber el valor exacto o muy cercano** a lo que **realmente** te cuesta el producto o servicio que estás ofreciendo.

¡Esto es indispensable para tomar decisiones!

Costo de producción de un producto o servicio

Materias primas (MP)
Materiales e insumos para producir un producto o realizar un servicio

+

Mano de obra (MO)
Sueldos de las personas que te apoyan en la producción de un producto o realización de un servicio.

+

Otros costos de fabricación (OCF)
Desembolsos asociados a la producción de un producto o realización de un servicio que no son insumos o materiales ni mano de obra

Página 7

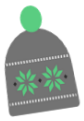
EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

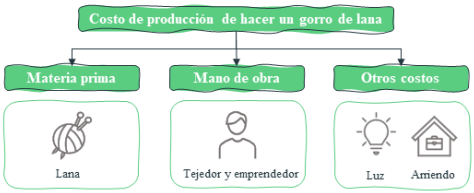
¡Veamos dos ejemplos!

1. Elementos del costo de hacer un gorro de lana

Carlos teje desde los 15 años y decidió emprender confeccionando gorros de lana natural del sur de Chile. Él identificó los siguientes elementos del costo de sus gorros:

- **Materias primas**: Lana natural.
- **Mano de obra**: Él como tejedor.
- **Otros costaos de fabricación**: Luz y arriendo de su taller de tejido.





2. Elementos del costo de organizar un cumpleaños

Rosa tiene una productora de eventos con la cual realiza toda clase de eventos, siendo su fuerte la organización de cumpleaños. Ella identificó los elementos del costo de su servicio de la siguiente manera:

- **Materias primas**: El confeti, los adornos, la comida y los bebestibles.
- **Mano de obra**: Su barman, su dj y ella.
- **Otros costaos de fabricación**: Cuenta de luz y agua de su salón de eventos.

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

El primer elemento del costo que conoceremos es la **materia prima** (**MP**) de un producto o servicio. Generalmente, cuando hablamos de este elemento, tendemos a pensar que sólo los negocios que producen deben calcularlo, pero no**, todo negocio tiene un costo asociado al producto o servicio que ofrece**. Sin embargo, para quienes sólo compran y venden productos, por lo general, no se deben hacer más cálculos que asignarle el precio al cual se compró, mientras que quienes se dedican a fabricar, reutilizar o reparar productos o prestar algún servicio, tienen la difícil tarea de costear sus materias primas. Para ello, es necesario **aprender a cuantificar** el costo **exacto** o **aproximado** de cada producto o servicio que se ofrece. ¿Cómo lo haremos? Primero, tenemos que **comprender cuándo una materia prima es medible o estimable**, ¡Veamos cómo clasificar!

Para poder medir tus materias primas, de forma exacta o aproximada, revisa las conversiones de unidades más recurrentes y algunos tips para calcular proporciones en la sección "**Datos Útiles**".

MATERIAS PRIMAR DIRECTAS (MPD)

Una materia prima directa es todo insumo o material que uso para hacer un producto o prestar un servicio y **puedo saber exactamente qué cantidad usé**, es decir, es **medible**, ya sea porque lo puedo pesar, medir con una regla o contar. Por ejemplo, una persona que hace chalecos de lana puede **medir cuántos metros** de lana usa y **contar cuántos botones** le puso.

MATERIAS PRIMAS INDIRECTAS (MPI)

Por el contrario, una materia prima indirecta **no es medible**, pero si **estimable**, es decir, **no podemos saber exactamente la cantidad** de insumo o material que usé para hacer un producto o prestar un servicio, pero **puedes realizar un cálculo aproximado** debido a tu **experiencia** haciendo el producto o servicio. Por ejemplo, un zapatero **no mide exactamente la cantidad de pegamento** que usó para pegar un zapato, pero si sabe que **un tarro de 1 litro de pegamento le alcanza para hacer 50 zapatos**.

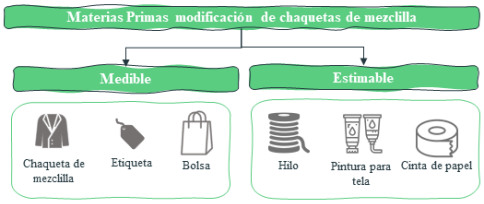
EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

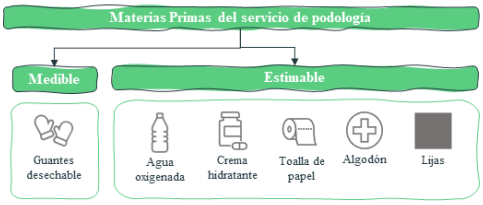
¡Veamos dos ejemplos!

1. Materias primas modificación de chaquetas de mezclillas

Francisca tiene un emprendimiento de modificación y venta de chaquetas de mezclillas usadas, las cuales reutiliza y les hace diseños pintados y bordados por ella misma. Ella clasificó sus materias primas de la siguiente manera:

- **MP medible**: una chaqueta, una etiqueta de género y una bolsa de papel Kraft que usa para entregar su producto.
- **MP estimable**: el hilo que usa para los bordados, la pintura que usa para pintar sus diseños y dibujos, y la cinta de papel que usa para demarcar los límites de la chaqueta donde va a pintar.





2. Materias primas servicio de podología

Hace un año que Matías estudió podología y decidió emprender en eso ofreciéndole servicios de pedicure a sus vecinas y vecinos. Él clasificó sus materias primas de la siguiente manera:

- **MP medible**: usa un par de guantes por cliente.
- **MP estimable**: usa agua oxigenada para limpiar sus herramientas, lija para su maquina pulidora, toalla de papel, algodón y crema hidratante.

Página 10

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

Como segundo elemento del costo tenemos la **mano de obra** (**MO**). En este elemento vas a considerar el sueldo que se le paga a una **persona** para que compre insumos, diseñe, fabrique, empaque o participe de otro proceso de producción, **aunque sea un trato de palabra** (informal). A diferencia de las materias primas, más que identificar si la mano de obra es medible o estimable, debemos saber si es variable o fijo.

La clave para saber el tipo de sueldo que estás acordando con tu trabajador/a es preguntarte ¿lo que voy a pagarle depende de la cantidad de productos o servicios que está persona haga?, si la respuesta es "SI", entonces el sueldo es "variables" o "mano de obra directa", y si la respuesta es "NO", el sueldo es "fijo" o "mano de obra indirecta".

Mano de obra directa (MOD)

Vamos a entender que un **costo de mano de obra** es **variable** cuando le pagas **por** producto o servicio que haga. Algunos ejemplos:

- Pagarle a un/a garzón/a $50.000 **por cada evento**.
- Pagarle a un familiar $1.000 **por cada producto** que empaca.
- Pagarle a un/a diseñador/a $25.00 **por cada trabajo** que te haga.

Mano de obra indirecta (MOI)

Vamos a entender que un **costo de mano de obra** es **fijo** cuando lo que acordaste pagar **no cambia ni depende** de las **ventas** que tengas o los **productos que produjiste**. Por ejemplo, decidiste pagarle a alguien **$200.000 mensuales** para que te ayude a producir tus productos o tu propio sueldo al decidir pagarte **$500.000 mensuales** por todo lo que haces en tu negocio.

También, **puedes** aplicar **estos criterios** en los **sueldos** que son considerados **gastos**.

Página 11

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

Por lo general, es **la emprendedora** o **el emprendedor** quien realiza absolutamente **TODO** en el emprendimiento, pero ¿cobran la inversión de tiempo que sígnica esto? La verdad, es que la mayoría de las/os emprendedoras/es **cometen el error** de **NO incluir su sueldo** en el costo de los productos o servicios que ofrecen.

Parte importante de tener un **negocio sano** es aprender a **separar las finanzas personales de las del negocio.** Una buena forma de partir es considerarte tu propia/o jefa/e**. ¡Hazlo, págate un sueldo!** Considérate un/a trabajador/a de tu negocio. ¿Cuánto pagar? La respuesta es sencilla, **¡se realista!** Quizás, hoy, no puedas pagarte tu primer millón, pero mañana sí.

Recuerda que la jornada laboral en Chile es de **45 horas semanales**. Considerando que un mes tiene **4 semana**, se asume que, **en un mes**, una persona trabaja **180 horas**.

Paso 1

Antes de cualquier cálculo, debes definir si le pagarás por hora trabajada, por producto hecho, por producto vendido, por mes, por semestre, por trimestre, etc.

Paso 2

Identificar y definir el sueldo. El ideal es que sea lo más ajustado a lo que ganaría alguien, fuera de tu negocio, por hacer las mismas tareas. ¡Puedes ver sitios de búsqueda de trabajo, grupos de Facebook o, sencillamente, preguntar.

Paso 3

Calcular el valor de 1 hora de trabajo. Para ello, tomaremos el sueldo, definido en el paso anterior, y lo dividiremos en el total de horas que debe trabajar una persona (según la legislación chilena.

Paso 4

El valor de 1 hora de trabajo calculada en el paso anterior, se multiplica por el número de horas que se invierten en hacer un productor en específico. ¡Y listo!

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

Por último, tenemos el tercer elemento del costo, **otros costos de fabricación (OCF)**. En esta categoría vas a clasificar todos aquellos desembolsas de dinero que realizas que no son materia prima ni mano de obra. Los ejemplos más comunes son luz, agua, gas y arriendo del taller de producción, útiles de aseo y el desgaste de las maquinarias y/o herramientas (depreciación).

Lamentablemente, para este tipo de costos y gastos, **no siempre conocemos el valor exacto** que debemos pagar sino hasta que **nos llegan las cuentas a fin de mes**.

¡Es, realmente, un problema! ¿no? Pues **no podemos esperar hasta que termine un mes o un año para tomar decisiones**, tales como fijar precios o decidir cuánto producir. Sin embargo, existe algo llamado "tasa de asignación" que nos ayudará mucho. ¿Conozcámosla?

.La **tasa de asignación** representará **una porción estimada** de los desembolsos que no son materia prima ni mano de obra, es decir, **otros costaos de fabricación** que le daremos **a cada producto**. ¿Cómo se hace? ¡Veamos

Paso 1

Revisar los costos que he pagado los **meses anteriores** y definir **un valor estimado** estimado mensual. Puedes hacer un **promedio** de los últimos valores pagados.

Paso 2

Definir la **base de asignación**. Esto, sencillamente, es decidir qué **unidad** voy a usar para **distribuir el costo**. Puede ser por **unidad de producto** producido, por las horas que le dediqué a cada producto, por las horas que use las maquinarías o herramientas o por producto vendido. Por lo general, para empezar se usa una estimación de productos fabricados o **servicios prestados**.

Revisa **cómo calcular la depreciación mensual** de una máquina, herramienta, vehículo, entre otros, en la sección "**Datos útiles**"

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

Paso 3

Calcular la tasa de asignación.

Divide el **total estimado** de otros costos de fabricación por la **base de asignación**. Por lo general, para empezar se usa como base de asignación una proyección de los productos fabricados o servicios prestados en un mes.

Tasa de asignación para "otros costos" = **Total de otros gastos estimados según datos de los meses anteriores** / **Base de asignación que escojas**

Paso 4

Usar la tasa para calcular la proporción que le corresponde a cada producto

¡Apliquemos en un ejemplo! Carlos tiene una barbería en su casa. Él aplicó todo los aprendido y comenzó a calcular sus costos. En la categoría "otros costos" consideró los siguiente: parte **del arriendo de su casa**, el 50% del **consumos de luz** y **agua**., y la **depreciación** de sus herramientas.

Paso 1: Estimar los "otros costos" con datos históricos.

Sumó para enero **$311.780**, para febrero **$365.449** y para marzo **$300.941**. Decide hacer un **promedio simple** de dichos totales para estimar abril en **$226.056**.

$$\text{Promedio} = \frac{311.780+365.449+300.94}{3} = \frac{978.170}{3} = \$226.056$$

Paso 2: Definir base de asignación

Como recién está empezando, decide que su base de asignación serán la **cantidad de servicios prestados**.

Paso 3: Tasa de asignación

Él estima que, **semanalmente**, realiza unos **25 servicios**, es decir, **100 mensuales**. Con esta información le queda en **$2.261** la tasa de asignación de la categoría "otros costaos".

$$\text{Tasa de asignación} = \frac{226.056}{100} = \$2.260{,}56 = \$2.261$$

Paso 4: Aplicar la tasa en el cálculo de costos de sus servicios de barbería.

A cada servicio, le va a **sumar $2.261** por concepto de "**otros costaos**"

Recuerda que **el valor que le estás asignando** a cada producto **no será exactamente** el costo o gasto real asociado, pero si se **acerca mucho**.

Página 14

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

¿Cómo calcular el precio unitario de compra?

Por lo general, las boletas electrónicas **traen el detalle**; precio unitario y cantidad comprada. Sin embargo, a veces, **sólo tenemos el valor total de la compra** y **sabemos la cantidad que compramos**. En este caso, lo que debes hacer para calcular el precio unitario de compra es **dividir** el **valor total de la compra** en la **cantidad de insumo que compraste**.

Ficha de cálculo de costo por producto

Nombre del producto: _____

	DATOS DE COMPRA		DATOS DE USO		
MATERIAS PRIMAS	PRECIO UNITARIO (1)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD USADA (2)	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL COSTO MP (1) x (2)

Costo total MP: $ _____

Costo total MO: $ _____

Costo total OCF: $ _____

Costo total producto/servicio: $ _____

PLANTILLA

Página 15

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

¡Ayudemos a Yazmín a calcular el costo de sus colts!

Yazmín tiene un emprendimiento de colets, los cuales confecciona con ropa reutilizada. Su producto estrella son los colets de mezclilla reutilizada de jeans usados y quiere aplicar la ficha de cálculo de costo con este producto. Ella proyecta que venderá 100 colets este periodo.

La primera información que registra son las materias primas, según el siguiente detalle:

1. Tela de jeans reutilizada de pantalones que le donan, Yazmín corta tiras de tela de 30 cms. de largo.
2. El hilo le cuesta $1.800 el carrete y vienen 1.800 centímetros. Ella estima que utiliza, aproximadamente, 5 metros de hilo en un colet.
3. Un colet estándar usa 10 centímetros de elástico, siendo sus valores de compra $1.200 cada metro.
4. Para el empaque de los productos, Yamín cuenta con 1 etiqueta de tela y 1 bolsa de papel Kraft con el logo. El costo es de $290 y $490, respectivamente.

En segundo lugar, cuenta con 2 desembolsos por mano de obra, su sueldo ($500.000) y para pagarle a su ayudante de costura. A esta última se le pagan $500. Yazmín sólo dedica el 35% de su tiempo para fines del negocio.

Por último, en la categoría "otros costos de fabricación", Yazmín proyecta su gasto de luz en $30.000 y por depreciación de las máquinas de cocer $5.000, todo mensual.

Página 16

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

Ficha de cálculo de costo por producto

Nombre del producto: COLET MAXI

MATERIAS PRIMAS	DATOS DE COMPRA		DATOS DE USO		
	PRECIO UNITARIO (A)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD USADA (B)	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL COSTO MP (B) x (A)
Tela jeans usado	$0	centímetros	30	centímetros	30 x $0 = $0
Hilo	$1	metros	5	metros	5 x $1 = $5
Elástico	$12	centímetros	10	centímetros	10 x $12 = $120
Etiqueta tela	$290	etiqueta	1	etiqueta	1 x $290 = $290
Bolsa Kraft logo	$490	bolsa	1	bolsa	1 x $490 = $490

MO fijo mensual = $\frac{\$500.000}{189}$ = $5.000 x 63 = $315.000

MO fijo por colet = $\frac{\$315.000}{500}$ = $630 por colet

MO variable = $500 por colet hecho

Tasa de asignación OCF = $\frac{\$35.000}{500}$ = $70 por colet

Costo total MP: $905

Costo total MOD: $630

Costo total MOI: $500

Costo total OCF: $70

Costo total producto/servicio: $2.105

EJEMPLO

Para calcular el "**Total Costo MP**" lo que debes hacer es **multiplicar** la **cantidad usada** (B) del material/insumo con el **precio unitario de compra** (A)

.

Total Costo MP = (B) x (A)

Página 17

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

Aparte de ordenar los números del negocio, la idea que está detrás del costeo de los productos o servicios, es **analizar cada uno de los elementos del costo** y ver qué **tan eficiente** es producir cada uno de los productos o prestar cada servicio que ofrezco. **¡Esto es vital para tomar de decisiones!** Es por esto que vale la pena hacer **3 resúmenes** de costaos; **unitario**, **por categoría** de producto/servicio y **total del negocio**.

	MP Total		MO Total		OCF		
UNITARIO	Total materias primar de un producto/servicio	+	Total mano de obra de un producto/servicio	+	Total otros costos de fabricación de un producto/servicio	=	Costo de un producto/servicio
CATEGORÍA	Total materias primar de una categoría de producto/servicio	+	Total mano de obra de una categoría de producto/servicio	+	Total otros costos de fabricación de una categoría de producto/servicio	=	Costo de una categoría de producto/servicio
NEGOCIO	Suma total de todas las materias primas usadas para producir en un mes	+	Suma total de todos los sueldos pagados en un mes	+	Suma total de todos los otros costos y gastos del mes	=	Costo total de producción mensual

Hacer un análisis de **costos unitario** y **por categoría** te permite **identificar** en dónde estás **desembolsando más dinero** por **cada elemento del costo** y **por qué**. Esto ayuda a detectar, por ejemplo, **la pérdida o desperdicios de materiales o insumos**.

Página 18

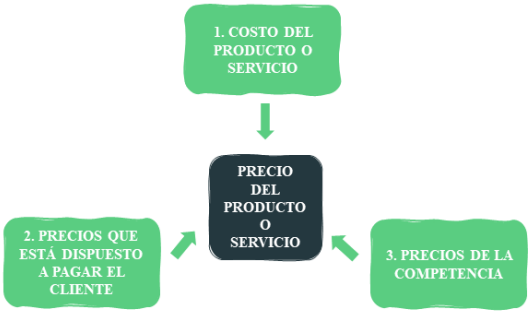
TEMA 2

¿CÓMO DEFINIR UN PRECIO?

Página 19

¿CÓMO DEFINIR UN PRECIO?

Cuando una persona decide tomar el camino del emprendimiento, lo primero que piensa es **qué vendo y a cuánto lo vendo**. Muchas lo hacen por "**cachativa**" o guiados **solamente por lo que cobra la competencia**. ¿Funciona? Puede ser que sí, como puede ser que no. Sin embargo, puede que estés **dejando pasar oportunidades, tremendamente, valiosas** si no estudias, por ejemplo, cuánto está dispuesto a pagar tu cliente objetivo. Es por esto que, **antes** de colocar el precio de cada uno de tus productos y/o servicios, **no te olvides** de analizar los siguientes **tres factores** que influyen en la decisión:



1. COSTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

Para analizar este primer factor, pregúntate **¿cuánto me cuesta producir el producto o prestar el servicio que quiero ponerle precio?**

El **costo unitario** del producto o servicio que ofreces **SIEMPRE** debe ser tu **precio mínimo**. ¿Por qué? ¡Veamos un ejemplo sencillo!

¿Qué pasa si **fijo el precio de un chaleco en $10.000**, pero al momento de calcular los costos me doy cuenta que **cuesta hacerlo $13.000**? ¡Exacto! Vas a estar **perdiendo dinero**, pues lo que vas a recibir por la venta del chaleco **no cubre lo que te costó hacerlo**.

¡Recuerda siempre! Conocer el costo unitario es **vital** para saber **cuánto cobrar** por el producto o servicio que ofreces

Página 20

¿CÓMO DEFINIR UN PRECIO?

2. PRECIOS QUE ESTÁ DISPUESTO A PAGAR EL CLIENTE

Para analizar este segundo factor, pregúntate **¿cuánto está dispuesto a pagar tu cliente por el producto o servicio que le estás ofreciendo?**

Tus **clientes objetivos** son, sin duda, **los más determinantes al momento de fijar tus precios**, ¿por qué? Tú cliente objetivo siempre tendrá la respuesta, pues es quien te **comprará** y, por lo general, van a estar dispuestos a pagarte dentro de un **rango de precio**. Ahora, ¿cómo averiguo eso? ¡Fácil! **Observa, ve y pregúntale.**

3. PRECIOS DE LA COMPETENCIA

Antes de ponernos a analizar los precios de la competencia, debemos saber **¿quién es mi competencia?** ¿debo mirar a todos los competidores? Tus competidores van a ser **todos aquellos negocios** que **satisfacen la misma necesidad que tú** en el **cliente objetivo** que escogiste. Por ejemplo, si te dedicas a **vender jugos naturales**, tus competidores serían **todos los negocios que ven algo para satisfacer la sed**.

Averiguar cuánto cobra tu competencia por un producto **igual o similar al tuyo**, te va a servir para darte un **contexto del mercado donde tu emprendimiento se está moviendo**. De este modo, podrás conocer en qué **rango de precios podrás fijar el tuyo**. Ahora, ¿cómo puedo saber esto? ¡Fácil! **Observa, ve y sé su cliente**.

Lo que estás haciendo con todo esto es **analizar aspectos básicos** de algo que se llama **mercado**.

Todo negocio está en un **mercado**, donde hay una **oferta** (tu competencia y tú) y **demanda** (clientes) de productos y servicios.

Recuerda, **SIEMPRE** para tomar decisiones debes saber qué está pasando con el mercado, más aún, si de fijar precios, estamos hablando

Página 21

¿CÓMO DEFINIR UN PRECIO?

Jennifer tiene una tienda online de joyas plata 925; tiene las categorías "aros", "collares" y "anillos". Ella, al dedicarse a la **compra y venta de estos accesorios**, pensaba que **no tenía costos asociados** a sus productos, pero **se dio cuenta que sí**, y que no los estaba considerando para poner sus precios. De hecho, hasta hoy, **sólo estaba mirando su competencia**. Pronto, quiere lanzar al mercado un nuevo collar y necesita fijar el precio del nuevo producto.

¡El **precio mínimo**, siempre, se lo va a definir **los costos del producto o servicio**. En este caso, serían **$10.290.** Por el otro lado, el **precio máximo** siempre será el **mayor precio al que está dispuesto a pagar tu segmento objetivo**. Jennifer lo definió en **$19.990**.

Por ende, el **precio** que Jennifer le dará a su nueva joya **debe estar entre los $10.920 y los $19.990**.

Paso 1 - Costo del producto o servicio

Entre tanto buscar, encontró un proveedor en Santiago Centro que le ofrece productos que ella considera "buenos" y a "buen precio". Además, va a poner el collar en una caja y los despacha dentro de una bolsa con su logo. Su costo es de $7.990 el collar más $2.300 el empaque. **En total, $10.290**.

Paso 2 - Precio que está dispuesto a pagar el cliente

Gracias a su gran popularidad en Instagram y la fidelidad de sus clientas, ha podido corroborar los precios que están dispuestas a pagar las mujeres, quienes son su cliente objetivo. De hecho, se dio cuenta que **si subía el precio, le seguían comprando igual**. Su estudio arrojó que las clientas están dispuestas a pagar entre **$15.990** y **$19.990** por el nuevo collar.

Paso 3 - Precios de la competencia

Por último, visitó las tiendas de la competencia para estudiar el precio al que **ofrecen el mismo modelo de collar o uno similar**. .Sin embargo, no todas las tiendas de Instagram publican sus precios, por lo que **se tuvo que hacer pasar como clienta**. Con su análisis pudo definir que los precios de la competencia están **entre $15.000 y 24.990**, siendo **$16.990** el valor que más se repite..

Antes de fijar el precio definitivo, debo volver al estudio de la competencia, ¿Cuál es el precio que más se repitió? ¿Cómo era el interés de sus clientes por comprar el producto?. En el caso de Jennifer, al estudiar **las tres componentes**, decide fijar el **precio en $17.990**, mil pesos más que el precio más ofrecido en el mercado, porque aprovechar la fidelidad de sus clientas. ¿Cómo le irá?

Página 22

TEMA 3

¡EL REGISTRO ES VITAL!

Página 23

¡EL REGISTRO ES VITAL!

Todo lo que hemos visto hasta acá, **sólo se puede aplicar** al negocio si contamos con un **registro**, detallado, de todos nuestros **ingresos** y **egresos** de dinero.

¡El registro es vital!

El **registro contable** es un concepto administrativo-contable que consta de **anotaciones** que se realizan en un libro, cuaderno, planilla o similar para registrar **TODOS los movimientos de dinero que tiene un negocio**. La principal utilidad de los registros contables es que permiten entregar información real del negocio de todo ámbito, lo que es vital para saber la rentabilidad de los negocios y tomar decisiones.

En los negocios formalizados, sean micro, pequeñas, medianas o grandes empresas, tener registros contables al día es una obligación, y si tú quieres ir por ese camino, debes conocer los principales aspectos a considerar. Si bien, tu negocio no está formalizado, tenerlo en orden es muy esencial para sobrevivir a los altos y bajos típicos de ser microemprendedor/a.

1. REGISTRO DE INGRESOS

El **registro de ingresos** es una tabla donde debes ir **anotando** todas las ventas que realizas **día a día**. Lo ideal es que lo **separes por mes**. Tener este registro te servirá para **llevar el control** de todo el dinero que recibes por las **ventas** y, además, analizar los **mejores y peores** meses. Esto último es **vital para tomar decisiones**.

2. REGISTRO DE EGRESOS

El **registro de egresos** es una tabla donde debes ir **anotando**, detalladamente, todos los **desembolsos de dineros**, para finalizar con un **resumen por categoría de gasto, costo o inversión.**. Tener este registro por mes te va a servir para **identificar en qué te estás gastando el dinero** del negocio. Esto es **vital para tomar decisiones**.

3. INVENTARIO DE MP

El **inventario de materias primas** es una tabla que sirve para ir **registrando** las **cantidades compradas y usadas** de cada material o insumo que tienes **para la operación de tu negocio**. Es necesario que hagas un registro **para cada material o insumo**, y que lo vayas **llenando día a día**. Tener este registro sirve para saber, **en tiempo real**, cuánto **te queda** de cada material o insumos, lo que es vital para decidir **cuándo, cuánto y qué comprar**.

Página 24

EL COSTO DE OFRECER UN PRODUCTO O SERVICIO

Te acuerdas del **plan de cuentas** que definimos al inicio de esta guía, en el tema 1. La finalidad de un plan de cuentas es lograr **agrupar por categoría** los movimientos de dinero del negocio. En esta guía, proponemos un plan de 8 cuentas, estas son:

LOS COSTOS DE UN NEGOCIO
- Materias primas
- Mano de obra
- Otros costos de fabricación

LOS GASTOS DEL NEGOCIO
- Gastos generales
- Sueldos
- Gastos por ventas
- Otros gastos

HERRAMIENTAS O MAQUINARIAS

VENTAS

- ☑ **Materias primas:** Aquí considerarás todos los materiales e insumos que compres para fabricar tus productos y/o prestar tus servicios.
- ☑ **Mano de obra:** Aquí considerarás todos los sueldos que pagues a tus trabajadores, formales o informales, que te apoyan en la fabricación de productos y/o prestación de servicios.
- ☑ **Otros costos de fabricación:** Aquí considerarás todos los desembolsos que hagas por la fabricación de productos o prestación de servicios que no son mano de obra ni materias primas.
- ☑ **Gastos generales:** Aquí considerarás todos los desembolsos que hagas por conceptos de luz, agua, teléfono, arriendo, gastos comunes, gas o similar.
- ☑ **Sueldos:** Aquí considerarás todos los sueldos que pagues a tus trabajadores, formales o informales, que te apoyan en funciones de administración y ventas, o cualquier otro que no hayas considerado como mano de obra. .
- ☑ **Gastos por ventas:** Aquí considerarás todos los desembolsos que realices para la promoción, venta o post venta de tu negocio, tales como publicidad o distribución.
- ☑ **Herramientas o maquinarias:** Aquí considerarás todos los desembolsos que realices para comprar maquinarias, herramientas, equipos o cualquier tipo de inversión que tenga relación con la compra de un bien para el negocio.
- ☑ **Otros gastos:** Aquí considerarás todos los desembolsos que realicen y no coincidan que ninguna de las otras 7 categorías.

Las **ventas** las consideraremos **sólo una categoría;** "Ventas". Sin embargo, **puedes clasificarlas**, por ejemplo, **por categoría de producto/servicio**.

Página 25

¡EL REGISTRO ES VITAL!

Dependiendo del tipo de negocio, se recomienda tener **información del cliente**. Por ejemplo: si fabricas productos **a pedido** o **personalizados**, y si prestas **servicios**.

¡Te servirá para fidelizar!

1. Registro de ingresos

Mes: _____ Año: _____

FECHA	CLIENTE (*)	PRODUCTO/ SERVICIO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD VENDIDA	VENTA TOTAL

Ventas totales mes: _____

PLANTILLA

Página 26

¡EL REGISTRO ES VITAL!

La idea es que hagas **una tabla** como esta **para cada materia prima**. También, este registro te **puede servir** para **tus productos que están listos para ser vendidos**.

Registro de ingresos

Mes: MARZO Año: 2021

FECHA	CLIENTE (*)	PRODUCTO/ SERVICIO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD VENDIDA	VENTA TOTAL
12/Marzo/21	Evelyn Díaz	Mantel frutas	$5.990	10	$59.990
17/Marzo/21	Matías Videla	Mantel fútbol	$7.990	50	$399.500
20/Marzo/21	Ignacio Alarcón	Mantel Rojo	$4.990	30	$149.700
21/Marzo/21	María Rozas	Mantel Bautizo	$4.990	50	$249.500
25/Marzo/21	Dania Serey	Mantel hilo	$14.990	12	$179.880

Ventas totales mes: $1,038.570

EJEMPLO

Página 27

¡EL REGISTRO ES VITAL!

La idea es que vayas registrando, **detalladamente**, **todos los desembolsos** de dinero que realices en el mes y, a la vez, **categorices cada gasto** según el plan de cuentas que definiste.

2. Registro de egresos mensuales

Mes: _____ Año: _____

FECHA	TIPO DE DESEMBOLSO	CATEGORÍA	¿Qué es?	PRECIO UNITARIO (*)	CANTIDAD COMPRADA (*)	DESEMBOLSO TOTAL

PLANTILLA

Página 28

¡EL REGISTRO ES VITAL!

En este resumen de egresos mensuales, **sólo debes sumar el total por categoría** de desembolso, lo que conocimos como plan de cuentas. Esto te servirá para saber **en qué gastaste** el dinero del negocio en dicho mes. **¡Vital para tomar decisiones!**

Resumen de egresos mensuales

Mes: _____ Año: _____

Total materias primas: _____

Total mano de obra: _____

Total otros costos: _____

Total gastos generales: _____

Total sueldos: _____

Total gastos por ventas: _____

Total otros gastos: _____

Total compras herramientas y/o maquinarias: _____

Egresos totales del mes: _____

PLANTILLA

Página 29

¡EL REGISTRO ES VITAL!

Registro de egresos mensuales

Mes: MARZO Año: 2021

FECHA$250	TIPO	CATEGORÍA	¿Qué es?	PRECIO UNITARIO (*)	CANTIDAD COMPRADA (*)	DESEMBOLSO TOTAL
10/Marzo/21	Costo	Materias primas	Hilo	$800	25 carretes	$20.000
10/Marzo/21	Costo	Materias primas	Tela	$2.500	100 metros	$250.000
15/Marzo/21	Gasto	Gastos por ventas	Reparto	$3.500	5	$17.500
20/Marzo/21	Costo	Materias primas	Bolsas	$290	100	$29.000
27/Marzo/21	Gasto	Gastos por ventas	Reparto	$3.500	2	$7.000
31/Marzo/21	Costo	Otros costos	Arriendo	-	-	$150.000
31/Marzo/21	Gasto	Gastos generales	Luz	-	-	$25.000
31/Marzo/21	Costo	Mano de obra	Mi sueldo	-	-	$450.000

Si tomas atención, **NO** es necesario que todos los gastos **tengan un precio unitario** y **cantidad comprada**. Generalmente, los gastos generales se comportan así.

EJEMPLO

Página 30

¡EL REGISTRO ES VITAL!

Resumen de egresos mensuales

Mes: MARZO Año: 2021

Total materias primas: $299.000

Total mano de obra: $450.000

Total otros costos: $150.000

Total gastos generales: $25.000

Total sueldos: $0

Total gastos por ventas: $34.500

Total otros gastos: $0

Total compras de herramientas y/o maquinarias: $0

Egresos totales del mes: $948.500

Los colores de los números son para que puedas **identificar** qué datos se **sumaron** del registro de egresos mensuales de la página anterior.

EJEMPLO

Página 31

¡EL REGISTRO ES VITAL!

3. Inventario de materias primas en cantidades

La idea es que hagas **una tabla** como esta **para cada materia prima**. También, este registro te **puede servir** para **tus productos que están listos para ser vendidos**.

Nombre de la materia prima: _____

DATOS DE LA COMPRA			DATOS DE USO		
FECHA DE LA COMPRA	PRECIO POR UNIDAD	CANTIDAD COMPRADA	FECHA DE CUANDO SE USÓ	CANTIDAD USADA	SALDO (*)

PLANTILLA

¡EL REGISTRO ES VITAL!

Inventario de materias primas en cantidades

Aquí tienes que tener atención con 3 cosas. Estas son:

1. El saldo se calcula por línea sumando la **cantidad comprada (C)** con el **saldo de la línea anterior (S)** y restando la **cantidad usada (U)**.
2. **No siempre tendrás compras**, respeta las líneas y las fechas para que no te equivoques.
3. **Siempre** tienes que ir **acabando la materia prima que compraste primero**.

Nombre de la materia prima: TELA ESTAMPADO FRUTAS

DATOS DE LA COMPRA			DATOS DE USO			
FECHA DE LA COMPRA	PRECIO POR UNIDAD	CANTIDAD COMPRADA	FECHA DE CUANDO SE USÓ	PRECIO POR UNIDAD	CANTIDAD USADA	SALDO (C + S – U)
20/Marzo/2021	$3.000	50 metros	20/Marzo/2021	$3.000	3 metros	47 metros (50 + 0 – 3 = 47)
-	-	-	21/Marzo/2021	$3.000	20 metros	27 metros (47 – 20 = 27)
25/Marzo/2021	$2.500	100 metros	25/Marzo/2021	$3.000	27	100 metros (27 + 100 – 27)
-	-	-	25/Marzo/2021	$2.500	3	97 metros (100 – 3)

EJEMPLO

TEMA 4

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Página 34

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

¿Te suenan los conceptos costo "**fijo**" y "**variable**"? Lo más probable es que te suenen un poco los conceptos e, intuitivamente, podrías definirlos, ¿pero conoces, realmente, su importancia dentro del negocio? La verdad es que ambos conceptos, aplicados a los costos y gastos del negocio, **juegan un papel fundamental para tu negocio**. ¡Veamos el porqué!

Un **costo o gasto fijo** es un **desembolso esencial** que debo hacer para que mi negocio **funcione**, pues permite cubrir necesidades y servicios que son **indispensables**. Estos costos o gastos, generalmente, **no se pueden evitar y, difícilmente, disminuyen en semanas o meses**. Por otro lado, un **costo variable** sigue una **relación directa con la cantidad de productos que fabrique o servicios que preste**, por lo tanto dependen netamente de lo que haga.

En palabras más sencillas, si hago **0** productos, el **costo variable será $0**, pero los costaos o gastos fijos **debo pagarlos igual**.

¡Conozcamos el caso de Francisca!

Francisca es vegana y decidió empezar su emprendimiento de **mantequilla de maní.**
Ella necesita ayuda para conocer su **estructura de costos y gastos** de su negocio. Para ello, primero, decide **analizar cada uno de sus costos**, partiendo por su materia prima principal, el **maní,** y parte del **arriendo** de su casa, que es el lugar donde produce.

¡Veamos su reflexión!

Mantequilla de maní

Parte del arriendo

Maní

Página 35

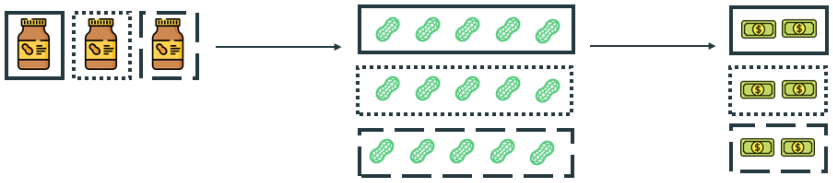
ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

¡Veamos un **costo variable** de Francisca!

Para **hacer 1 frasco** de mantequilla de maní, Francisca debe **utilizar 500 gramos** de maní sin sal, lo que **le cuesta $2.000**

Para **hacer 2 frasco** de mantequilla de maní, Francisca debe **utilizar 1.000 gramos** de maní sin sal, lo que **le cuesta $4.000**

Para **hacer 3 frasco** de mantequilla de maní, Francisca debe **utilizar 1.500 gramos** de maní sin sal, lo que **le cuesta $6.000**



Página 36

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

¡Veamos el **costo fijo** de Francisca!

Para **hacer 1 frasco** de mantequilla de maní, Francisca **paga el arriendo de donde produce**, el cual **le cuesta $200.000**

Para **hacer 2 frasco** de mantequilla de maní, Francisca **paga el arriendo de donde produce**, el cual **le cuesta $200.000**

Para **hacer 3 frasco** de mantequilla de maní, Francisca **paga el arriendo de donde produce**, el cual **le cuesta $200.000**

Página 37

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Del caso de Francisco, podemos notar que la mejor forma de saber si un costo o gasto es fijo, es preguntándose **¿qué pasa con el valor del costo o gasto si hago 10, 100 o 1,000 productos más?** Si nuestra respuesta es **nada**, el costo o gasto **es fijo**, de lo **contrario**, el costo o gasto **es variable**.

Pero, **¡cuidado!** Muchas veces, se tiende a **confundir** los costos y gastos fijos con **aquellos desembolsos que son exactamente el mismo monto todos los meses**. Pero, **¡NO!** Hay algunos costaos y gastos que **son fijos**, pero **cambia** el monto que pagamos mes a mes.

¡No te dejes llevar por la apariencia! Recuerda que la clave está en preguntarse si lo que tengo que desembolsar **depende únicamente de las unidades que produje**.

La **estructura de costos y gastos** de un negocio consiste en identificar cuáles desembolsos son variables y cuáles son fijos. Generalmente, se expresa en proporciones (%). Por ejemplo, 50% fijos y 50% variables o 30% variable y 70% fijos. Para hacer este tipo de análisis **es vital contar con un registro contable de egresos**. ¿Cómo calcular la estructura de costos y gastos? Usando el registro de egresos propuesto en la sección anterior, puedes clasificar los gastos y costaos en fijos y variables, para luego sumar los totales mensuales y calcular las proporciones.

$$\text{Proporción de costos fijos} = \frac{\text{Total de costos y gastos fijos}}{\text{Total de costos y gastos}}$$

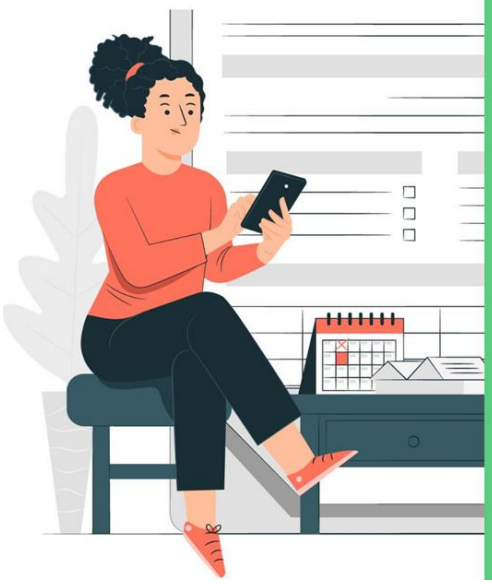
$$\text{Proporción de costos variables} = \frac{\text{Total de costos y gastos variables}}{\text{Total de costos y gastos}}$$

Otro indicador importante que debes calcular es la **proporción de las ventas que destinas a pagar tus costos y gastos fijos**, pues esta definirá la liquidez del negocio, es decir, cuánto dinero te va a quedar de la venta después de pagar los inevitables costaos fijos. Este concepto se conoce como **apalancamiento operativo**.

$$\text{Proporción de costos y gastos fijos} = \frac{\text{Total de costos y gastos fijos}}{\text{Total de ventas}}$$

Recuerda que para que todos estos cálculos te queden expresados en porcentajes, debes multiplicar el valor por 100.

Página 38



TEMA 5

EL MARGEN DE GANANCIA

Página 39

EL MARGEN DE GANANCIA

Antes de ponerse a calcular el margen de ganancia, tenemos que entender lo que haremos. Imagina que tienes **3 cofres** y que cada vez que un cliente te **paga un precio** por la compra un producto o le prestamos un servicio. Lo que tu vas a hacer es **separar el dinero de la venta en dichos cofres**; una parte para pagarte **tu sueldo** (**finanzas personales**), una segunda parte para **cubrir los costos y gastos del negocio** (**capital de trabajo**) y, por último, **dejarás todo lo que sobre** en el tercer cofre, pues serán los **ahorros del negocio**.

Si quieres un negocio ordenado, es importante comprender que las finanzas del negocio **NO pueden** combinarse con las finanzas personales, por eso es tan importante incluirte en la mano de obra o gasto fijo mediante el pago de un sueldo.

¡OJO! Que estemos separando las ventas en 3 categorías, **no significa que debes llegar y dividir por 3**. La idea es que **apliques todo lo aprendido** en esta guía y hagas **los cálculos reales** para cada categoría

VENTAS TOTALES DEL NEGOCIO

1. Para pagarme un sueldo todos los meses. (Ingresos **personales** y, muchas veces, familiares)
2. Para cubrir los gastos y costos del negocio (**Capital de trabajo** del negocio)
3. Tener ahorros para reinvertir o crecer en el negocio (**Ganancias** del negocio)

FINANZAS PERSONALES

FINANZAS DEL NEGOCIO

Página 40

EL MARGEN DE GANANCIA

¿Qué respondes cuando te preguntan "¿cómo te con el negocio" o "¿es rentable tu negocio? ¿Vale la pena?"? Para que tu respuesta no sea un tímido "Si, bien" o "Si, me va bien", te presentamos el **estado de resultados por método directo**. Esto es, sencillamente, a las **ventas del periodo restarle los gastos y costos de los productos vendidos en el mismo periodo** (mes, semestre, año, etc.). Una de las características de este método, y que lo hace ideal para emprendimientos, es el **margen de contribución**, pues de éste depende que nuestro negocio **alcance a cubrir los costaos y gastos fijos del negocio**, ya que representa la parte de las ventas que quedan disponibles para pagar dichos los costos y gastos fijos.

Para calcular los resultados de mi negocio debes hacer los siguientes cálculos:

RESULTADOS POR MÉTODO DIRECTO

Ventas totales de mis productos y/o servicios
− Costos y gastos variables totales de mis productos y/o servicios
Margen de contribución
− Costos y gastos fijos totales de mi negocio
Margen de ganancia total de mi negocio

Recuerda que todo esto se completa sólo con información de PRODUCTOS VENDOS.

Una de las **principales funciones** que tiene esta guía es **entregar herramientas** que le permitan a cualquier persona que tenga un negocio **mejorar su toma de decisiones**. Para ello, es esencial conocer **indicares básicos**, ya sea a nivel general del negocio, por categoría de nivel general del negocio, por categoría de producto/servicio o por cada producto/servicio que ofrezco. Los indicadores más interesantes que se pueden sacar de esta tabla son: total de ventas ($), margen de contribución del negocio ($), margen de ganancia del negocio (%).

INDICADORES

$$\text{Margen de contribución porcentual (\%)} = \frac{\text{Margen de contribución total}}{\text{Total de ventas}}$$

$$\text{Margen de ganancia porcentual (\%)} = \frac{\text{Margen de ganancia total}}{\text{Total de ventas}}$$

Página 41

EL MARGEN DE GANANCIA

También, podemos aplicar el método de forma unitaria, por producto/servicio o categoría de producto/servicio. El **beneficio** de hacer estos cálculos es que **puedes saber qué tan rentable es producirlo** y **cuánto va a aportan al negocio para poder cubrir los costos y gastos fijos.** Para medir la rentabilidad del producto o servicio, te recomendamos calcular el margen de ganancia porcentual y, para medir el aporte individual para cubrir costaos fijos, te recomendamos calcular el margen de contribución ($) y el margen de contribución porcentual.

Los resultados por método directo de un producto, servicio o categoría de producto/servicio es:

RESULTADOS POR MÉTODO DIRECTO UNITARIO

Precio de venta del productos o servicios
− Costos y gastos variables del producto o servicio
Margen de contribución del producto o servicio
− Porción de costos y gastos fijos que le corresponde al producto o servicio
Margen de ganancia del producto o servicio

INDICADORES

Margen de contribución porcentual unitario (%) = **Margen de contribución unitario** / **Precio de venta**

Margen de ganancia porcentual unitario (%) = **Margen de ganancia unitario** / **Precio de venta**

Para poder aplicar esto, es indispensable la **ficha de cálculo de costos** propuesta en la temática 1 de esta guía.

También, recuerda **multiplicar por 100 los indicadores** para que te de un resultado en **porcentajes**.

Página 42

Página 43

GLOSARIO

Ahorros: Separar una parte de los ingresos obtenidos con la finalidad de guardarlo para su uso en el futuro.

Base de asignación: Es lo que se va a usar para repartir un costo o gasto, puede ser cantidad de horas invertidas, cantidad de productos fabricados, cantidad de productos vendidos, etc.

Bien/bienes: Son todos los materiales, herramientas, propiedades, maquinaria, vehículos comprados y utilizados para el funcionamiento del negocio.

Capital de trabajo: Es un saco de dinero imaginario que sólo se puede usar para comprar financiar el día a día del negocio.

Competencia: son todas las personas o negocios que ofrecen productos iguales, similares o que satisfacen la misma necesidad que mi negocio.

Costo de fabricación: Es lo que cuesta producir un producto o servicio, es la sima de materias primas, mano de otra y otros costos de fabricación.

Costo: Es todo desembolsos de dinero realizado para producir un producto, prestar tu servicio o comprar los productos para comercializarlos, con un único fin de obtener un ingreso igual o mayor al dinero gastado.

Cuantificar: Contar o darle valor numérico a algo.

Demanda: Es una de las componentes del mercado y representa a todas las personas que están comprado bienes y servicios.

Depreciación: Desgaste natural de las maquinarias, equipos, vehículos o herramientas por uso.

Desembolso: Pagar o entregar una cantidad de dinero.

Eficiente: Realizar un trabajo, una tarea o función sacándole el máximo de provecho a los recursos disponibles.

Egreso: Toda salida de dinero que experimenta un negocio, ya sea por una compra o por pagar.

Elementos del costo: Son 3; materias primas, mano de obra y otros costos de fabricación.

Estimable: Que no puede ser medido con exactitud, pero si se le puede dar un valor muy cercano en base a la experiencia previa.

Fijo: Es estable en el tiempo, no cambia mucho.

Finanzas personales: Gestión que realiza una persona con sus ingresos, considerando gastos, en

Finanzas: Área que se encarga del ingreso y la administración de dinero.

Gasto: Es todo desembolsos de dinero que necesariamente realizas para que tu negocio funcione, ya sea en el proceso de ventas o en la administración general.

Indicador: Dato o información que sirve para dar a conocer, valorizar o analizar un hecho.

Ingreso: Toda entrada de dinero que experimenta un negocio, generalmente, provienen únicamente de las ventas del mismo.

Mano de obra: Personas que participan del proceso productivo de un producto o la prestación de un servicio.

Margen de contribución: Es lo que queda de las ventas después de descontar los costos y gastos variables,.

Margen de ganancia: Es lo que queda de las ventas después de descontar los costos y gastos de los productos vendidos.

GLOSARIO

Materias primas: Son todos los insumos y/o materiales necesarios para fabricar un producto o prestar un servicio.

Medible: Que se puede medir con, fácilmente, con exactitud.

Mercado: Lugar imaginario donde interactúa la demanda (clientes) y la oferta (negocios) mediante la compraventa de productos y/o servicios.

Método directo: Técnica utilizada para calcular los resultados de un negocio.

Negocio: Cualquier actividad, ocupación, método que tiene como fin obtener ganancias, mediante la satisfacción de necesidades o resolución de problemáticas de los clientes.

Oferta: Es una de las componentes del mercado y representa a todas los negocios que están ofreciendo bienes y/o servicios.

Otros costos de fabricación: Son desembolsos realizados en el proceso de producción de un producto o prestación de un servicio que no es clasificada como materia prima ni mano de obra.

Plan de cuentas: Conjunto de categorías que se utilizarán para agrupar los diversos movimientos de dinero que tiene un negocio.

Porcentaje: Cantidad que representa una proporción de algo respecto a un total.

Porcentual: Que se expresa en porcentaje.

Porción: Parte de algo considerado un todo, como un trozo de pizza.

Prestación: entregar, realizar un servicio o ayuda a otra persona

Proceso de prestación: Etapa de la cadena de valor de un negocio donde se está realizando el servicio.

Proceso productivo: Etapa de la cadena de valor de un negocio onde se está fabricando un producto.

Proceso: Conjunto de etapas o fases que se realizan para hacer, transformar o mejorar un producto o servicio.

Producto: Es una cosa que resulta de un proceso productivo, trabajo u operación.

Proporción: Relación entre dos o más cosas.

Propuesta de valor: Es lo que ofreces al cliente, más que un producto o servicio, esto se refiere a cualidades de los mismos que generan un beneficio y sensación se utilidad para el cliente.

Rango de precio: Conjunto de valores que puede tomar un número, pero que se limita con un valor máximo y un valor mínimo.

Registro contable: Es un concepto administrativo-contable que consta de anotaciones que se realizan en un libro, cuaderno, planilla o similar para registrar TODOS los movimientos de dinero que tiene un negocio

Servicio: Acción o actividades que se realizan para satisfacer las necesidades o resolver las problemáticas de un cliente.

Sueldo: Lo que te queda de una serie de movimientos de dinero o matariales, puede ser una cantidad en favor o en contra.

Tasa de asignación: representa una proporción o porcentaje de algo que fue repartido según una base de asignación.

Unitario/Unidad: Una cosa algo.

Unidad de medida: Cantidad estandarizada que sirve para medir; centímetros, horas, kilogramos, litros, etc.

Variable: Que cambia, con frecuencia.

Página 46

DATOS ÚTILES

REGLA DE 3 SIMPLE

La regla de 3 simples es un concepto matemático que sirve para calcular proporciones. ¡Veamos cómo se aplica!

Si 3 kilos y medio de tomates me cuesta $4.165, ¿cuánto me cuesta comprar 13 kilos de tomate?

1. Ordenar la información en un cuadro de 2x3

Kilos de tomate (kg)	Valor ($)
3,5 kg	$4.165
13 kg	X ?

2. Multiplicar cruzado y dividir por el número diagonal a la X

Kilos de tomate (kg)	Valor ($)
3,5 kg	$4.165
13 kg	X ?

Dividir

Multiplicar

$$X = \frac{13\ kg\ x\ \$4.165}{3,5\ kg} = \$15.480$$

EQUIVALENCIA DE UNIDADES

Las equivalencias de unidades o conversiones de unidades son transformaciones de un valor numérico de cierta unidad de medida a otra unidad de medida, pero de la misma naturaleza. ¡Veamos algunos ejemplos!

Tiempo

1 año es igual a 12 meses
1 año es igual a 365 días
1 día es igual a 24 horas
1 hora es igual a 60 minutos
1 minuto es igual a 60 segundos

Volumen

1 litro es igual a 1.000 mililitros.
1 litro es igual a 1.000 centímetros cúbicos.

Distancias

1 kilómetro es igual a 1.000 metros
1 metro es igual a 100 centímetros
1 centímetro es igual a 10 milímetros

Masa

1 kilogramo es igual a 1.000 gramos
1 tonelada es igual a 1.000 kilógramos

* Se puede usar la regla de 3 simples para calcular más conversiones de unidades.

Página 47

DATOS ÚTILES

DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS

La depreciación es un concepto contable y tributario que consiste en considerar el desgaste que tienen los bienes (activos del negocio, ya res herramientas, maquinarias, equipos, etc.) por el simple hecho de usarlos. El menor valor de dichos bienes se calcula de la siguiente manera:

Depreciación lineal anual $= \dfrac{\textit{Valor de compra del actrivo} - \textit{Valor resisual}}{\textit{Vida útil en años}}$

Depreciación lineal mensual $= \dfrac{\textit{Valor de compra del actrivo} - \textit{Valor resisual}}{\textit{Vida útil meses}}$

* Se sugiere asumir valor residual igual a $0, el valor residual es el precio que tendrá el activo luego de cumplirse su vida útil.
** La vida útil puede ser un valor en años, meses, días, etc. y representa el tiempo que debería durar el activo. Puedes encontrar la vida útil de muchos bienes en www.sii.cl o en Google.
*** Generalmente, las personas que inician negocios tienden a pensar que el valor que deben traspasar al cliente es el de la inversión de los activos al momento de comprarlos, pero eso no es así. Lo que permite la Ley sobre Impuestos a la Renta, y por ende, lo que se debe hacer, es que puedes contar como costo del producto el desgaste natural de los bienes.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un concepto económico para representar el número mínimo de unidades que una empresa necesita vender para que el beneficio o ganancia sea cero, es decir, es cuando los costes y gastos totales igualan a los ingresos por ventas totales. La fórmula para hacer el cálculo es:

Punto de equilibrio del negocio ($) $= \dfrac{\textit{Costos y gastos fijos}}{\left(\dfrac{\textit{Ventas totales} - \textit{cosyos y gastos variables}}{\textit{Ventas totales}}\right)}$

Punto de equilibrio del negocio ($) $= \dfrac{\textit{Costos y gastos fijos}}{\textit{Margen de contribución porcentual}\ (\%)}$

Punto de equilibrio del negocio (Q) $= \dfrac{\textit{Costos y gastos fijos}}{\textit{Margen de contribución porcentual}}$

* En la última fórmula, Q significa cantidad. Además, dicha fórmula se puede aplicar sólo cuando estás analizando 1 producto/servicio.

REFERENCIAS

Corporación Construyendo Mis Sueños (2015), *Manual Programa Más Capaz, Mujer Emprendedora.*

Corporación Construyendo Mis Sueños (2015), *Manual del Facilitador Programa Más Capaz, Mujer Emprendedora.*

Horngren, Datar & Foster (2007) *Contabilidad de costos: Un enfoque generacional.*

Simón & Pérez (2004), *Finanzas para emprendedores.*

Fotos de www.freepik.es.

Íconos de www.flaticon.es y Power Point Microsoft.

Redacción y diseño gráfico

Nicole Henríquez Videla

UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA
DEPARTAMENTO
DE INGENIERÍA
COMERCIAL
GUÍA DE LA MICROEMPRENDEDORA
Y EL MICROEMPRENDEDOR
Conceptos básicos de costos y registro contables
NICOLE HENRÍQUEZ VIDELA

Anexo O. Información de muestreo EME – 5

Anexos

La encuesta ha sido elaborada en conjunto por el Instituto Nacional de Estadísticas y Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. El marco muestral de la encuesta está compuesto por las personas que en la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) del trimestre marzo-mayo del año 2017 se clasificaron como trabajadores por cuenta propia o empleadores con hasta 10 trabajadores (incluyendo al dueño), por esta razón la encuesta sigue un proceso bifásico (dos fases), considerando un levantamiento aleatorio, a partir de la muestra obtenida en la ENE.

Del marco muestral anterior se seleccionó una muestra de 8.199 viviendas, en las cuales residía al menos un trabajador independiente, lo que dio paso a una muestra final de 8.820 trabajadores independientes seleccionados. Esta muestra se levantó durante tres meses. La encuesta tiene representatividad a nivel nacional y regional.

- **Formato:** Presencial al informante directo, múltiples visitas de ser necesario.
- **Alcance:** Nacional.
- **Representatividad:** Nacional y regional.
- **Institución a cargo:** Instituto Nacional de Estadísticas (INE) es el encargado del diseño muestral y del levantamiento de la encuesta.
- **Fecha de la encuesta:** Trimestre mayo-julio 2017.
- **Período de expansión:** Trimestre marzo-mayo 2017, más ajuste poblacional
- **Población objetivo:** 1.992.578 trabajadores por cuenta propia o empleados con hasta 10 trabajadores (incluyendo al dueño), que residen en viviendas particulares ocupadas del territorio nacional.
- **Total independientes:** 7.122.
- **Error muestral absoluto:** 1,17 %.
- **Nivel de confianza:** 95 %.

Respecto a algunas consideraciones de representatividad, en relación al factor de expansión, lo siguiente:

- Para una medición óptima sobre la generación de empleo de los microemprendimientos de la EME se requiere realizar un ajuste a los factores de expansión de la EME. El problema surge porque existe la probabilidad de que existan socios dueños de una unidad económica que residen en más de una vivienda y que, por lo tanto, se podrían estar contabilizando doblemente en la EME. Si bien son muy pocos los microemprendedores que tienen socios, es necesario calibrar los factores de expansión considerando estas probabilidades para así no sobreestimar la generación de empleo en la EME.
- Con el objeto de permitir comparabilidad estadística y conceptual de los resultados generados a partir de la EME 4 y 5, se realizó un proceso de recálculo de factores de expansión de la 4 versión. Esto redujo el universo de la EME 4 pasando de 1.865.860 a 1.812.708.