UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
Departamento de Ingeniería Comercial

Evaluación de los efectos de la migración digital en la transformación de los productos del rubro de factoring en Chile: El efecto en el nuevo mercado.

José Diego Torres Saucedo
INGENIERÍA COMERCIAL
Octubre 2021

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
Departamento de Ingeniería Comercial

Evaluación de los efectos de la migración digital en la transformación de los productos del rubro de factoring en Chile: El efecto en el nuevo mercado.

Tesis presentada por
José Diego Torres Saucedo
Como requisito para optar al Título de
INGENIERO COMERCIAL

Director de Tesis: **Dr. Lionel Valenzuela**
Octubre 2021

TITULO DE TESIS:

“Evaluación de los efectos de la migración digital en la transformación de los productos del rubro de factoring en Chile: El efecto en el nuevo mercado”.

AUTOR:
JOSÉ DIEGO TORRES SAUCEDO

TRABAJO DE TESIS, presentando en cumplimiento parcial de los requisitos para el Título de Ingeniero Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María.

Observaciones:

_____

_____

Dr. Lionel Valenzuela O. ……..……..

Dr. Zocimo Campos J. .....

Santiago, octubre 2021

Todo el contenido, análisis, conclusiones y opiniones vertidas en este estudio son de mi exclusiva responsabilidad.

Nombre: José Diego Torres Saucedo

Firma:

Fecha: 20 de octubre del 2021

AGRADECIMIENTOS

En este espacio, quiero expresar mi gratitud a quienes estuvieron en el trayecto de este desafío académico y que es fruto del constante esfuerzo entregado, primeramente doy gracias a Dios por haberme iluminado y guiado durante este proceso universitario, porque sin él no hubiera podido salir adelante en los momentos difíciles y de prueba. El sacrificio fue grande pero Dios siempre me entregó la fuerza necesaria para continuar y lograrlo. Este triunfo también es suyo mi Dios.

Quiero hacer una mención especial a mi abuelo Adán, que hoy en día no está, pero que su anhelo siempre fue verme un profesional y una excelente persona, gracias por tus sabios consejos, el amor inmenso que me brindaste y por ser de mí una persona noble, este logro es gracias a ti.

Seguidamente, agradezco a mi abuela Juana, mamá Mirtha, tía Antonia, y hermana Jhael por su apoyo incondicional, por creer en mí y en mis competencias, son el motor de mi vida y por quienes trato de ser mejor día tras día. A su vez, gracias al esposo de mi madre, Samuel, quien me acogió y aceptó como familia desde que llegué a este hermoso país, Chile, gracias por enseñarme el costo de la vida y brindarme tu apoyo durante este proceso.

Al mismo tiempo, agradezco a mi compañera de vida incondicional, quién me sustentó y dio aliento en todo este proceso, gracias por tus consejos, amor entregado día a día, por estar siempre y por la paciencia conmigo, Gabriela.

Para finalizar, entrego reconocimiento a todos los profesores que me brindaron sus conocimientos y experiencias durante este proceso, en especial, a mi profesor guía Dr. Lionel Valenzuela, por la confianza, dedicación, tiempo y orientación que me brindó en esta etapa final.

Dios nos bendiga, proteja y guie en estos tiempos de pandemia.

Amén.

RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día, las Pymes son el motor de la economía de cada país, sin embargo, su mayoría tienen dificultad para acceder al sector financiero, esto debido a las políticas poco flexibles y restrictivas que ofrece esta industria, específicamente empresas de factoring[1] tradicionales y la burocracia existente en la banca. Es por ello, que el desarrollo y crecimiento de la pequeña y mediana empresa es obstaculizado por la falta de capital para sus operaciones, inserción a nuevos mercados y/o nuevos proyectos.

El presente estudio se da como consecuencia de la exposición de varias grietas en la estructura de financiamiento que fueron expuestas por el estallido social en Chile y el impacto de la pandemia que ha sido transversal en todos los sectores, económico, político y social, donde pequeñas y medianas empresas demostraron disminución en sus ventas o tuvieron que cesar sus actividades comerciales por la limitación de apoyo financiero del sector privado debido a la incertidumbre económica y las restricciones de cuarentenas que impedían concretar negocios.

Si bien hoy en día, existen diversas empresas financieras que podrían resolver este problema de financiamiento hacia las Pymes, existe otra causal que impide cubrir la necesidad de éstas, debido a un problema de cobertura y/o alcance que se tiene por la falta de implementación de la tecnología en los procesos operativos de las empresas financieras. Es por ello, que el interés en la transformación digital del sector financiero, busca impulsar la inclusión financiera, transparencia y agilidad, promoviendo a su vez la eficiencia[2] en el proceso de aprobación y desarrollo de negocios con las Pymes, entregando autonomía a los usuarios financieros para la toma de decisiones mediante la interacción con plataformas digitales de fácil acceso

[1] Es una alternativa de financiamiento mediante la cual se celebra un contrato de servicios, en el cual el cliente transfiere sus créditos (cuentas por cobrar) para obtener liquidez inmediata.

[2] Es lograr el objetivo con los mínimos recursos.

y con solución inmediata a su problema de liquidez sin necesidad de trasladarse a las instalaciones físicas de la empresa financiera en busca de concretar el financiamiento.

Según los resultados obtenidos, se destaca que los usuarios financieros privilegian el modelo de negocio de la Fintech por sobre el modelo del Factoring Tradicional, desplazando a último factor de decisión el costo del financiamiento, lo cual destaca que hoy en día, el valor agregado para los clientes es la colaboración constante, oportuna y que entiendan las necesidades que sufren las Pymes del país en su ciclo de vida empresarial.

A su vez, la variedad de productos que ofrecen la Fintech es sumamente valorada por las Pymes, ya que les permite cubrir distintas variables exógenas[3] que se les presente, en conjunto con la flexibilidad que les permite tener una relación comercial duradera y transparente dado la información online que se transmite en cualquier horario y lugar.

Es primordial que el sector financiero migre a la transformación digital, puesto que fomentará un crecimiento acelerado de las Pymes debido al apoyo financiero, logrando conseguir integrar a usuarios financieros que hoy en día no tienen la oportunidad de acceder a este rubro por las políticas restrictivas que presentan las grandes compañías, y que en su defecto no valida que estas empresas tengan un mal comportamiento crediticio sino que se prefiere no apostar por este gremio empresarial.

En conclusión, en la presente memoria se proporciona los modelos de negocio del Factoring y Fintech, las ventajas de la Fintech, su aceptabilidad y se destaca la necesidad apremiante de contar con una ley que regule esta industria para impulsar su desarrollo y promover la competencia en el rubro financiero.

[3] Son variables exentas al control de la empresa, y que son difíciles de predecir o manipular de modo alguno, logrando afectar el desarrollo de la economía.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN **12**

CAPÍTULO I **15**

2. ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO **16**

3. OBJETIVOS **18**

3.1. Objetivo General **18**

3.2. Objetivos Específicos **18**

4. HIPÓTESIS **20**

CAPÍTULO II **21**

5. ALCANCE DEL ESTUDIO **22**

6. ESTADO DEL ARTE **24**

6.1 Antecedentes del Estado del Arte **25**

6.2 Historia y Antecedentes **41**

6.2.1 Factoring 41

6.2.2 Fintech 44

6.3 Regulación Legal del Factoring y Fintech en Chile **47**

6.3.1 Factoring 47

6.3.2 Fintech 48

6.4 Composición y funcionamiento del Factoring y Fintech en Chile **50**

6.4.1 Sector Factoring 50

6.4.2 Sector Fintech 52

6.5 Ventajas y debilidades del Factoring y Fintech **53**

6.5.1 Factoring 53

6.5.2 Fintech 55

6.6 Evolución del Factoring y Fintech en la economía chilena 56

CAPÍTULO III 62

7. PROPUESTA DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO 63

8. APLICACIÓN METODOLÓGICA 67

8.1 Diseño Muestral 68

8.1.1 Población Objetivo 68

8.1.2 Marco Muestral 69

8.1.3 Cobertura 69

8.1.4 Justificación del Diseño Adoptado 69

8.1.5 Tamaño de Muestra 70

8.2 Modo de Aplicación de Encuesta 71

8.3 Operacionalización 71

8.3.1 Título de la Encuesta 71

8.3.2 Objetivo de la Encuesta 71

8.3.3 Concepto de la Encuesta 71

8.3.4 Dimensiones de la Encuesta 72

8.4 Manual de Trabajo de Campo 78

8.4.1 Tecnología Aplicada a la Encuesta 79

8.4.2 Invitación de la Encuesta 79

8.4.3 Duración del Trabajo de Campo 80

8.4.4 Navegación y Usabilidad de la Encuesta Online 80

8.4.5 Obligatoriedad de las Respuestas 81

8.4.6 Elementos de Seguridad 81

8.4.7 Duración de la Encuesta 81

8.5 Reporte de No Respuesta 81

8.6 Estrategias para enfrentar la Tasa de No Respuesta Esperada 83

CAPÍTULO IV 84

9. RESULTADOS 85

9.1 Informe de No Respuesta de la Encuesta Aplicada 106

10. CONCLUSIONES 108

11. RECOMENDACIONES APLICADAS 111

CAPÍTULO V 113

12. BIBLIOGRAFÍA 114

13. WEBGRAFÍA 117

14. ANEXOS 120

Anexo 1: Miembros de la Asociación Chilena de Empresas de Factoring, 2021 . 120

Anexo 2: Miembros de la Asociación Empresas de Factoring Chile AG, 2021 121

Anexo 3: Miembros de la Asociación FinteChile, 2021 123

Anexo 4: Ley N.º 19.983 del año 2004 128

Anexo 5: Ley Nº 20.727 del año 2014 134

Anexo 6: Calendario de Ingreso de los Contribuyentes a Facturación Electrónica 135

Anexo 7: Resultados Estadísticos de la Encuesta. 136

15. GLOSARIO Y ACRÓNIMOS 143

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro Resumen de los Estudios Expuestos …….…… **39 - 41**

Tabla 2. Desarrollo de la Propuesta Metodológica ……..…… **66**

Tabla 3. Dimensión: Categorización del Cliente ……..……...… **72 - 73**

Tabla 4. Dimensión: Preferencia del Usuario Financiero ……...……..... **74**

Tabla 5. Dimensión: Conocimiento de la Fintech ..……..…… **75**

Tabla 6. Dimensión: Origen de la Preferencia de la Fintech ……....……...… **76 - 77**

Tabla 7. Resultado de Sectores Económicos ……..... **85**

Tabla 8. Resultado de Otros Sectores Económicos ……....……..…… **87**

Tabla 9. Resultado de Cobertura Nacional ……..... **88**

Tabla 10. Resultado de Tamaño de Empresas según sus Ventas Anuales ……... **90**

Tabla 11. Resultado de Antigüedad de las Empresas ……...… **91**

Tabla 12. Resultado de Preferencias del Usuario Financiero .....…...… **92**

Tabla 13 Resultado de Agregado de Valor para el Usuario Financiero ……....… **93**

Tabla 14. Resultado de Factor de Decisión para el Usuario Financiero ...…...…... **95**

Tabla 15. Resultado del Conocimiento del Rubro por el Usuario Financiero …..... **96**

Tabla 16. Resultado de las Características de las Fintech ……..…..... **97**

Tabla 17. Resultado de la Preferencia por Auto Atención ……..... **98**

Tabla 18. Resultado sobre la Agilidad de los Financiamientos ……..…..... **100**

Tabla 19. Resultado sobre si es un Factor de Decisión la Agilidad en los Financiamientos **101**

Tabla 20. Resultado sobre la Inclusión Financiera **102**

Tabla 21. Resultado sobre la Variedad de Productos que ofrece la Fintech **103**

Tabla 22. Resultado sobre la Aceptabilidad de una Plataforma Web **104**

Tabla 23. Miembros de la ACHEF **120**

Tabla 24. Miembros de la EFA AG ..... **121 – 122**

Tabla 25. Miembros de FinteChile ..... **123 – 127**

Tabla 26. Calendario para facturación electrónica **135**

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Volumen en Euros del Factoring en Chile en los últimos 7 años **58**

Gráfico 2. Evolución Stock Industria Factoring hasta el 2020 ..... **59**

Gráfico 3. Participación del Stock por Actividad Económica **59**

Gráfico 4. Sectores Económicos **86**

Gráfico 5. Cobertura Nacional **89**

Gráfico 6. Tamaño de Empresas **90**

Gráfico 7. Antigüedad de las Empresas **91**

Gráfico 8. Preferencias del Usuario Financiero **92**

Gráfico 9. Agregado de Valor para el Usuario Financiero **94**

Gráfico 10. Factor de Decisión para el Usuario Financiero ……..…….... **95**

Gráfico 11. Conocimiento del Rubro por el Usuario Financiero .....……..... **96**

Gráfico 12. Conocimiento de las Características de las Fintech ….....…….…..... **97**

Gráfico 13. Preferencia por Auto Atención ……...……..... **99**

Gráfico 14. Preferencia por la Agilidad de los Financiamientos ……..……..... **100**

Gráfico 15. Es un Factor de Decisión la Agilidad en los Financiamientos …..... **101**

Gráfico 16. Inclusión Financiera por parte de la Fintech …..... **102**

Gráfico 17. Variedad de Productos que ofrece la Fintech …..... **103**

Gráfico 18. Aceptabilidad de una Plataforma Web …..... **105**

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Evolución de la Tecnología Financiera ……..... **46**

Ilustración 2. Regulación Scorecard ……..... **49**

Ilustración 3. Diagrama Operacional de Factoring ……..... **51**

Ilustración 4. Diagrama Operacional de la Fintech ……..... **53**

Ilustración 5. Reseña Histórica del Factoring en Chile ……..... **57**

Ilustración 6. Distribución de Fintech por país ……..... **60**

INTRODUCCIÓN

En el 2019, la economía chilena fue contenida por las pequeñas y medianas empresas del país, donde estas aportaron el 17% del PIB[4], por su parte las grandes empresas representaron el 83% del mismo indicador en el mismo periodo, no obstante, las Pymes[5] obtuvieron el 13,1% de las ventas totales en la economía del mismo año, y a su vez este segmento del gremio empresarial promueve el 53% del empleo de la economía chilena, sin embargo, son los que reportan los salarios más bajos. (Carlos Alonso, La Tercera, 2020)

Siendo las Pymes el motor de la economía, éstas tienen distintas dificultades para el acceso al sector financiero, lo cual es primordial no solo para su desarrollo y crecimiento, sino también porque los emprendimientos, rentabilizan de mayor manera estos recursos y esto a su vez promueve mayor eficiencia en la redistribución de capital.

Es por ello, que la herramienta financiera del factoring llega a dar un respiro a este segmento de empresas, a través de la compra de sus cuentas por cobrar, logrando así incrementar la liquidez de las mismas, para un mejor control operacional o desarrollo de nuevos negocios.

Este tipo de financiamiento representa una gran ayuda para las Pymes, ya que es un generador de liquidez que no figura deuda crediticia y que permite tener mejores indicadores financieros en cuanto a liquidez y recuperación de las ventas al crédito.

Sin embargo, presenta problemas de alcance para el desarrollo de negocios desde el inicio del estallido social en Chile, el cual sucedió en octubre del 2019, y

[4] Producto Interno Bruto, es el valor total de los bienes y servicios producidos en una economía durante un periodo determinado de tiempo.

[5] Pequeñas y Medianas Empresas, es una clasificación de tamaño de empresas realizada por el Ministerio de Economía, se determinan debido al nivel de ventas anual en unidades de fomento.

se agudizó durante el inicio de la pandemia del Covid-19 en el país, en vista de estos acontecimientos el crecimiento del rubro del factoring no reportó un alza aun cuando las Pymes del país necesitaban ayuda financiera para seguir con su funcionamiento, sino, éstas tuvieron un retroceso debido a la incertidumbre económica que se vivía y a la poca inversión en TI[6] de este sector, lo que se tradujo en un impedimento en lograr tener mayor cobertura para el desarrollo de negocios con Pymes en las distintas regiones del país.

Estos hitos detuvieron la economía chilena al no contar con programas de financiamientos con tecnología, lo cual permite tener un mayor alcance con el desarrollo de nuevos negocios, logrando tener un sistema operacional breve para los distintos clientes que requieran del uso de esta herramienta.

Es por ello, que se genera un impulso a la revolución tecnológica financiera, que abarca el sector Fintech[7], quienes proponen un modelo de negocio para acceder a financiamientos de fácil acceso, transparentes, seguros y cómodos en el tiempo que se está viviendo.

La memoria está estructurada por cuatro capítulos, el primero describe la finalidad del estudio, donde destaca la raíz de la problemática principal y con ello se establecen los objetivos a lograr durante el desarrollo, consiguiendo sustentar la eficiencia de las Fintech en tres términos ante una empresa de factoring tradicional.

El segundo capítulo, detalla el horizonte de la investigación y los tipos de estudios que se realizarán, de tal manera conseguir describir los distintos sistemas operacionales sustentados por bases teóricas, explicando la relevancia, regulación, ventajas y debilidades de ambos modelos en el país.

[6] Tecnología de la Información, esta herramienta permite tener el desarrollo de sistemas de información como software, hardware, aplicaciones de computadoras y sistemas operativos.

[7] Tecnología financiera (del inglés financial technology), es el desarrollo de productos y servicios financieros basados en innovación tecnológica.

El tercer capítulo, establece la metodología de la investigación, detallando el proceso y los tiempos de ejecución, logrando tener la canalización de datos, resultados de las encuestas mostrados por gráficos estadísticos sobre el proceso de la migración digital de una empresa tradicional de factoring a una Fintech.

Por último, el cuarto capítulo interpreta los resultados obtenidos de la metodología aplicada, lo cual permitirá explicar las conclusiones y generar las recomendaciones para el sector tradicional del factoring, simplificando la data obtenida, y al mismo tiempo generar el ejemplo a seguir con la revolución tecnológica y los beneficios que otorga este sector hoy en día.

CAPÍTULO I

ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO

OBJETIVOS

HIPÓTESIS

2. ORIGEN Y PROPÓSITO DEL ESTUDIO

La motivación del estudio se da en virtud del conocimiento del mercado financiero y la experiencia en el rubro por más de seis años en todas las áreas de una empresa financiera, específicamente del factoring, y el interés en ser parte de la transformación del rubro y los productos que se ofrecen.

Actualmente, soy un estudiante con visión de crecimiento profesional en el rubro financiero, con interés en liderar la expansión de la empresa para la cual trabajó en nuevos mercados. Al mismo tiempo, con el ideal de formar parte del equipo de líderes de negocios internacional y transformar la propuesta de los oferentes hacia las necesidades de los demandantes para lograr ser su partner financiero. Para este fin, se debe:

- Identificar las características principales del factoring.
- Medir el impacto del factoring tradicional al digital.
- Identificar el comportamiento del mercado financiero chileno.
- Identificar nuevos mercados dentro de la Región Latinoamericana.

El propósito del estudio se da como consecuencia del estallido social en Chile que tuvo su inicio el 18 de octubre del 2019 y el impacto de la pandemia que ha sido transversal en todo sector, económico, político y social, donde pequeñas y medianas empresas tuvieron que cesar sus actividades comerciales por las distintas restricciones sanitarias impuestas por el gobierno, las razones principales de este hito fueron:

- La falta de capital para nuevos proyectos o la inserción en nuevos mercados.
- La limitación de apoyo financiero del sector privado debido a la incertidumbre económica y la restricción de cuarentena que impedía concretar negocios con clientes nuevos.

Teniendo en cuenta la útil herramienta que representa el financiamiento para las Pymes en su crecimiento durante su ciclo de vida empresarial, es de considerable interés la transformación digital en los distintos mercados, lo cual fomenta un incremento en las ventas y captación de clientes potenciales.

La migración digital es necesaria para promover un mayor crecimiento y marcar el liderazgo de la empresa en el mercado financiero, con ello logrando expandirse dentro de la Región Latinoamericana.

La finalidad del estudio busca incrementar la migración de factoring tradicionales a sistemas digitales, mediante la aplicación de plataformas interactivas, logrando eficiencia en el proceso de aprobación y desarrollo de negocios. Promoviendo la captación de clientes potenciales a través de la persuasión hacia los medios digitales, obteniendo así, que el 50% de la cartera actual del factoring logre auto atenderse, permitiendo a su vez mayor capacidad de atención y con ello lograr obtener financiamiento óptimo en un corto plazo de tiempo de 30 minutos desde su solicitud. Logrando con ello, incrementar las posibilidades de venta a través de una transformación en el rubro del factoring al mundo digital, facilitando la rapidez, transparencia y la eficiencia en el proceso operacional.

La evaluación de los efectos de la migración digital de las empresas de factoring tradicional será alcanzada al finalizar el segundo trimestre académico del 2021.

3. OBJETIVOS

Los objetivos expresados en este estudio se crean principalmente por la inminente transformación del mercado financiero hacia un mundo digital que ofrece el modelo de negocio Fintech, en donde las Pymes del país empiezan a encontrar una oportuna, eficiente y tecnológica solución al problema de alcance e inclusión al sistema financiero para obtener liquidez inmediata durante su ciclo de vida empresarial.

3.1. Objetivo General

Demostrar los beneficios de la migración digital a las empresas de factoring tradicional, en términos del incremento en la eficiencia en el desarrollo de negocios, a través de un análisis de información cualitativa y cuantitativa, con el propósito de incrementar las Fintech en el país y en consecuencia tener un crecimiento económico para con ello lograr reducir el desempleo.

3.2. Objetivos Específicos

1. Conocer, comprender y analizar el funcionamiento de los modelos de negocios junto con la regulación legal de las empresas de factoring y Fintech del país, sintetizando la información recopilada para identificar sus características, ventajas y desventajas de una posible migración digital de las empresas de factoring del país.

2. Elaborar una propuesta metodológica para demostrar el impacto de la migración digital en el rubro financiero y su colaboración con el financiamiento de las Pymes.

3. Proponer cómo la transformación digital es el nuevo mercado para las empresas financieras, determinando que la celeridad en el desarrollo de negocios es un proceso fundamental en el financiamiento a las Pymes.

4. Realizar el diseño y marco muestral para la elaboración del modo de aplicación de encuesta logrando evaluar los beneficios del mercado Fintech.

5. Determinar el resultado final del estudio realizado, generando conclusiones profesionales, académicas y personales para el efecto de la migración digital en el sector financiero y sugiriendo un conjunto de recomendaciones que sirva para la continuación de este estudio en distintas industrias en el sector de las Pymes y grandes empresas.

4. HIPÓTESIS

Según (Universidad de Chile, 2020), la hipótesis se entiende como un pronóstico o justificación preliminar al desarrollo de una investigación. El diseñar, nos posibilita determinar las variables de la investigación que se busca realizar, por consiguiente, como la investigación presenta un estudio descriptivo y explicativo, es necesario la ayuda del planteamiento de la hipótesis para definir las variables a trabajar.

Por ello, la hipótesis para el presente estudio es:

“Las empresas Fintech son más eficientes, en términos de costo, tiempo y alcance en relación a una empresa de factoring tradicional, por lo tanto, se debe conocer la aceptación de los clientes hacia las empresas Fintech por sobre las empresas de Factoring”.

CAPÍTULO II

ALCANCE DEL ESTUDIO

ESTADO DEL ARTE

5. ALCANCE DEL ESTUDIO

En este estudio se pretende identificar las características de la migración digital del rubro de factoring en Chile, la cual incide en una transformación de los productos que ofrecen los oferentes del rubro, esto es debido a que la migración a la era digital contiene una reestructuración del modelo de negocio establecido por cada oferente.

Por consiguiente, esta investigación contribuirá a comprender los efectos de la migración digital en el rubro de factoring en Chile, industria que se encuentra consolidada en el país y se entregará sugerencias de nuevos mercados para su expansión dentro de la Región Latinoamericana, en economías con potencial de Pymes con poco apoyo y asesoramiento financiero.

Esta investigación se realizará en primera instancia en el mercado chileno, en el cual se dará a conocer las ventajas que proporciona la era digital para el rubro financiero, específicamente factoring, y en segunda parte se estudiará la posible implementación y aceptabilidad del nuevo modelo de negocio que ofrecen las Fintech.

El universo de datos en el que estará focalizado este estudio serán las siguientes instituciones: ACHEF[8] (Asociación Chilena de Empresas de Factoring, 2021), esta asociación está compuesta por 10 empresas del rubro (Ver Anexo 1), EFA[9] (Asociación Empresas de Factoring Chile AG, 2021), organismo conformado por 21 empresas del rubro (Ver Anexo 2) y FinteChile[10] (FinteChile, 2019), institución formada por 94 empresas de las cuales cabe destacar que sólo 11 empresas ofrecen productos relacionados al rubro en estudio (Ver Anexo 3).

[8] Asociación Chilena de Factoring, es un gremio de empresas financieras cuyo objetivo es promover la práctica de esta herramienta financiera.

[9] Empresas de Factoring Chile A.G., es un gremio de factoring privados.

[10] Asociación de Empresas Fintech de Chile, es un grupo de empresas de tecnología financiera, con el objetivo de incentivar y revolucionar esta industria.

Para el desarrollo de esta investigación, se analiza los casos de éxito de las Fintech y su revolución en el mercado financiero, en conjunto con las condiciones del mercado del factoring.

Por otro lado, la metodología se basa en el plan de negocios que ofrece un factoring tradicional en comparación de una Fintech, en el cual se pretende calcular el bienestar económico de los demandantes del servicio.

Para elaborar el estudio, se requiere de los conocimientos de las asignaturas de Marketing debido a las herramientas de negocio que utilizan las Fintech para transformar el rubro, Gestión Estratégica por su apoyo en la reestructuración del modelo de negocios que se deben redefinir al momento de una posible migración de las empresas de factoring tradicionales y Finanzas por su enfoque en el incremento del valor de una empresa estableciendo estrategias para un sistema de control financiero adecuado.

En la confección de la memoria, se abarcan tres tipos de estudios secuenciales con la información recopilada:

- **Exploratorio:** Porque es un mercado el cual revoluciona la industria financiera y no ha sido explotado tanto por los demandantes como oferentes del rubro en estudio.

- **Descriptivo:** Debido a la caracterización que se realizarán de los procesos operacionales de ambos modelos de negocios, y el perfil de clientes que abordan.

- **Explicativo o Causal:** Por la justificación de la propuesta en la migración digital al modelo financiero actual, en el cual se debe destacar el por qué y sus condiciones de beneficios al formar parte del nuevo mercado.

El período de la investigación se realizará durante siete meses, de marzo a octubre del 2021, adquiriendo información bibliográfica, la cual será analizada para desarrollar el escrito.

6. ESTADO DEL ARTE

A continuación, se detalla el Estado del Arte, lo cual fue desarrollado en base a diferentes investigaciones y estudios que se han realizado sobre el tema en desarrollo, las diversas síntesis se agruparon según el argumento que cada uno presentaba, iniciando por la Ley 19.983, continuando con el análisis de la herramienta financiera que es el Factoring, para finalizar con el desarrollo de la migración digital del Factoring, asociándose a la Industria Fintech y su desarrollo en las economías.

De los estudios realizados se elaboraron fichas técnicas para permitir su comprensión de manera oportuna, obteniendo tener una mayor visualización sobre los distintos puntos de vista sobre la investigación para con ello lograr comparar ideas, posturas y conseguir una apreciación neutral sobre el mismo, la estructura utilizada para la elaboración fue la siguiente:

Nombre del Estudio
Descripción del Estudio
Objetivos del Estudio
Aporte del Estudio
Valoración Personal
Referencia
Link

6.1 Antecedentes del Estado del Arte

Ley 19.983

1. **Nombre del Estudio:**

Evolución del factoring como opción de liquidez antes y después de la promulgación de la Ley 19.983.

Descripción del Estudio:

Esta memoria analiza los efectos del rubro del factoring previo y post a la promulgación de la Ley N.º 19.983 del año 2004 (Ver Anexo 4) y la Ley Nº 20.727 del año 2014 (Ver Anexo 5), donde la primera es la que regula la transferencia y otorga mérito ejecutivo a la copia cedible de la factura, y la segunda introduce modificaciones a la legislación tributaria en materia de factura electrónica. Examina el alcance del factoring con las nuevas regulaciones, destacando el número de participantes, descripción del servicio y su funcionamiento, asimismo realza las ventajas y desventajas de esta herramienta financiera. Estudia la facilidad del cobro de la factura al emisor o al receptor del crédito mediante un juicio ejecutivo, y examina la obligatoriedad de emitir facturas y otros documentos en formato electrónico a los contribuyentes de primera categoría (firmas).

Objetivos del Estudio:

Se limita a conocer y comprender el mercado actual del factoring y su incidencia en el desarrollo de las MiPymes[11] después de la promulgación de la Ley N.º 19.983, destacando el impacto de esta herramienta financiera en las estrategias de cada firma demandante, logrando con ello delimitar la

[11] Micro, pequeña y mediana empresa, es la segmentación de tamaños de empresas reconocida por el Ministerio de Economía.

importancia de la facturación electrónica para contar con un acceso al financiamiento oportuno.

Aporte del Estudio:

Se concluye que la vigencia de la Ley N.º 19.983 contribuyó eficazmente a desarrollar el rubro del factoring al otorgar mérito ejecutivo a las facturas, logrando con ello contar con un procedimiento de cobro ejecutivo de la factura en menor tiempo, en comparación al tiempo de cobro previo a la promulgación de la ley. Por otra parte, la Ley N.º 20.727 permite hacer universal y obligatoria el uso de la Factura Electrónica para las empresas, la cual se hace vigente según los ingresos anuales por ventas del último año calendario (Ver Anexo 6).

Valoración Personal:

Se destaca que los beneficios otorgados mediante la Ley N.º 19.983 y N.º 20.727, permitieron el acceso a financiamiento a las micro y pequeñas empresas del país, a su vez el crecimiento de las empresas oferentes de este producto financiero, logrando con ella un crecimiento en la economía.

Referencia: (Christian Baeza Del Canto, 2017)

Link:http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/2960/1/Baeza%20del%20Canto%2c%20Christian%20Hern%c3%a1n.pdf

2. **Nombre del Estudio:**

Influencia de las modificaciones a la Ley 19.983 en las causas relativas a facturas.

Descripción del Estudio:

Este estudio destaca la regulación de la factura desde la perspectiva tributaria como mercantil, en el cual este documento es la consecuencia de las

relaciones contractuales de compraventa de bienes o de la prestación de servicios, por lo cual distintas legislaciones han promovido este documento como título de crédito y la Ley 19.983 otorgó la transferencia y mérito ejecutivo a la copia cedible. Analiza hitos importantes sobre el documento previo a ser factorizado, como: a) Pago del saldo insoluto, en el cual la ley determina que, es primordial, se cite en el documento la modalidad de pago y su vencimiento, para con ello no carecer de valor ante el cesionario. b) Aceptación irrevocable de la factura, se busca entregar mayor certeza en los plazos de acuse de recibo de contenido y de recepción de la entrega de la mercadería o de la prestación del servicio, logrando con ello obtener liquidez oportuna mediante operaciones financieras, o en caso contrario, al ser reclamado el documento por el receptor, la factura no contará con el efecto legal por lo cual no logrará ceder o cursar una gestión preparatoria de la vía ejecutiva para efectos de cobro, y c) Cesión de la factura, es donde se ejerce la transferencia del título de crédito para optar por liquidez, y que busca que este mismo sea notificado al deudor el día hábil siguiente al contacto registrado en el SII[12].

Objetivos del Estudio:

Se busca describir la nueva legislación de facturas, consiguiendo proponer el impacto en las causas relativas y su adjetivo de las mismas, obteniendo las responsabilidades de la parte emisora y receptora del documento.

Aporte del Estudio:

El impacto de la vigencia de la Ley N.º 19.983 se apreció la postura que debieron adoptar los oferentes financieros y operadores jurídicos en una posición mejorada al otorgar mérito ejecutivo a la copia cedible de la factura, consiguiendo con ello que el documento obtenga el carácter de irrevocablemente aceptada su contenido y recepción de mercaderías o

[12] Servicio Impuestos Internos, es el ente fiscalizador de la administración tributaria.

prestación de servicios, permitiendo que sea un título de crédito autónomo. Por parte del deudor, dispone de un plazo legal de 8 días contados desde la recepción de la factura, para aceptar expresamente o reclamar el documento.

Determinando que la factura se ha convertido en un destacado producto financiero, logrando que las Pymes accedan a condiciones comerciales más favorables que los oferentes otorguen y con ello promover este tipo de financiamiento.

Valoración Personal:

Los términos atribuidos a la Ley N.º 19.983 logran promover el atractivo escenario para las empresas financieras, consiguiendo disminuir el riesgo y proceso operacional del desarrollo de negocios, a su vez, permitiendo que las Pymes del país puedan contar con accesibilidad oportuna y con condiciones comerciales atractivas para su desarrollo económico, además de con mayor respaldo legal previo a un juicio ejecutivo por el no pago de la factura cedida.

Referencia: (Maximiliano Escobar Saavedra, 2018)

Link:http://repositorio.udec.cl/bitstream/11594/3049/4/Tesis_Influencia_de_las_modoficaciones_a_la_ley_19983.Image.Marked%20-%201.pdf

Análisis de la herramienta financiera que es el Factoring.

3. **Nombre del Estudio:**

Factoring como opción de financiamiento a corto plazo para la empresa Quimpac S.A., de la provincia constitucional del Callao.

Descripción del Estudio:

En la actualidad, las empresas para su desarrollo empresarial necesitan de una variedad de opciones para adquirir capital de trabajo con el fin de financiar nuevos proyectos y cumplir con sus obligaciones ante terceros, en la

cual el factoring resulta ser una alternativa eficiente en el aspecto económico y contable logrando un equilibrio financiero, a través de la conversión de su cuenta por cobrar (activo circulante[13]) en efectivo en un corto tiempo y no generando deuda financiera, obteniendo mejores ratios financieros para analizar la situación de la empresa y permita tener una mejor visión para la toma de decisiones. Se destaca los participantes del factoring: a) Cliente, ente cedente que puede ser persona natural con actividad económica o persona jurídica, b) Factor, firma oferente del producto financiero que realiza el pago anticipado de su cuenta por cobrar, y c) deudor, receptor de la venta realizada por el cliente, obteniendo la obligación de cancelar en la condición de pago pactada. Se detalla los tipos de factoring que existen por determinación de riesgo: a) Sin recurso, el cual otorga a los clientes la exclusión de los documentos cedidos en sus balances, y b) Con recurso, el factor no contempla el riesgo de insolvencia del deudor, otorgando al cliente la responsabilidad del impago de sus cuentas por cobrar anticipadas.

Objetivos del Estudio:

Analizar, comprender, determinar y promover la utilización del producto financiero llamado Factoring, el cual es un mecanismo de originar solvencia económica en un tiempo corto para las Pymes. Generando las oportunidades de negocio y beneficios que otorga este medio de financiamiento para la economía.

Aporte del Estudio:

Hoy en día, las Pymes acarrean problemas de financiamiento para su gestión de corto plazo por falta de liquidez de sus activos circulantes, en específico, sus cuentas por cobrar, para lo cual el mercado financiero propone la herramienta del factoring, con el objetivo de hacer solvencia financiera y con ello dar por finalizado las barreras que se tienen para el crecimiento

[13] Son los recursos de corto plazo con los que cuenta una empresa.

empresarial de una Pyme, dada la dificultad de acceso al financiamiento bancario por los indicadores financieros que la firma pueda presentar, y los altos costos que esto representaría en el caso de calificar.

Valoración Personal:

Sin duda alguna, este mecanismo financiero colabora con una planificación moderada sobre la calendarización de pagos de obligaciones a corto plazo (pago proveedores, pago de impuestos, pago colaboradores, pago insumos o materia prima, entre otros), y a proyectos nuevos en el que la firma decida ser participe para su estrategia de crecimiento.

Referencia: (Walter Manuel Ruiz Vega, 2019)

Link:https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/2343/CONT_T030_40907548_T%20Ruiz%20Vega%2c%20Walter%20Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y

4. **Nombre del Estudio:**

El factoring financiero como opción de liquidez inmediata para las pequeñas y medianas empresas en Ecuador.

Descripción del Estudio:

Durante el ciclo de vida empresarial, las empresas presentan el desafío de conducir su actividad operacional con falta de liquidez, debido a la lenta recuperación de sus cuentas por cobrar, el crecimiento de las cuentas incobrables por el costo operativo y tiempo que contiene ejercer una cobranza exhaustiva, o el nivel del endeudamiento financiero que adquieren durante el tiempo, estas variables no permiten que las firmas logren un equilibrio financiero, lo que ocasiona ahogo en las finanzas de las Pymes y se tenga en discusión su eventual cierre de operaciones de las empresas (declararse en quiebra) o se contemple la búsqueda de instrumentos financieros distintos a

los utilizados para subsanar las dificultades financieras presentadas por las firmas.

Este medio permite introducir capital de trabajo para desarrollar la competitividad comercial y conducir a la desmonopolización de las bancas contribuyendo con un sistema imparcial para la toma de decisiones en la obtención de este financiamiento.

Objetivos del Estudio:

Motivar la utilización del factoring financiero como una herramienta de liquidez para el funcionamiento a corto plazo, detallando los beneficios en el que se incurren al optar por este medio.

Aporte del Estudio:

Con el pasar del tiempo, esta industria ha ido evolucionando con los productos que se ofrecen y la accesibilidad que brindan para las diversas Pymes del país y del mundo, quiénes son el motor de las economías. Para con ello, consolidar esa herramienta como importante en la gestión financiera de estas empresas, lo cual les permite estructurar su plan estratégico y adaptarse a las necesidades y competencias de la industria a la que pertenecen.

Valoración Personal:

El factoring es una buena alternativa para conseguir recursos financieros para el proceso operacional de cada firma, debido a su beneficio de no generar deuda financiera y de mejorar los indicadores financieros ante la presentación de ellos a la administración de la firma para lo cual sea útil y beneficioso en la toma de decisiones de las distintas estrategias de negocios que requieran ejecutar en su corto, mediano y largo plazo. Cabe destacar, que la utilización de esta herramienta debe ser de manera cautelosa, manteniendo el orden de las facturas financiadas para un control adecuado y evitando con ello un alza en el costo en comparación al uso de los productos bancarios.

Referencia: (Verónica Lucia Villavicencio Salinas, 2010)

Link:http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/3181/T-PUCE-3512.pdf?sequence=1&isAllowed=y

5. **Nombre del Estudio:**

The role of factoring for financing small and medium enterprises

Descripción del Estudio:

La factorización no es un crédito, ni genera cuenta contable sobre pasivos adicionales en el balance general de una empresa, aun cuando proporciona liquidez mediante el financiamiento de las cuentas por cobrar para obtener capital de trabajo. El crecimiento del volumen del factoring a nivel mundial ha mostrado un aumento del 88% desde 1998 al 2005, lo cual promueve un escenario atractivo para la inserción de nuevos oferentes a la industria. Con ello, esta industria presenta la ventaja de la vinculación con los activos subyacentes, lo que facilita su rápida aprobación y otorga el financiamiento de las facturas. El factoring inverso, es una fusión con tecnología lo cual permite ser práctico para países con información crediticia deficiente, para lo cual se utiliza canales electrónicos para conseguir una mayor cobertura de la prestación de los servicios a las Pymes de las economías emergentes.

Objetivos del Estudio:

Determinar la importancia del producto financiero para el financiamiento de las Pymes, y la utilidad que representa esta industria en países con una aplicación judicial débil, en economías desarrolladas y en desarrollo del mundo. Destacando las determinantes macroeconómicas y del entorno empresarial, que promueven su mayor uso.

Aporte del Estudio:

El factoraje se hace exclusivo debido al pago anticipado del crédito proporcionado por un factor, lo cual está enlazado al valor de las cuentas por cobrar de un proveedor y no necesariamente a la solvencia crediticia de este mismo. Esta herramienta modera la confusión informativa de los oferentes en entornos empresariales con estructuras de información poco eficientes si solo priorizan las cuentas por cobrar de deudores de alta calidad.

Valoración Personal:

Durante su inicio hasta la década vigente, la industria del factoring se ha consolidado como una herramienta de financiamiento a corto plazo, y ha obtenido un crecimiento exponencial en los distintos países del mundo promoviendo un desarrollo en cada economía. Con el pasar del tiempo, la tecnología ha modificado las industrias, facilitando el acceso de este medio a las diversas Pymes que contiene cada país, logrando reducir costos operativos y realizar un escenario atractivo para los demandantes de este producto.

Referencia: (Leora Klapper, 2005)

Link:https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/8939/wps3593.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Desarrollo de la migración digital del Factoring, asociándose a la Industria Fintech y su desarrollo en las economías.

6. **Nombre del Estudio:**

Fintech, lo que la tecnología hace por las finanzas.

Descripción del Estudio:

Las Fintech son firmas vanguardistas que están desarrollándose en los últimos años, en el cual presentan un abanico de alternativas financieras con

la colaboración de la tecnología para abarcar una mayor cuota de mercado, debido a la facilidad en la que pueden llegar a operar con sus clientes. A través de la tecnología este tipo de empresas otorgan soluciones a los problemas financieros que pueden tener los usuarios o a la necesidad insatisfecha por parte de la banca. Esta industria ofrece ser una opción nueva, eficiente y transparente que las diversas instituciones bancarias o factoring tradicionales ofrecen, quiénes cuentan con una reputación de burocracia y de poca eficiencia en sus procesos.

Objetivos del Estudio:

Conocer las innovaciones disruptivas que afectan a los procesos operacionales de las instituciones financieras, productos, servicios y asesoramientos a inversores. Explicar lo que la tecnología es capaz de lograr por las finanzas de un organismo o persona natural.

Aporte del Estudio:

Durante mucho tiempo, la banca y las empresas financieras tradicionales han liderado el mercado, en consecuencia, a ello muchos demandantes no logran el acceso a las diversas opciones de financiamientos debido a las limitaciones geográficas y comerciales para acceder a estos productos.

Motivo por el cual, con ayuda de la tecnología se han desarrollado modelos de negocios innovadores para cubrir las necesidades insatisfechas del tipo de empresas antes mencionadas, para cubrir las dificultades financieras que presentan día a días las Pymes de cada economía, facilitando la eficiencia, transparencia en sus procesos operacionales y de fácil accesibilidad a nivel de usuario, lo cual favorece su incremento en la utilización de esta industria.

Valoración Personal:

El avance de la tecnología ha permitido que el desarrollo empresarial de las instituciones financieras tengan un crecimiento durante los últimos años, lo que ha promovido que distintos oferentes de la industria financiera migren o se fusionen con empresas de este sistema operacional, permitiendo con ello lograr el acceso a un financiamiento eficiente a mayores Pymes y personas naturales de cada economía, logrando automatizar los procesos para presentar menores costos operativos, obteniendo ser atractivos ante la industria bancaria.

Referencia: (David Igual, 2016)

Link:https://play.google.com/books/reader?id=_NeADQAAQBAJ&hl=es_419&pg=GBS.PT9

7. **Nombre del Estudio:**

Diagnóstico y Propuesta de Mejoras del Nivel de Inclusión Financiera en Chile.

Descripción del Estudio:

La innovación es la estrategia primordial para el desarrollo de negocios de una empresa que busque lograr la inclusión financiera, para lo cual este tipo de firmas deben contar con el uso de tecnologías apropiadas, medio importante para acrecentar el nivel de la inclusión debido a la cobertura geográfica que puede tener este modelo de negocio y la fácil accesibilidad a las Pymes y personas que se encuentran desatendidas por el sistema bancario debido su bajo nivel crediticio que presentan. Estas firmas tienen diversos tipos de propuestas de valor, las cuales son flexibles a las necesidades diversas de los usuarios, y otorgan educación financiera para una buena toma de decisiones. Los puntos claves para lograr el éxito de la transformación digital y acogida a las Fintech en Chile son: a) El estado debe garantizar condiciones

igualitarias para nuevos competidores creando una regulación para ellas, b) Establecer mayor seguridad de tecnología e información debido al creciente desarrollo de negocios vía internet, c) Potenciar capital humano, mediante una posición de crecimiento económico, productivo, flexible e innovador, originando la eficiencia en el sector financiero.

Objetivos del Estudio:

Examinar la industria financiera, y entregar propuestas de mejoras hacia la inclusión financiera en el país, promoviendo las ventajas que se obtienen en el desarrollo económico de los países al incorporar nuevos agentes al sistema financiero.

Aporte del Estudio:

Con el aumento del nivel de inclusión financiera en el país, permitirá reducir el nivel de pobreza, incrementar el desarrollo del país y su calidad de vida de la población desatendida por las financieras actuales. La innovación es un medio que revoluciona las diversas industrias, y las Fintech al proponer modelos de negocios con tecnología permite reducir costos, y eliminar la barrera geográfica existente.

Valoración Personal:

El desarrollo de las Fintech viene a desestabilizar las reglas establecidas del mercado, permitiendo obtener financiamiento en cualquier horario y determinación geográfica, sumado a la educación financiera proporcionada para no contar con un sobreendeudamiento.

Referencia: (Javier Alberto Vega Cifuentes, 2017)

Link:https://repositorio.usm.cl/bitstream/handle/11673/24089/3560900258169UTFSM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

8. **Nombre del Estudio:**

La revolución de las empresas Fintech y el futuro de la Banca: Disrupción tecnológica en el sector financiero.

Descripción del Estudio:

Con los avances de la tecnología cada año, la industria financiera se ha ido modificando debido a la introducción de las empresas Fintech y los modelos de negocios que ofrecen a los usuarios de este mercado. Este tipo de empresas cuentan con los recursos para mejorar la eficiencia en la industria financiera e incentivar la inclusión de Pymes y grupos sociales que de acuerdo a la tradición han sido desatendidos por los bancos. Con el pasar del tiempo, las barreras de entrada a la industria financiera han ido decayendo, en consecuencia, por la tecnología que proporcionó el internet, la computación en la nube, el desarrollo de teléfonos celulares y otros medios móviles que permiten mantener una conexión a distancia tanto para temas personales como profesionales. En la década anterior, diversas empresas no financieras tomaron la oportunidad para ser partícipes del sector financiero, en países emergentes logrando con ello derribar la barrera regulatoria que protegía a la banca por tiempos.

Objetivos del Estudio:

Señalar el potencial disruptivo de las empresas Fintech en la industria financiera, destacando las características competitivas que proporciona la tecnología y su propuesta de valor ante un mercado liderado por la burocracia en la toma de decisiones por las instituciones financieras presentes. Proponer el modelo de negocio ligero para los usuarios con una estructura de costos menor a las empresas tradicionales, al contar con actividades realizadas por la inteligencia artificial[14].

[14] Es la herramienta que automatiza el aprendizaje mediante algoritmos.

Aporte del Estudio:

El internet está modificando los hábitos de consumo, de comunicación, de celebración de contratos, de compras, lo cual como en diversas industrias, la era digital ha impactado en los modelos de negocios y emprendimientos innovadores han surgido, en la cual ingresa la revolución Fintech, promoviendo la velocidad y extensión geográfica para el desarrollo de negocios en el sector financiero, con canales de distribución al alcance de cada usuario hoy en día. El crecimiento de estas empresas ha sido exponencial, y con el transcurso del tiempo se están consolidando sus modelos de negocios, con ello la presión ejercida sobre los bancos continúa incrementando gradualmente, lo cual preocupa a un cambio eventual en su modelo operacional o en la adaptabilidad de este nuevo sector.

Valoración Personal:

Las Fintech han comenzado a revolucionar la industria financiera, implantando la inteligencia artificial, tecnología para la toma de decisiones, de tal manera poder cubrir las necesidades de los usuarios de manera eficiente y oportuna. Para con ello, traer competitividad a la industria liderada por grandes empresas con gran burocracia siendo difícil su acceso para Pymes y grupos sociales que son pioneros en el mercado financiero.

Referencia: (Banco de Desarrollo de América Latina, 2016)

Link:https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/976/FOLLETO%20N24%20VFINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tabla 1. Cuadro Resumen de los Estudios Expuestos

Nombre del Estudio	Especificación	Año
Evolución del factoring como opción de liquidez antes y después de la promulgación de la Ley 19.983.	Analiza los efectos de la vigencia de la Ley N.º 19.983 la cual contribuyó a otorgar mérito ejecutivo a las facturas, logrando con ello contar con un procedimiento de cobro ejecutivo de la factura en menor tiempo. Por otra parte, la Ley N.º 20.727 permite hacer universal y obligatoria el uso de la factura electrónica para las empresas.	2017
Influencia de las modificaciones a la Ley 19.983 en las causas relativas a facturas.	El mérito ejecutivo a la copia cedible de la factura permitió obtener el carácter de irrevocablemente aceptada su contenido, permitiendo que las Pymes del país puedan contar con condiciones comerciales, además de un respaldo legal previo a un juicio ejecutivo por el no pago de la factura cedida.	2018
Factoring como opción de financiamiento a corto plazo para la empresa Quimpac S.A., de la provincia constitucional del Callao.	La herramienta del factoring, genera las oportunidades de negocio y beneficios de financiamiento, con el objetivo de hacer solvencia financiera y con ello dar por finalizado las barreras que se tienen para el crecimiento empresarial de una Pyme.	2019

El factoring financiero como opción de liquidez inmediata para las pequeñas y medianas empresas en Ecuador.	La utilización del factoring financiero permite introducir capital de trabajo para desarrollar la competitividad comercial y conducir a la desmonopolización de las bancas contribuyendo con un sistema imparcial para la toma de decisiones en la obtención de este financiamiento.	2010
The role of factoring for financing small and medium enterprises.	La industria del factoring se ha consolidado como una herramienta de financiamiento a corto plazo, con el pasar del tiempo, la tecnología ha modificado las industrias, logrando reducir costos operativos y realizar un escenario atractivo para los demandantes de este producto.	2005
Fintech, lo que la tecnología hace por las finanzas.	Las Fintech son firmas vanguardistas que ofrecen ser una opción nueva, eficiente y transparente que las diversas instituciones bancarias o factoring tradicionales ofrecen, logrando automatizar los procesos para presentar menores costos operativos, obteniendo ser atractivos ante la industria bancaria.	2016

Diagnóstico y Propuesta de Mejoras del Nivel de Inclusión Financiera en Chile.	Los puntos claves para lograr el éxito de la transformación digital y acogida a las Fintech en Chile son: a) Crear regulación, b) Establecer mayor seguridad de tecnología e información, c) Potenciar capital humano.	2017
La revolución de las empresas Fintech y el futuro de la Banca: Disrupción tecnológica en el sector financiero.	Las Fintech han comenzado a revolucionar la industria financiera, implantando la inteligencia artificial, tecnología para la toma de decisiones, de tal manera poder cubrir las necesidades de los usuarios de manera eficiente y oportuna.	2016

6.2 Historia y Antecedentes

6.2.1 Factoring

i. Origen

El inicio de esta herramienta financiera se concreta en el negocio textil entre Inglaterra y las colonias estadounidenses, por el cual nace la figura del factor, quién representaba a la cúpula de comerciantes del país inglés. Con el pasar del tiempo, la figura del factor fue evolucionando en condición de representante y en la actividad de los servicios que ofertaba, logrando con ello transformarse en la vigente empresa de factoring, como una alternativa en el mercado financiero. (Mazzeo Jésica V. Moyano María L. Nara Charbel N., 2012)

Durante el siglo XV y XVI, se conocían las potencias marítimas, quienes eran España, Portugal e Inglaterra, era donde la transferencia comercial realizada por las colonias y metrópolis presentaban obstáculos por la ausencia de la tecnología que conllevaba un tiempo largo en el tránsito de

las mercaderías por medio de embarcaciones, motivo por el cual los comerciantes y empresarios americanos, no contaban con la seguridad de que sus bienes sean recibidos conformemente, ofertados y mercantilizados en los países de destino, por tal índole su capacidad productiva disminuye, sumado con la demora que es ocasionada desde su envío hasta percibir su pago.

Es por ello, que los comerciantes estadounidenses se comunicaron con sus pares ingleses, con el objetivo de otorgar la responsabilidad de ser quienes reciban y comercialicen la mercadería enviada, servicio que sería remunerado mediante un determinado porcentaje de comisión por el mercader americano, este acontecimiento originó el nombre de “Factor”, ente que ejercía como mediador entre los exportadores y los compradores de las mercaderías.

Desde entonces, los factores empiezan a profundizar más el sistema propuesto, ofertando a sus clientes servicios adicionales al típico hasta ese entonces, que era la recepción y comercialización de sus mercaderías, como garantías operacionales y el anticipo del pago de las facturaciones próximas. En conclusión, los factores comenzaron a entregar soluciones operacionales y financieras a sus clientes, otorgando la venta de sus mercaderías y promocionando el pago anticipado de estas mismas, lo cual venía asociado a un costo porcentual de cada transacción y a la comisión de las ventas cursadas. (Contreras T. Carlos Sebastián, 2009)

ii. Antecedentes

En América Latina las pequeñas y medianas empresas son identificadas hoy en día como fundamentales para la economía de la región, estas representan un 99% del total de empresas y generan un 67% del empleo. Sin embargo, factores como la falta de financiamiento, representa un desafío importante (CEPAL, s.f.) que se ve reflejado en dificultades para financiar su

propio ciclo de producción, en particular cuando las empresas entregan los bienes y/o servicios terminados, la mayoría de los compradores exigen entre 30 y 90 días para pagar. Durante este período, los vendedores emiten una factura, registrada para el comprador como una cuenta por pagar y para el vendedor como una cuenta por cobrar, que es un activo ilíquido para el vendedor hasta que se recibe el pago.

El factoraje es un tipo de financiamiento de proveedores en el que las empresas venden sus cuentas por cobrar solventes con un descuento (igual a los intereses más las tarifas de servicio) generalmente a un “prestamista” conocido como factor y estos intermediarios entregan efectivo inmediato, generando liquidez. (Klapper, 2005). Al vencimiento de los documentos, el tercero paga directamente al factor, quien es el dueño legal de los documentos. Esta operación presenta ventajas para el proveedor ya que recibe financiamiento inmediato para su ciclo productivo y externaliza el servicio de evaluación de crédito y cobranza, debido a que el factor normalmente tiene ventajas por su conocimiento especializado, economías de escala y mejor acceso a información de crédito.

El factoraje es una tecnología de transacciones porque el proceso de suscripción se basa en información sólida sobre el valor de las cuentas por cobrar de un “prestatario”. El factoring aborda el problema de la opacidad centrándose principalmente en la calidad del deudor, en lugar del "prestatario".[15] (Allen N. Berger y Gregory F. Udell, 2005)

[15] "Factoring inverso". En este caso, el prestamista compra cuentas por cobrar solo de compradores de alta calidad (por ejemplo, cualquier cuenta por cobrar de un comprador específico con transparencia en la información). La principal ventaja del factoring inverso es que el riesgo de crédito es igual al riesgo de incumplimiento del cliente de alta calidad y no al riesgo de la PYME. En este caso, el factoraje permite a los prestamistas desarrollar relaciones con pequeñas empresas (con clientes de alta calidad) sin asumir riesgos adicionales. Esto puede brindar oportunidades de venta cruzada y permite al prestamista construir un historial crediticio de la pequeña empresa que puede conducir a préstamos adicionales (para activos fijos, por ejemplo). (Klapper, 2005)

6.2.2 Fintech

i. Origen

En el inicio de los años 90, el término “Fintech” comenzó a utilizarse, no obstante, los cimientos de la tecnología financiera se dan durante el año 1918, donde los bancos de la Reserva Federal de EE.UU. agregaron el sistema Fedwire[16], método por el cual iniciaron a efectuar las transferencias interbancarias mediante el uso del telégrafo y código Morse, en vez de recurrir a la instalación bancaria, con bienes como el oro y efectivo.

Posteriormente, se realizó la revolución de la industria financiera con la creación de las tarjetas de crédito en el año 1950, debido a un acontecimiento ocurrido en 1949, en una cena donde Frank McNamara, director de Hamilton Credit Corporation, olvidó su billetera, y no contaba con recurso efectivo para poder concretar el pago, lo cual le produjo un acto incómodo, debido a que tenía que recurrir a la ayuda de un tercero, para que le pudiera traer el dinero para pagar, motivo por el cual fue el incentivo para formular este sistema de pago personal y seguro, que permitan pagar en diferentes comercios. La primera tarjeta de crédito fue llamada Diners Club.

Durante 1967, el único medio para retirar dinero eran las sucursales bancarias, medios que no eran accesibles para todos los usuarios debido a los horarios de atención o a la dificultad geográfica, motivo por el cual John Shepherd-Barron, escocés que trabajaba en Londres y dado los obstáculos que representaba la problemática mencionada, decidió desarrollar la idea de los cajeros automáticos.

[16] Es un sistema de transferencias electrónicas.

En 1971, se fundó NASDAQ[17], institución que funcionó como el pionero en el mercado de valores electrónicos del mundo, en el cual se realizaban transacciones de activos financieros vía electrónica, desplazando al método presencial, logrando ser una actividad innovadora.

El sistema SWIFT[18], creado en 1973, logró reunir a gran cantidad de bancos en el mundo para tener comunicación rápida y segura entre ellos, además, de poder simplificar los pagos internacionales de los usuarios.

En la década de los 90, empieza a emerger la banca online después de los ensayos cursados durante la década anterior. Generó importantes hechos en la relación de las entidades financieras con sus clientes. Durante la misma década, surgieron hitos importantes que detallan un cambio innovador en la industria financiera, en el año 1997, se crea el sistema de pago vía SMS[19], el cual fue utilizado por primera vez para la compra de una bebida en una máquina expendedora. Al año siguiente, se abrió otro sistema de pago llamado Cofinity, hoy en día, conocido como PayPal.

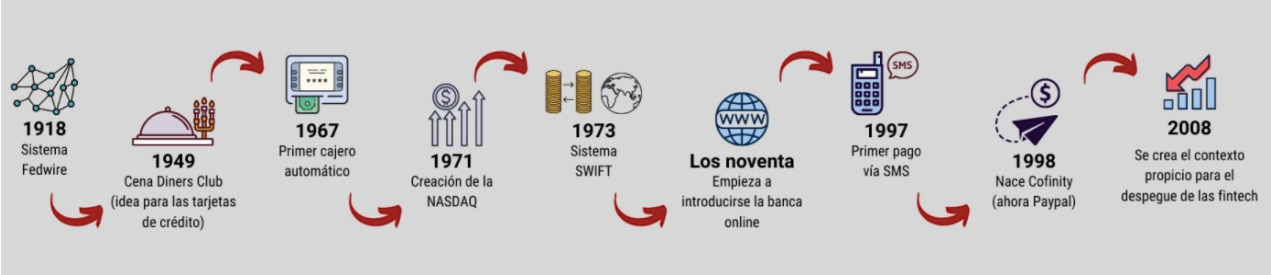
Para finalizar, el momento oportuno sobre el despegue de las Fintech, se acerca a la crisis financiera del 2008 en España, tiempo en el cual los usuarios presentan un cierto recelo al modelo de negocio de la banca tradicional, y con ello la relación cercana que presentan los ciudadanos con el mundo digital, permitió el desarrollo de estos modelos de negocios innovadores y de fácil acceso para los usuarios. (CEU IAM, Institute for Advanced Management, 2021)

[17] National Association of Securities Dealers Automated Quotation (Asociación Nacional de Corredores de Valores de Cotización Automatizada), es la segunda bolsa de valores electrónica más grande de Estados Unidos.

[18] Es un código que permite identificar un banco para realizar una transferencia a un tercero en el exterior.

[19] Mensaje corto de texto, es un mecanismo de enviar mensajes breves entre un usuario y otro.

Ilustración 1. Evolución de la Tecnología Financiera



Fuente: (CEU IAM, Institute for Advanced Management, 2021)

ii. Antecedentes

A mediados de 1970, con el comienzo de la "Era Digital" nacen las microfinanzas en Bangladesh y parte de América Latina, con la finalidad de disminuir las diferencias de accesos a los servicios financieros de grupo de sociedades y Pymes de la economía por el sistema tradicional ejecutado, por sus debilidades crediticias que estas partes puedan representar. Por lo tanto, esta herramienta proporciona distintos servicios financieros, con ello incrementa una eficiente inclusión financiera en este tipo de usuarios desatendidos.

En el transcurso de la revolución digital, el avance tecnológico se ha acrecentado a grandes escalas, logrando que el sector de las Fintech haya logrado que la innovación por parte de los bancos se desplace a una menor escala. (Carballo, I. E., & Dalle-Nogare, F., 2019)

Según (Torres Blázquez, Rocío, 2016/2017), el sector Fintech puede clasificarse de la siguiente forma:

- Fintech de financiación, en donde personas naturales y jurídicas pueden solicitar un crédito de forma oportuna y eficiente.

- Fintech de transferencia de fondos, empresas que permiten realizar traspaso de dinero de manera internacional y nacional a un menor costo y sin desplazamiento físico.

- Fintech de asesoramiento, buscan promover la facilidad del ingreso de información logrando agilizar los procesos de gestión operacional y administrativa.

- Fintech de cobros y pagos, plataformas de pagos directos entre personas naturales en tiempo real.

En los últimos años, la región de América Latina y el Caribe ha sido partícipe de la revolución Fintech mundial, generando emprendimientos de innovación de la mano con la tecnología, quienes ofertan productos y servicios financieros a la necesidad latente de estos tiempos. En el 2017, se destacó que el sector Fintech destaca el 25% de las inversiones de capital de riesgo en las tecnologías de la información (TI) en la región. (Banco Interamericano de Desarrollo, Finnovista, 2018)

6.3 Regulación Legal del Factoring y Fintech en Chile

6.3.1 Factoring

Esta herramienta financiera se rige bajo la Ley N.º 19.983 promulgada en el 2004, la cual destaca el procedimiento por el cual se debe aplicar factoring a las facturas, logrando que la copia cedible de la factura obtenga mérito ejecutivo y pueda ser transferida al factor para su pago anticipado, asimismo, instaura convenios tácitos con el plazo de vencimiento o de su pago sea de 30 días corridos, en la eventualidad que no se haya indicado explícitamente en la factura. (Ley 19.983, Ministerio de Hacienda, 2004)

El ente regulador de este mecanismo financiero es la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS[20]), quién debe vigilar el fiel cumplimiento de esta ley. (Bolsa de productos de Chile S.A., 2019)

[20] Superintendencia de Valores y Seguros de Chile, es una institución que fiscaliza las actividades de las empresas que participan y trabajan en el mercado de valores y seguros.

Posteriormente, se complementa con la Ley N.º 20.727 del año 2014, en la cual se modifica la legislación tributaria en concepto de facturación electrónica, permitiendo a este sector financiero ejercer un mayor control en documentos tributarios, otorgando validez legal en las operaciones comerciales entre contribuyentes, y esta herramienta suplanta a las facturas de papel. (Ley 20.727, Ministerio de Hacienda, 2014)

En febrero del 2020, la Ley N.º 20.727 sufre una modificación con el objetivo de acrecentar la recaudación tributaria, y poder dar solución a la brecha de desigualdad del país, logrando promover una educación equitativa de calidad para todos sus niveles. Con esto se pretende generar métodos de motivación al ahorro e inversión. (Ley 20.780, Ministerio de Hacienda, 2020)

En el mismo año, en el mes de abril, la Ley N.º 19.983 se modifica con la finalidad de permitir como excepción en el que las partes adherentes establezcan un acuerdo de condición de pago superior, el cual debe realizarse por escrito, suscribirse y no generar un abuso para el acreedor. Dicha modificación no podrá ser celebrada cuando exista participación de empresas vendedores o prestadoras de servicios de tamaño pequeño. (Ley 21.217, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2020)

6.3.2 Fintech

En el país, no existe una regulación determinada o leyes sobre este sector, motivo por el cual las empresas jóvenes que se constituyen han debido adaptarse al marco regulatorio que se asemeja, siendo el del sistema financiero tradicional. Razón por la que las autoridades pertinentes han estado evaluando la factibilidad de promover un marco normativo específico para este tipo de empresas, el cual desencadena los posibles conflictos entre las regulaciones de ambos sectores. (Carballo, I. E., & Dalle-Nogare, F., 2019)

Según (Banco Interamericano de Desarrollo, Finnovista, 2018) destaca que un sistema regulatorio permite lograr avances, a través del desarrollo de iniciativas. En

el ecosistema financiero, existen 2 economías con el sector de Fintech más desarrollado del mundo, quiénes son Reino Unido y Singapur, en el cual existe una Ley Fintech, sand-boxes[21], asociación del sector consolidada y un equipo de trabajo con el regulador. Por esta razón, varios países de la región de América Latina y El Caribe han ido creando asociaciones Fintech con el objetivo de promover el diálogo con el regulador de cada economía, pero al estar constituidas recientemente no han logrado generar equipos de trabajo para el desarrollo de un marco regulatorio propio.

Ilustración 2. Regulación Scorecard

Fuente: (Banco Interamericano de Desarrollo, Finnovista, 2018)

[21] Es un marco de pruebas para los nuevos modelos de negocio como las Fintech, que deben ser supervisados por las instituciones reguladoras.

6.4 Composición y funcionamiento del Factoring y Fintech en Chile

6.4.1 Sector Factoring

i. Composición

En el país existen más de 150 empresas que ofrecen este mecanismo financiero, logrando cubrir las necesidades de más de 20 mil empresas de diversos rubros que presenta la economía chilena. (Manuel Villagrán, Juan / Marusic Mariana, 2020)

Esta industria se distingue en cuatro grupos:

- ACHEF, asociación de factoring que contiene 10 firmas, de las cuales son cuatro instituciones bancarias, y seis no bancarias reguladas. (Asociación Chilena de Empresas de Factoring, 2021)
- EFA, asociación que abarca empresas no bancarias del rubro, sumando 21 asociados. (Asociación Empresas de Factoring Chile AG, 2021)
- Factoring de grandes bancos que se separaron de la ACHEF.
- Factoring de menor tamaño que no pertenecen a ningún gremio.

ii. Funcionamiento

El proceso operacional de este sector financiero se aborda con la participación de 3 partes:

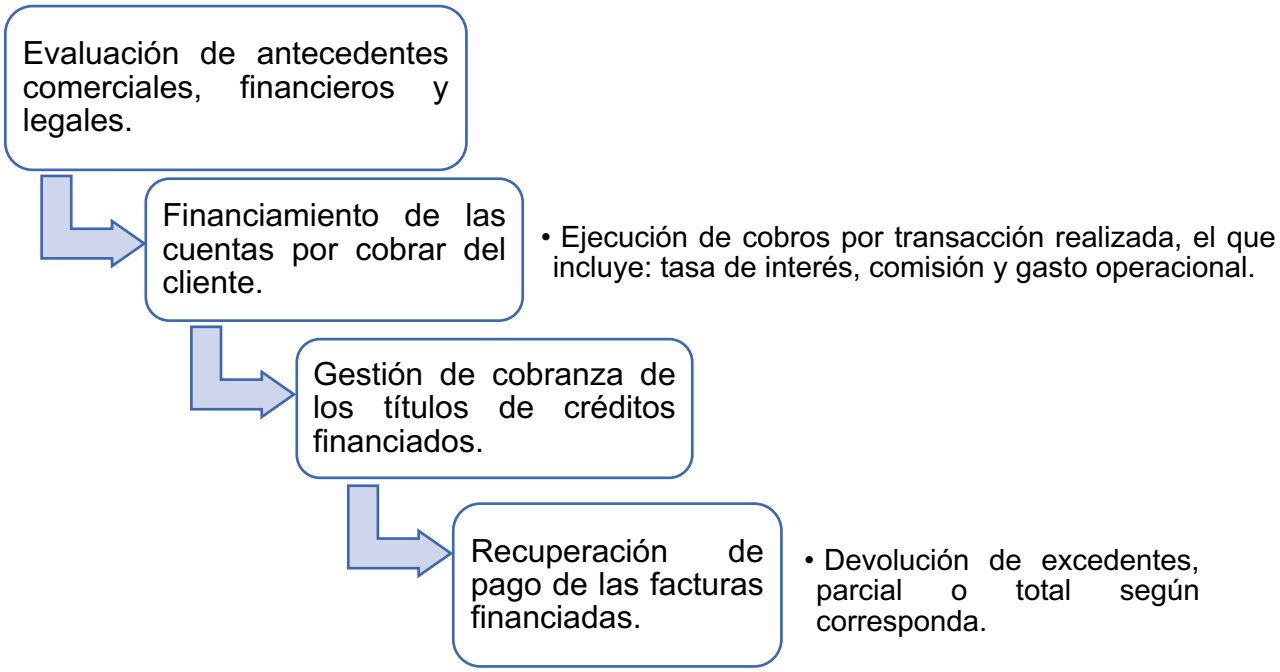
- Cliente, firma emisora del documento tributario que cede el derecho de cobro, mediante el pago anticipado del título de crédito.

- Deudor, firma acreedora de la deuda emitida en el documento tributario del cliente, realizado por el comercio de bienes o prestación de servicios.

- Factor, empresa financiera que otorga solvencia económica por medio de las cuentas por cobrar del cliente.

El proceso operacional de estas empresas financieras, se dan de la siguiente forma:

Ilustración 3. Diagrama Operacional del Factoring



6.4.2 Sector Fintech

i. Composición

En la actualidad, existen 94 empresas de tecnología financiera que se encuentran asociadas a FinteChile, dentro de las cuales se presentan diversas herramientas financieras como venta de sistema de gestión financiera, asesoramiento, transferencia de fondos, financiamientos de pronto pago o crediticia, entre otros. (FinteChile, 2019)

Cabe señalar, que, de las empresas asociadas a este sector, la del interés del estudio son sólo 11 empresas, quienes ofertan productos adherentes al factoring.

ii. Funcionamiento

La revolución en la industria financiera se ha acrecentado durante la última década, en donde este sector propone cambiar las reglas del juego y empezar a decir adiós a la burocracia existente para lograr acceder a un financiamiento oportuno y eficiente.

Este tipo de empresas para su funcionalidad eficiente cuenta con el apoyo de la inteligencia artificial sumado a un equipo humano de la generación millennials[22], quiénes propusieron revolucionar un mercado regido por las grandes instituciones financieras.

Los procesos para acceder a ser parte de esta revolución son simples, y se detalla a continuación:

[22] Son personas que han crecido en la etapa de la digitalización.

Ilustración 4. Diagrama Operacional de la Fintech

Disposito Móvil	Configuración Personalizada	Introducción de la Plataforma	Aceptación y Financiamiento
• Tener acceso a una red móvil, el cual permitirá poder enlazarse con datos personales a la empresa financiera.	• Posterior al enrolamiento, se entrega un correo de bienvenida a la comunidad de la firma, orientando a la auto atención o atención personalizada, dónde se detallan los beneficios de ambas partes. A su vez, se da a conocer la clasificación y línea autorizada para sus financiamientos.	• Un breve tutorial del manejo de las herramientas que se observarán, induciendo al usuario interactuar mediante las simulaciones que puede efectuar con sus cuentas por cobrar vigentes, siendo él quien determine los plazos y tome la decisión con la transparencia brindada.	• Posterior a la aceptación de la simulación realizada, se procede con la emisión del contrato electrónico, validación con deudor y giro a cuenta bancaria del usuario.

6.5 Ventajas y debilidades del Factoring y Fintech

6.5.1 Factoring

i. Ventajas del Factoring

La colaboración que ofrece esta herramienta financiera a las Pymes del país, facilitando el pago anticipado de sus cuentas por cobrar, logrando con ello, darles los siguientes beneficios:

- Incrementar la liquidez efectiva, mejorando con ello los indicadores financieros de la empresa para pago de obligaciones o búsqueda de nuevos negocios.

- Simplicidad en la parte contable, debido a que el factor al anticipar el pago llegaría a ser un cliente por todos los documentos financiados, y mejora la gestión de los activos circulantes, logrando disminuir el indicador de endeudamiento.

- Permite contar con una gestión de cobranza especializada, debido a la experiencia que tiene el factor, de la cual podría carecer una Pyme, a su vez le otorgaría ahorrar en capital humano y económico para ejercer esta actividad fundamental.

- Reduce la incobrabilidad de los títulos de créditos emitidos, debido al asesoramiento que se le otorga previo a la venta.

- El factor se convierte en un aliado estratégico, con la finalidad de financiar el desarrollo de la Pyme.

- Ser una herramienta financiera que no genera deuda crediticia en la banca, al ser un intercambio de derechos de cobro entre el factor y el cliente.

ii. Debilidades del factoring

Esta alternativa financiera presenta las siguientes desventajas:

- El factor es quien determina si se concreta el negocio, estudiado los antecedentes tanto del cliente como del deudor.

- Sector en el cual se ha adaptado la burocracia de la industria financiera, el cual perjudica en el tiempo de cierre de negocios, debido a la extensa documentación que se solicita para proceder con el financiamiento.

- El financiamiento de los títulos de créditos de hasta 180 días, en el mayor de los casos.

- Los costos asociados al financiamiento, el cual es mayor a las condiciones ofrecidas por la banca en otras alternativas de financiamiento.

6.5.2 Fintech

i. Ventajas

La tecnología financiera ofrece revolucionar la industria financiera con la ayuda de la era digital, y con el acceso que se tiene hoy en día a la tecnología de la información, por lo tanto, este modelo otorga:

- Inclusión financiera, para los grupos sociales y Pymes del país que se encuentran actualmente desatendidas por la banca y factoring tradicionales.
- Optimización de los procesos operacionales para el desarrollo de negocios.
- Promueve la auto atención con información transparente y financiamiento oportuno.
- Mayor control financiero y sistema de gestión de las herramientas financieras utilizadas.
- Autonomía para la toma de decisiones, y requerimientos de información.
- Cercanía, facilidad y agilidad para el desarrollo de negocios.

ii. Debilidades

Como todo sector, existen vacíos o dificultades operacionales que pueden perjudicar los modelos de negocios ofrecidos a los clientes, cuales son:

- Poco conocimiento del sector, lo cual genera cierta incredibilidad en la forma en que operan estas empresas.

- No existe una regulación legal para este sector, que respalde sus actividades comerciales, y obtengan igualdad de condiciones ante el sistema financiero tradicional.

- Seguridad cibernética, al tener la información comercial en línea logran ser un atractivo para los piratas informáticos.

- Ser sólo atractivo para las generaciones recientes, debido al poco interés de grupos sociales en insertarse en la era digital, por diversas razones, entre ellas, desconfianza, miedo a equivocarse, entre otras.

- Violación a la privacidad, al quedar registrado todas las transacciones cursadas.

- Contribución a la desigualdad global, debido a que no todos los habitantes cuentan con una red de Internet o acceso a un dispositivo móvil.

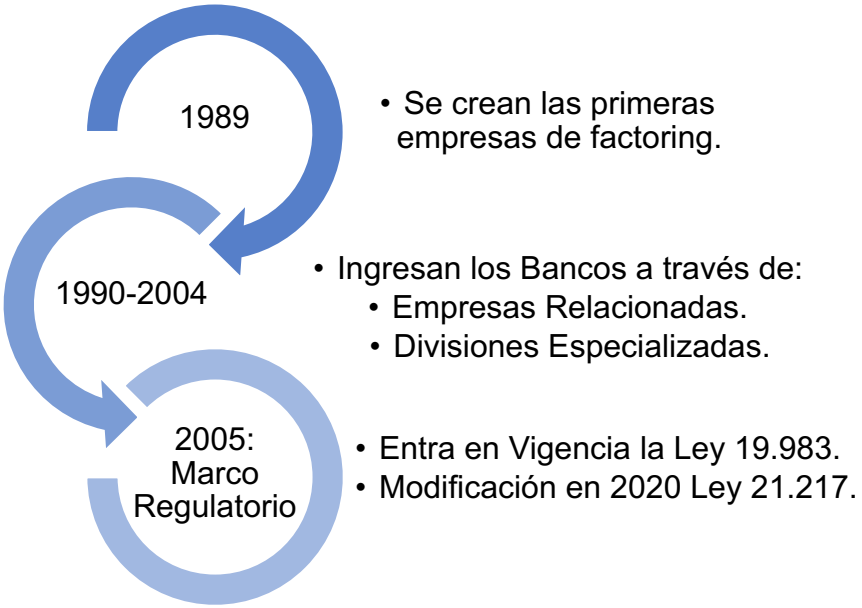
6.6 Evolución del Factoring y Fintech en la economía chilena

El acceso al sector financiero por parte de las Pymes es primordial no solo para el desarrollo y crecimiento de éstas, sino que, además, ayuda a redistribuir capital hacia agentes que son capaces de rentabilizar de mayor forma estos recursos.

Al analizar por tamaño, la principal fuente financiamiento de grandes y medianas empresas muestran patrones distintos a las pequeñas y microempresas del país, esto obedece a la segmentación de acceso a estas mismas fuentes de financiamiento sumando a ello la burocracia y la poca flexibilidad para adquirir liquidez a través del sistema financiero. Es por ello, por lo que después del capital propio y el crédito bancario, el factoring toma un rol relevante y aparece como una

fuente de financiamiento importante para el capital de trabajo de las Pymes en Chile. De acuerdo con la información reportada en la Encuesta Longitudinal de Empresas, el factoring puede representar hasta un 15,1% aproximadamente del financiamiento que reciben, dependiendo del segmento de empresas. (Ministerio de Economía Fomento y Turismo, 2019)

Ilustración 5. Reseña Histórica del Factoring en Chile



Fuente: (Asociación Chilena de Empresas de Factoring, 2009)

Hace aproximadamente 19 años, Chile impulsó el primer modelo de facturación electrónica en la región, con el objetivo de incrementar la competitividad, la eficiencia del mercado y, a la vez, mejorar el cumplimiento y control tributario, los procesos de administración, cobranza y fiscalización de las empresas. (Telecheque S.A., 2013)

Actualmente, Latinoamérica es la región más avanzada del mundo en materia de facturación electrónica, siendo Chile el pionero en encabezar el esfuerzo por dejar atrás el papel, seguido luego por países como Brasil y México. (Universidad de Chile, 2017)

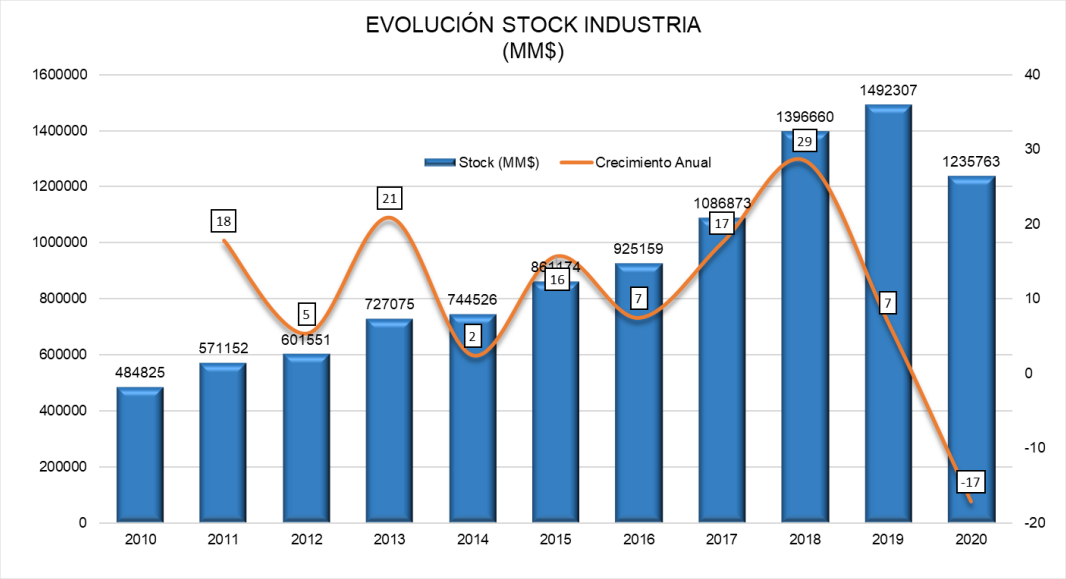
Con las regulaciones incorporadas por el país, la industria se potencializa y comenzó a ganar mayor cuota de mercado en el sector financiero. Destacando una tendencia al alza con el pasar de los años, lo cual fue logrado gracias al apoyo del gobierno en contexto de leyes, y en promover mayor respaldo a estas instituciones, consiguiendo con ello reducir el nivel de riesgo en el desarrollo de los negocios al ser pioneros con los cambios tributarios cursados durante el inicio de los años 2000, y entregar a su vez valor al documento mercantil, para su cobro ejecutivo en el caso de ser requerido.

Gráfico 1. Volumen[23] en Euros del Factoring en Chile en los últimos 7 años

Fuente: Elaboración propia con datos de Factoring Chain International. (FCI, 2020)

[23] Se refiere al monto en ventas de las empresas de factoring.

Gráfico 2. Evolución Stock[24] Industria Factoring hasta el 2020



Fuente: (ACHEF, 2020)

Gráfico 3. Participación del Stock por Actividad Económica

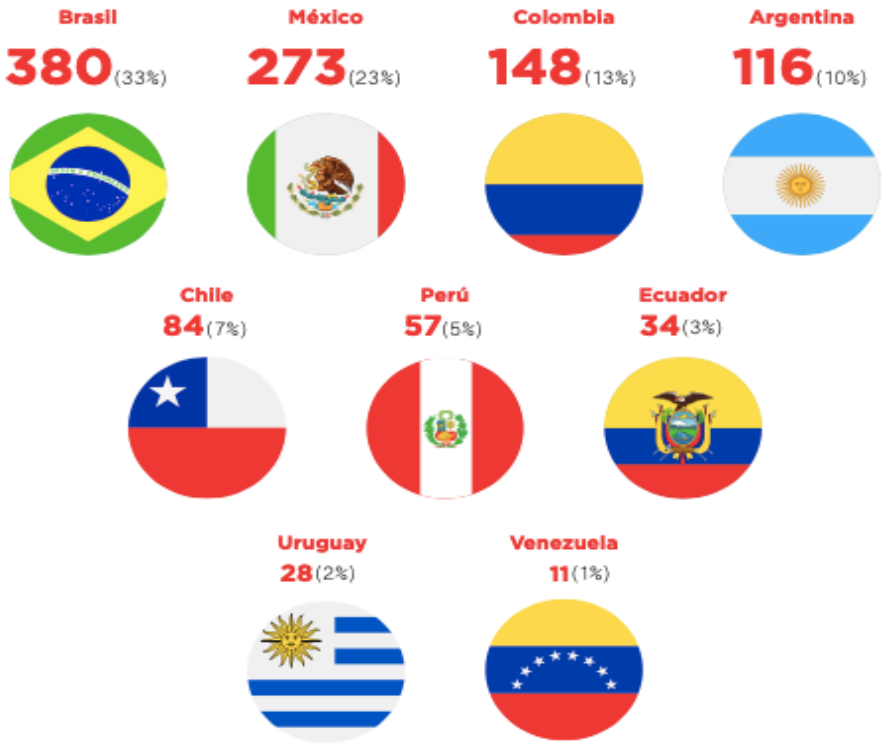
Fuente: (ACHEF, 2020)

[24] Es el monto que las empresas de factoring tienen en el mercado.

El uso de factoring varía ampliamente entre países. América Latina y el Caribe refleja un crecimiento del 8,9%, donde Argentina muestra el mayor crecimiento del 34,9%, aunque sus volúmenes son menores en comparación con Chile, que creció 26,8% y Perú con 15,7%. (FCI, 2020). En Latinoamérica los países en los que el factoring más aporta al PIB son Chile con 10,1% del total, seguido por Perú con 5,2% y Colombia con 3,9%. “Es un porcentaje pequeño, pero somos optimistas ya que la Ley apenas tiene ocho años”, agregó García Noriega (El Mundo.com, 2016).

Según (Banco Interamericano de Desarrollo, Finnovista, 2018) el desarrollo de las empresas de tecnología financiera se proporciona de la siguiente escala.

Ilustración 6. Distribución de Fintech por país



Fuente: (Banco Interamericano de Desarrollo, Finnovista, 2018)

Con la revolución financiera en marcha, que son las empresas Fintech, quiénes toman más espacio en el mercado chileno, sin embargo, se encuentran en una etapa de promover confianza en los usuarios, para lo cual posteriormente

podrán afrontar la problemática de la falta de capital de riesgo y escasa colaboración con el sistema financiero tradicional.

Según la Asociación FinteChile, existen 13 modelos de negocios en el país, en los que destacan: Banking, Management, Gestión Financiera, Crowdfunding, Criptomoneda, Pagos, Transferencias, y otros. De las empresas adheridas a este sistema de negocio, el 65% de estas fueron creadas entre los años 2014 a 2018, con una cantidad promedio de 10 colaboradores por firma, de la cual tienen un 19% de representación femenina. El 95% de estas empresas se encuentran ubicadas en la Región Metropolitana, y el 89% fueron fundadas en la misma región.

Dado el crecimiento exponencial de este sector financiero, es relevante que es necesario la regulación Fintech, debido a que según la encuesta realizada por (Marchetti Michels Patricia, 2019) sólo el 17% de los asociados de FinteChile declararon estar supervisados por CMF[25] y la UAF[26], puesto que el 86% de estas empresas no se encuentran inscritas como instituciones financieras.

Debido a la no regulación de este sector, no se cuenta con información aún de lo que, en sí, este sector aporta al PIB, puesto que las firmas operativas, un porcentaje de su comercialización ingresaría al sector financiero y el otro porcentaje a diversas industrias.

Tal como se indica, en (Iuapana, 2021) Chile apunta a ser un Hub Fintech, pero la regulación contrae el proceso, debido a que el país ha mostrado en los recientes años un crecimiento de este ecosistema tecnológico, que en la actualidad está compuesto por 179 firmas, lo cual representa un 60% más de empresas de tecnología financiera que hace 2 años, logrando tener un crecimiento del 38% anual de este sector. (Banco Interamericano de Desarrollo, Finnovista, 2018)

[25] Comisión para el Mercado Financiero, es un organismo público que vela por el correcto funcionamiento de los oferentes de esta industria.

[26] Unidad de Análisis Financiero, es un regulador público que fiscaliza la transparencia y probidad de los movimientos financieros.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO

APLICACIÓN METODOLÓGICA

7. PROPUESTA DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO

La propuesta metodológica general, la cual contiene la propuesta metodológica específica en el punto 5, está compuesta por 6 fases, las cuales se describen a continuación, indicando tiempos determinados como se describe en la Tabla Nº 2, la propuesta tiene una clara correlación de consecución temporal de los objetivos específicos planteados en el capítulo 3.

Fase 1: En la primera parte del estudio, para **conocer y comprender el funcionamiento de las empresas de factoring en el país** se realizará un análisis de la recopilación de información administrada, con lo cual se estructurará el sistema operacional y su **regulación legal** del rubro en estudio.

Fase 2: En la segunda parte de la investigación, se **identifican y analizan las características y la regulación legal de la industria Fintech** a nivel nacional y nivel internacional en países que se ha tenido éxito, de los cuales se eligieron para el estudio sólo México, Colombia y Argentina, lo cual se tuvo como base de los conocimientos adquiridos de los diferentes informes recopilados que se emplearon en la elaboración del estado del arte.

Fase 3: En la tercera parte del presente estudio, a fin de **identificar las ventajas y desventajas de una posible migración digital de las empresas de factoring en el país** se esquematiza la información recopilada de distintas investigaciones sobre el tema en estudio.

Fase 4: En la cuarta parte de la indagación, con la finalidad de **diseñar un marco teórico sobre los modelos de negocios de factoring tradicionales y Fintech**, se aplicarán los conocimientos de diversas investigaciones y empresas del país estudiadas como Factorclick[27] y el modelo de negocio que representa la EFA[28] para describir su sistema operacional y éxito en el rubro.

[27] Empresa perteneciente a la asociación FinteChile.

[28] Empresas de Factoring Chile A.G., es un gremio de factoring privados.

Fase 5: En la quinta parte de la memoria, para **elaborar una propuesta metodológica** que **demuestre el impacto de la migración digital en el rubro financiero y su colaboración con el financiamiento de las Pymes**, se dará a conocer los beneficios que tendrán los usuarios del rubro y el impacto que tendría la industria en el proceso de transición.

Fase 5.1: En el primer punto de la quinta parte de la investigación, para **recopilar información sobre el mercado Fintech** se indagará sobre empresas que oferten productos de financiamiento para las Pymes **en el país** que pertenezcan a la asociación FinteChile.

Fase 5.2: En el segundo punto de la quinta parte del estudio, con el objetivo de **identificar los procesos operacionales claves de la industria financiera** se analizará la información recopilada en el primer punto de la ejecución de la propuesta metodológica.

Fase 5.3: En el tercer punto de la quinta parte del escrito, con el fin de **comparar el desarrollo del mercado Fintech del país con la Región Latinoamericana**, se elaborará un cuadro comparativo con la bibliografía administrada para la investigación.

Fase 5.4: En el cuarto punto de la quinta parte del trabajo, se **determinará que la celeridad en el desarrollo de negocios es un proceso fundamental en el financiamiento a las Pymes** del país, para conseguir ello se tomará como base la investigación descriptiva mediante un modelamiento de una encuesta para los usuarios del rubro del factoring con ciertas variables que evitarán la contaminación de datos.

Fase 5.5: En el quinto punto de la quinta parte del estudio, para **proponer cómo la transformación digital es el nuevo mercado para las empresas financieras** se utilizará la información disponible y se analizará la aceptación de los usuarios de las Fintech.

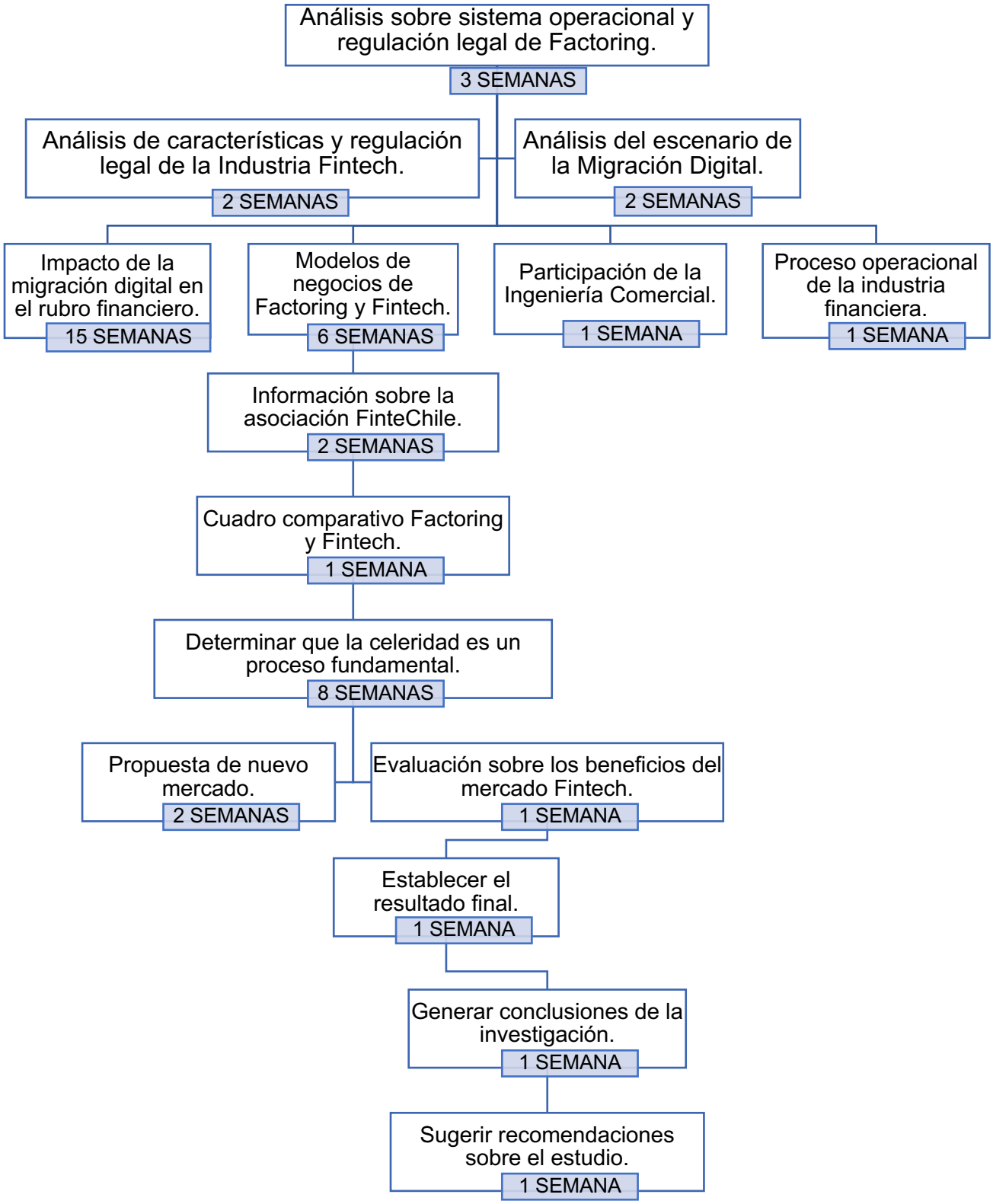
Fase 5.6: En el punto final de la quinta parte de la investigación, para **evaluar los beneficios del mercado Fintech** se deberá compilar la información administrada y desarrollar las ventajas que ofrece el nuevo mercado en la industria financiera, específicamente, en el factoring.

Fase 6: En la sexta parte del informe, con el propósito de **establecer el resultado final del estudio realizado**, se realizará un benchmarking sobre los modelos de negocios en estudio, y la aceptación de los usuarios ante los productos que se ofertan.

Fase 7: En la séptima parte del estudio, con el fin de **generar conclusiones profesionales, académicas y personales para el efecto de la migración digital en el sector financiero**, se analizarán los resultados obtenidos en el capítulo 4, en el cual se proporcionará una esquematización del estudio, lo cual generará comentarios certeros sobre el nuevo mercado con la implementación de la tecnología.

Fase 8: En la octava y última parte del escrito, para **sugerir un conjunto de recomendaciones** sobre el estudio, se efectuará un conjunto de consejos profesionales **a través de los resultados obtenidos** en el capítulo 4.

Tabla 2. Desarrollo de la Propuesta Metodológica



8. APLICACIÓN METODOLÓGICA

La disponibilidad de liquidez para las micro, pequeñas y medianas empresas ha permitido que la industria del factoring en Chile haya logrado un destacado posicionamiento en el mercado financiero, logrando un significativo crecimiento en el sector empresarial, aumentando con ello el ingreso de número de competidores, es así que hoy en día existen más de 150 empresas en el rubro (Manuel Villagrán, Juan / Marusic Mariana, 2020). La viabilidad financiera del factoring bancario y no bancario ha marcado y mantiene su presencia durante tres décadas en Chile (Asociación Chilena de Empresas de Factoring, 2009).

Hoy en día las Pymes son las que requieren soluciones ágiles, eficientes y oportunas, por lo cual el factoring representa una alternativa frecuente y atractiva para ellas, que precisan de esta solución de liquidez para cubrir sus necesidades financieras.

Por otro lado, las Fintech proponen un modelo de negocio promoviendo la inclusión financiera y eliminando las barreras de alcance, lo cual le permite flexibilizar sus condiciones de financiamiento y extender su cobertura a nivel nacional. Este sector económico juega un rol fundamental cooperando a las Pymes que en su mayoría no se encuentran bancarizadas a través de herramientas ágiles, transparentes y eficientes por medio de la tecnología, lo cual facilita la entrega de una ayuda financiera oportuna sin importar las restricciones sanitarias tomadas a raíz de la pandemia con la que se convive actualmente o por problemas de alcance territorial.

Es por ello, que la digitalización en la economía ha propuesto un sector económico colaborativo hacia las Pymes, quienes buscan satisfacer sus dificultades financieras a través de métodos menos burocráticos, como ir hacia el banco, empresa de factoring u otro establecimiento financiero.

El financiamiento es una de las principales inquietudes y restricciones que presentan las Pymes, y en consecuencia de ello, las Fintech están en crecimiento en conjunto con variedad de productos que ofrecen a las Pymes para financiarse.

A continuación, este trabajo abordará el tema desde una perspectiva correspondiente a la evaluación ex post. No obstante, dadas las limitaciones de una base de datos pública y consolidada por las diferentes asociaciones de factoring, se decidió acotar la evaluación específicamente a la empresa FIVANA S.A.[29], la cual en el 2021 adaptaron la transformación del negocio del factoring tradicional a empresa Fintech, empresa que incluso para internalizar el cambio también realizaron la modificación de la razón social para extrapolar a sus clientes las ventajas de dicho cambio.

Con dichos antecedentes, el trabajo a realizar analizará el nivel de aceptación y preferencia de los clientes hacia las empresas Fintech por sobre las empresas de factoring tradicional.

8.1 Diseño Muestral

8.1.1 Población Objetivo

Considerando que es una evaluación ex post de corto plazo, de la transformación de una empresa de factoring a Fintech, teniendo en cuenta que la población objetivo, es representada por el total de clientes activos con stock dentro de la base de datos de FIVANA S.A. al 31 de julio del 2021. Debido que es una muestra con una población finita y conocida, se decidió emplear un modelo aleatorio simple, que permite una selección con la misma probabilidad de elección (Muestreo Aleatorio Simple, 2010).

[29] Anteriormente Factorclick S.A.

8.1.2 Marco Muestral

Para seleccionar de manera aleatoria para que todos los individuos tengan la misma probabilidad de elección, se hará uso de la base de datos de clientes de FIVANA S.A. y considerando que la base de datos previamente mencionada tiene registro de clientes hasta el 31 de julio del 2021, es muy poco probable que pueda darse que al momento de realizar la encuesta alguno de estos haya cambiado de dirección de correo electrónico o cerrado actividades. Situación que se asociaría a un problema del marco muestral llamado espacio en blanco. Hay que tener presente que los nuevos clientes que ingresen a la base de datos de FIVANA S.A. posterior al 31 de julio del 2021, no sería posible contar con dicha información generando así un problema de cobertura.

8.1.3 Cobertura

Según los datos proporcionados por la base de datos empleada para el marco muestral, la población objetivo son todos los clientes activos y con stock vigente dentro de la cartera de FIVANA S.A. hasta el 31 de julio del 2021, en el que se encuentran un total de 538 clientes.

8.1.4 Justificación del Diseño Adoptado

Para esta evaluación, el universo de datos serán todos los clientes al 31 de julio del 2021, que posean a menos un documento mercantil vigente con FIVANA S.A. desde 1 UF hasta aproximadamente 70.000 UF. Considerando que se desea obtener una muestra representativa de la población, se hará uso de un diseño muestral aleatorio simple sin reemplazo, donde se elegirán clientes considerando que, dé a cada elemento de la población objetivo la misma probabilidad de ser seleccionado y a su vez, al ser un diseño sin reemplazo no permite que el mismo elemento de la población entre a la muestra más de una vez (Question Pro, 2021).

8.1.5 Tamaño de Muestra

Teniendo en cuenta que la hipótesis planteada previamente para este estudio, es que “Se desea conocer la aceptación de los clientes hacia las empresas Fintech por sobre las empresas de Factoring Tradicional”. El objetivo será, estimar la proporción con la que se da una característica en una determinada población, esta característica es dicotómica es decir únicamente puede tomar dos valores, si o no, con un muestreo de tamaño “n” (Universidad de Valencia, 2021). Adicionalmente, se considera la precisión para el estudio de un 5%, debido a que no se encontraron estudios previos (Elsevier España S.L.U., 2010).

Para la determinación del tamaño muestral deben ser considerados los siguientes aspectos:

- N = Total de la población de clientes al 31 de julio del 2021 de la empresa FIVANA S.A., 538 clientes activos y con stock vigente.
- El intervalo se plantea, con un nivel de confianza o seguridad (1-α). El nivel de confianza prefijado del 95% da lugar a un coeficiente (Zα). Es decir; Zα^2 = 1.96^2.
- p = Proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1 – 0.05 = 0.95)
- d = Precisión (en este caso se desea un 5%)

Realizando, claro está,

$$\eta = \frac{\mathrm{N} * \mathcal{Z}_{\alpha}^{2} * \rho * q}{d^{2}(\mathrm{N}-1) + \mathcal{Z}_{\alpha}^{2} * \rho * q}$$

$$\eta = \frac{538 * 1{,}96^{2} * 0{,}05 * 0{,}95}{0{,}05^{2}(538-1) + 1{,}96^{2} * 0{,}05 * 0{,}95}$$

$$\eta = 64{,}38$$

$$\eta \cong 64$$

8.2 Modo de Aplicación de Encuesta

En esta evaluación ex post la encuesta se llevará a cabo mediante un cuestionario online auto-administrado, conformado por un conjunto de preguntas cerradas con algunos temas tales como: categorización del cliente, preferencia del usuario financiero, conocimiento de la Fintech y el origen de la preferencia de la Fintech. En suma, el cuestionario se estructurará con 15 preguntas, dado que ha sido la cantidad estándar sugerida para recopilar la mejor y la más precisa información con las preguntas (QuestionPro, 2018). La encuesta tendrá una duración de 10 minutos aproximadamente, invitando a participar a todos los clientes elegidos como muestra para la administración de la encuesta. Este tipo de procedimiento de auto-administración será diseñado para entregar libertad a los clientes y otorgar privacidad de sus respuestas, asegurando una participación anónima y voluntaria.

8.3 Operacionalización

8.3.1 Título de la Encuesta

Estudio de los Efectos de la Transformación Digital de las empresas de Factoring hacia una empresa Fintech.

8.3.2 Objetivo de la Encuesta

Demostrar el impacto de la transformación digital en el rubro financiero y su colaboración con el financiamiento de las Pymes, en donde la migración digital es el nuevo mercado para las empresas financieras, específicamente, factoring, logrando avalar que la celeridad en el desarrollo de negocios es el rol fundamental para ayudar financieramente a las Pymes.

8.3.3 Concepto de la Encuesta

Nivel de preferencia Fintech: Medición de valor de inclinación de preferencias en términos de agilidad, inclusión financiera, tiempo y alcance que una empresa de factoring tradicional.

8.3.4 Dimensiones de la Encuesta

A continuación, se presentan cuatro dimensiones respecto al concepto a trabajar en esta evaluación ex post, habiendo en cada una subdimensiones con sus respectivas preguntas, atributos de preguntas, índice y atributos de este.

En la primera dimensión: categorización del cliente, **subdimensión:** sector económico, cobertura, tamaño de empresa e inicio de actividades; habrán preguntas para conocer la diversificación de las principales actividades económicas, la ubicación, dimensión y la antigüedad operacional de las empresas que conforman la muestra.

Tabla 3. Dimensión: Categorización del Cliente

Subdimensión	Preguntas	Atributos Pregunta	Índice	Atributo de Índice
SECTOR ECONÓMICO	1. ¿A qué sector pertenece su empresa?	a) Actividades de Alojamiento y de Servicio de Comidas b) Actividades profesionales, científicas y técnicas c) Comercio al Por Mayor y al Por Menor; Reparación de Vehículos Automotores y Motocicletas d) Construcción e) Explotación de Minas y Canteras f) Industria Manufacturera g) Información y Comunicaciones h) Suministro de Agua, Evacuación de Aguas Residuales, Gestión de Desechos y Descontaminación i) Suministro de Electricidad, Gas, Vapor y Aire Acondicionado j) Transporte y Almacenamiento k) Otro (Especifique)	Medir la diversificación de las actividades económicas existentes en estudio.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo

Subdimensión	Preguntas	Atributos Pregunta	Índice	Atributo de Índice
COBERTURA	2. ¿En qué región se encuentra su empresa?	a) Región de Arica y Parinacota b) Región de Tarapacá c) Región de Antofagasta d) Región de Atacama e) Región de Coquimbo f) Región de Valparaíso g) Región Metropolitana de Santiago h) Región del Libertador General Bernardo O'Higgins i) Región del Maule j) Región del Ñuble k) Región del Biobío l) Región de la Araucanía m) Región de Los Ríos n) Región de Los Lagos o) Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo p) Región de Magallanes y la Antártica Chilena	Medir la capacidad de alcance de atención que tiene la empresa financiera.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo
TAMAÑO DE EMPRESA	3. ¿Cuál es su rango de venta anual?	a) Menor a 2.400 UF b) Entre 2.401 a 25.000 UF c) Entre 25.001 a 100.000 UF d) Sobre 100.001 UF	Medir el porcentaje de clientes por tamaño de empresa atendido por la empresa financiera.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo
INICIO DE ACTIVIDADES	4. ¿Cuál es la antigüedad de su empresa?	a) Menor a 1 año b) Entre 1 a 3 años c) Entre 3 a 5 años d) Sobre 5 años	1. Medir el porcentaje de clientes según su inicio de actividad. 2. Medir si la antigüedad es causal de aceptación para el acceso a financiamientos.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo

En la segunda dimensión: preferencia del usuario financiero, **subdimensión:** valor agregado para el cliente, ventaja competitiva y factor de decisión, serán preguntas a responder posterior a que el usuario encuestado haya sido categorizado, con la finalidad de conocer las características que prevalecen para el usuario al momento de la búsqueda de una empresa financiera.

Tabla 4. Dimensión: Preferencia del Usuario Financiero

Subdimensión	Preguntas	Atributos Pregunta	Índice	Atributo de Índice
VALOR AGREGADO PARA EL CLIENTE	5. Ordene las siguientes alternativas según su preferencia al momento de la búsqueda de financiamiento.	a) Costos bajos b) Agilidad en el proceso c) Flexibilidad de aprobación d) Servicio al cliente personalizado e) Variedad de productos f) Transparencia por costos g) Plataforma web	Medir las preferencias que los usuarios priorizan al momento de buscar una empresa financiera.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo
VENTAJA COMPETITIVA	6. ¿Es un agregado de valor el envío de campañas comerciales asociados a productos financieros pre aprobados para financiar?	a) Sí b) No c) Es indiferente	Medir el porcentaje de clientes que valoran los planes de acción comerciales.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo
FACTOR DE DECISIÓN	7. ¿Para trabajar con una empresa financiera, es indispensable que cuenten con créditos como capital de trabajo?	a) Sí b) No c) Es indiferente	Medir el porcentaje de clientes que valoran los créditos de corto plazo, al momento de buscar una empresa financiera.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo

En la tercera dimensión: conocimiento de la Fintech, **subdimensión:** conocimiento del rubro y preferencia por la auto atención, serán preguntas que permitirán conocer si los usuarios financieros conocen sobre la tecnología financiera y los beneficios que otorga sobre la autonomía en el proceso de solicitud.

Tabla 5. Dimensión: Conocimiento de la Fintech

Subdimensión	Preguntas	Atributos Pregunta	Índice	Atributo de Índice
CONOCIMIENTO DEL RUBRO	8. ¿Identifica la diferencia entre una Fintech y Factoring Tradicional?	a) Sí b) No (Pasar a la pregunta Nº 10)	Medir la adquisición, conversión y aplicación del conocimiento de los clientes sobre una nueva industria.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo
	9. Si su respuesta fue sí, distinga la o las características que describan a las Fintech	a) Trámites sin burocracia b) Innovación Tecnológica c) Plataforma virtual adaptable a cualquier dispositivo d) Auto atención sin restricción horaria e) Exceso de formalismo y papeleo f) Resistencia al cambio g) Ninguna de las anteriores		1. Alto 2. Medio 3. Bajo
PREFERENCIA POR AUTO ATENCIÓN	10. ¿Prefiere ingresar sus solicitudes de financiamiento en cualquier horario, sin necesidad de solicitarlo a un ejecutivo?	a) Sí b) No c) Es indiferente	Medir el porcentaje de autonomía de los clientes.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo

En la cuarta y última dimensión: origen de la preferencia de la Fintech, las preguntas que aparecen en la **subdimensión:** agilidad, inclusión financiera y acceso a la información, nos permitirá conocer la raíz o el inicio del por qué prefieren ser clientes del modelo de negocio de las Fintech por sobre el del factoring tradicional.

Lo cual ayudará a entender las preferencias que prevalecen para los usuarios financieros de hoy en día, sumado a las distintas crisis que se ha tenido que afrontar como sociedad y economía en los últimos años, y ha permitido que los modelos de negocio del rubro financiero de un giro rotundo en conjunto con la tecnología para que puedan seguir apoyando constantemente a las Pymes con distintas herramientas, a pesar de las restricciones que se vayan descubriendo en el trayecto.

Tabla 6. Dimensión: Origen de la Preferencia de la Fintech

Subdimensión	Preguntas	Atributos Pregunta	Índice	Atributo de Índice
AGILIDAD	11. ¿Qué tan relevante es obtener un financiamiento oportuno?	a) No es importante b) Poco importante c) Neutral d) Importante e) Muy importante	Medir el porcentaje de clientes que priorizan la celeridad en el desarrollo de negocios.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo
	12. ¿Es para usted un factor de decisión al momento de solicitar financiamiento, el envío de documentación adicional que avale el negocio en curso? Por ejemplo: el envío de documentación legal y tributaria de la empresa, contratos, autorización para facturar, entre otros.	a) Sí b) No c) Es indiferente		1. Alto 2. Medio 3. Bajo

Subdimensión	Preguntas	Atributos Pregunta	Índice	Atributo de Índice
INCLUSIÓN FINANCIERA	13. ¿Las Fintech lo han apoyado a cubrir necesidades financieras que las empresas tradicionales de factoring o la banca no lo han podido hacer?	a) Sí b) No (Pasar a la pregunta Nº 15)	Medir el porcentaje de clientes que valoran la oportunidad de la inclusión al sistema financiero.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo
	14. Si su respuesta es sí, especifique con que productos logró suplir sus necesidades financieras	a) Capital de Trabajo b) Financiamiento de orden de compra c) Microcréditos d) Factoring e) Otro (Especifique)		1. Alto 2. Medio 3. Bajo
ACCESO A LA INFORMACION	15. ¿Qué tan importante es tener acceso a una plataforma web donde se brinde información de negocios realizados por su empresa con la empresa financiera en cualquier lugar y horario?	a) No es importante b) Poco importante c) Neutral d) Importante e) Muy importante	Medir la importancia de contar con una plataforma web que presente la información óptima para la gestión del cliente.	1. Alto 2. Medio 3. Bajo

La aplicación de la encuesta se efectuará a través de la aplicación web Question Pro, a través de un procedimiento auto administrado con el fin de mejorar y facilitar la comprensión del instrumento, y contará con la participación de 64 empresas seleccionadas pertenecientes a la cartera de clientes de FIVANA S.A. al 31 de julio del 2021.

8.4 Manual de Trabajo de Campo

Una vez realizados los posibles cambios dadas las sugerencias y observaciones realizadas por el comité de la tesis, se coordinará la encuesta en la plataforma web, aplicando para ello el criterio técnico de selección. De igual forma se realizaran las siguientes acciones:

- Coordinación con el CEO[30], CM[31] y HR[32] de la empresa elegida, que es Fivana S.A., con la finalidad de obtener autorización para la aplicación de la encuesta, coordinando la mejor fecha y horario para ello.

- Reproducción de la encuesta al CEO, CM y HR dirigido a los clientes que sean seleccionados de la empresa Fivana S.A. para su aprobación.

- Reproducción de los instrumentos de recolección de información de los clientes seleccionados al CEO, CM y HR de Fivana S.A.

- Obtención y análisis de bases de datos de la cartera de clientes de Fivana S.A. al 31 de julio del 2021 para conseguir la muestra.

El trabajo de campo tendrá como duración 11 semanas, en donde se iniciará con la planeación y formulación de la encuesta, la selección del software para la implementación de la misma, para posterior su aplicación de la encuesta con la muestra obtenida, logrando recopilar los datos y poder interpretar los resultados.

Un factor clave que puede afectar los tiempos programados son los días feriados existentes en los meses de septiembre (Independencia Nacional y Glorias del Ejército), octubre (Encuentro de Dos Mundos), destacando que la aplicación de

[30] Chief Executive Officer (Director Ejecutivo), persona que ocupa el cargo directivo más alto de la jerarquía de una organización.

[31] Commercial Manager (Gerente Comercial), persona que es responsable de los equipos de ventas y que busca explorar nuevas oportunidades de negocios.

[32] Human Resources (Recursos Humanos), persona que planifica, coordina y dirige las funciones administrativas de una organización.

la encuesta a los clientes seleccionados serán en días hábiles y sin festivo que pueda interrumpir la aplicación programada.

8.4.1 Tecnología Aplicada a la Encuesta

Es importante saber que la forma de aplicación de la encuesta afecta en las respuestas del usuario.

Para ello, se consideró que lo primordial es la compatibilidad de la encuesta con el software y el hardware del equipo del usuario encuestado, por consecuencia, se realizará en la prueba piloto, la revisión de la compatibilidad de la encuesta con los distintos navegadores existentes, sistemas operativos de sus equipos, y la resolución de la pantalla, por lo cual se eligió la aplicación web Question Pro, quién garantiza lo anteriormente señalado, sin necesidad de que el usuario descargue algún software adicional o plug–in[33] para el desarrollo de esta.

Debido al contexto de salud que se está viviendo se consideró que la encuesta sea auto administrada en formato online, y con ello contrarrestar el riesgo de contagio en la exposición de la encuesta, dado ello los softwares de aplicación de encuestas permiten saber en tiempo real sobre la evolución de encuestas desarrolladas, lo cual entrega flexibilidad y transparencia para la investigación.

8.4.2 Invitación de la Encuesta

La implementación del ítem será a través de una cordial invitación de bienvenida por medio del envío de un correo electrónico debido a que se cuenta con la base de datos de los clientes activos al 31 de Julio del 2021 de la empresa Fivana S.A., el e-mail irá acompañado del link de acceso a la encuesta, el cual será exclusivo para cada cliente de la muestra, lo cual permitirá garantizar la unicidad de las respuestas y evitar duplicidad de estás por cada encuestado.

[33] Programa informático complementario que amplía las funciones de aplicaciones web.

Además, no se comunicará una fecha límite para responder la encuesta debido a que ello repercutiría en una disminución en la tasa de respuesta. (El trabajo de Campo Online, 2018)

8.4.3 Duración del Trabajo de Campo

Para garantizar la inclusión total de los clientes seleccionados para la muestra, el trabajo de campo sobre la aplicación de la encuesta tendrá una duración de 240 horas, lo que serían 10 días hábiles desde su inicio, debido a que se podría encontrar usuarios que revisen su e-mail con una frecuencia menor.

Según (El trabajo de Campo Online, 2018) sugiere iniciar la aplicación un día martes, lo cual es apropiado en diversos puntos, debido a que se contaría con tres días laborables por delante, lo cual es suficiente para que los clientes de la muestra puedan responder y, también se evitaría comenzar un lunes, día que los e-mails en la bandeja de los correos electrónicos se incrementa, y se perdería la visualización de la invitación a la encuesta.

8.4.4 Navegación y Usabilidad de la Encuesta Online

Al inicio de la encuesta se realizará la categorización de los clientes, con el objetivo de conocer su actividad comercial, ubicación, tamaño y antigüedad, lo cual ayudará a tener una noción sobre el sistema de apoyo que son las empresas financieras para el desarrollo de las Pymes. Además, el diseño de la encuesta tendrá dos preguntas con controles lógicos sobre las respuestas, para evitar una posible pérdida de contexto de los clientes de la muestra.

Se habilitará al usuario el botón para retroceder y poder modificar las respuestas anteriores, puesto que puede ingerir en un cambio de opinión según el avance de la encuesta, y se incluirá la barra de progreso con el propósito de informar a cada usuario sobre el tramo de la encuesta que va desarrollando, lo cual ayudará a disminuir la tasa de abandono, ya que el usuario se encontrará informado constantemente sobre el porcentaje faltante para la finalización de esta.

8.4.5 Obligatoriedad de las Respuestas

En este punto, sólo se ha considerado imprescindible las respuestas de las preguntas de la dimensión “Categorización del Cliente”, debido a que son preguntas filtro y que ayudarán a conocer la inclusión que tiene la empresa Fintech hacia las Pymes.

8.4.6 Elementos de Seguridad

Se dará a conocer en el correo de bienvenida a la encuesta, que el desarrollo de éstas serán de formato anónimo. Además, se asegura la confidencialidad de la información obtenida por la empresa Fivana S.A.

8.4.7 Duración de la Encuesta

Debido a que es una encuesta auto administrada y para evitar una tasa de abandono alta, se considera el diseño de una encuesta con 15 preguntas, con un tiempo estimado de desarrollo de 10 minutos.

8.5 Reporte de No Respuesta

Los estados de respuesta para registrar los resultados de los intentos de obtención de las encuestas, de acuerdo al modo de aplicación definido se observan a continuación.

- Se rechazó la encuesta
- Encuesta interrumpida
- Encuesta parcial
- Encuesta completa

Según (Canales, Mena, & Javiera Quinteros, 2019) se definen encuestas interrumpidas como preguntas aplicables contestadas con un porcentaje menor al 50%, encuesta parcial como preguntas aplicables contestadas con un porcentaje

entre el 50% - 85% y encuesta completa como preguntas aplicables contestadas con un porcentaje sobre el 85%, se presentan los cálculos de los indicadores de no respuesta.

Tasa de respuesta: Es la proporción de encuestas finalizadas en relación a todas las direcciones de correo electrónico enviadas.

$$TRR = \frac{E}{(E + R + NC + O + MD + DD)} * 100$$

Tasa de cooperación: Es la proporción de encuestas realizadas en relación a toda la población de la muestra.

$$TCC = \frac{R}{(E + R + O)} * 100$$

Tasa de rechazo: Proporción de encuestas rechazadas en relación a la muestra calculada.

$$TR = \frac{R}{(E + R + NC + O + MD + DD)} * 100$$

Tasa de contacto: Proporción de la muestra obtenida que accede a la encuesta sobre el total de direcciones de correo electrónico enviadas.

$$TC = \frac{(E + R + O)}{(E + R + NC + O + MD + DD)} * 100$$

Donde:

TRR: Tasa de Respuesta

TCC: Tasa de cooperación

TR: Tasa de rechazo

TC: Tasa de contacto

E: Encuesta completa

R: Encuestado rechazó la encuesta (rechazo)

NC: Encuestado no disponible (no contacto)

O: Otro motivo de no encuestas (especificación del motivo)

MD: Problemas de direcciones electrónicas

DD: Encuestado no ubicable

8.6 Estrategias para enfrentar la Tasa de No Respuesta Esperada

Para enfrentar la existencia de no respuesta a la encuesta se disminuirá el error sobre direcciones de correo electrónicos inválidas o caducadas de la muestra obtenida, lo cuál se obtendrá mediante la solicitud al CM de la empresa Fivana S.A., con el fin de verificar que el envío sea a la usuario correcto que se beneficia de esta herramienta financiera, y que la encuesta sea entregada en días hábiles y en horario adecuados a la jornada laboral.

La posibilidad de rechazo se contrarrestaría con una notificación a los representantes legales de cada empresa seleccionada, señalándoles que el llenado de la encuesta no representa ningún riesgo para su empresa y que esta ha sido diseñada con el fin de obtener información sobre el impacto de la transformación digital en el rubro financiero y su colaboración con el financiamiento de las Pymes, pero elaborada para proteger la confidencialidad y anonimato de sus participantes.

Sumado a lo anterior, los días de la aplicación, la encuesta se enviará a los contactos de la muestra seleccionada y se les informará lo fundamental que es su participación para el éxito de la investigación, recordándoles que el llenado es voluntario, la información confidencial y por lo mismo no se requerirá la identificación de su empresa como la Razón Social, ni algún medio de contacto personal.

Para atenuar la no respuesta al ítem, se hará una evaluación de la encuesta para analizar si deben realizarse modificaciones a las preguntas y sus respuestas predefinidas, con el fin de mejorar la comprensión de la encuesta y así evitar las preguntas sin responder por parte del encuestado.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES APLICADAS

9. RESULTADOS

Posterior a la implementación de la encuesta de la muestra seleccionada por el método estadístico aleatorio simple, con la colaboración de la empresa Fivana S.A. por la data otorgada de su base de datos de clientes al 31 de julio del 2021, se tiene como resultado lo siguiente:

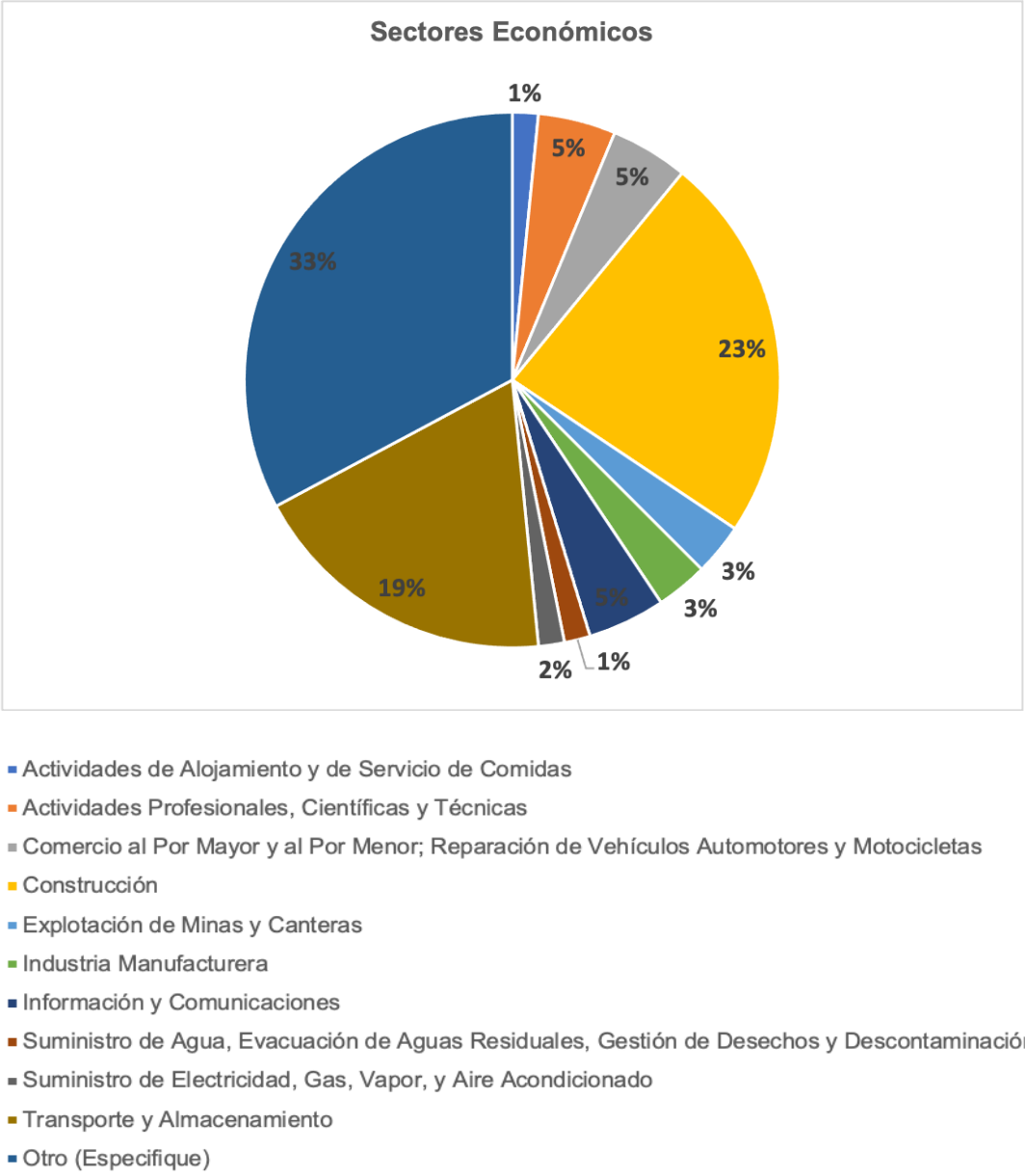
Sección I: Categorización del Cliente

1. ¿A qué sector pertenece su empresa?

Tabla 7. Resultado de Sectores Económicos

Respuesta	**Porcentaje (%)**	**N**
Actividades de Alojamiento y de Servicio de Comidas	2%	1
Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas	5%	3
Comercio al Por Mayor y al Por Menor; Reparación de Vehículos Automotores y Motocicletas	5%	3
Construcción	23%	15
Explotación de Minas y Canteras	3%	2
Industria Manufacturera	3%	2
Información y Comunicaciones	5%	3
Suministro de Agua, Evacuación de Aguas Residuales, Gestión de Desechos y Descontaminación	2%	1
Suministro de Electricidad, Gas, Vapor, y Aire Acondicionado	2%	1
Transporte y Almacenamiento	19%	12
Otro (Especifique)	33%	21
Total	**100%**	**64**

Gráfico 4. Sectores Económicos



Según los resultados obtenidos del sector económico que abarca una empresa Fintech, se muestra bastante heterogéneo en la muestra seleccionada, de lo cual se destaca que de los 10 principales rubros expuestos, las empresas de construcción representan un 23%, seguido de las empresas de transporte obteniendo un 19%, y a su vez un 33% de la muestra indicó que pertenecen a un sector económico distinto a lo estipulado, no obstante, este indicador antes

mencionado no es estadísticamente representativo de la muestra, puesto que estos sectores no cuentan con mayor porcentaje respecto al total de la muestra. Por lo que se puede inferir, que este porcentaje no se sobrepone por encima de los rubros pre definidos que trabajan con este tipo de empresa financiera previamente detallados como respuesta en la encuesta entregada. A continuación, se enumeran los sectores económicos contemplados en la respuesta otros por los encuestados:

Tabla 8. Resultado de Otros Sectores Económicos

Sector Económico (Otros)	**N**	**%**
Comercializadora de Equipos para Camiones	1	2%
Comercializadora de Productos Hortícolas	1	2%
Fábrica de Muebles	1	2%
Insumos Médicos	2	3%
Metalúrgica	2	3%
Restaurant	2	3%
Servicio de Sanitización	1	2%
Servicios de Aseo	3	5%
Servicios e Insumos de la Minería	2	3%
Servicios Integrales	2	3%
Servicios Outsourcing	1	2%
Suministro para Salud	1	2%
Tecnología	2	3%
Total general	**21**	**33%**

Como se puede visualizar, este modelo de negocio no discrimina a sectores económicos, puesto que de la muestra seleccionada al menos un usuario financiero abarca los 10 principales rubros, y dado el contexto de recuperación económica del país, quienes cuentan con el apoyo financiero de la Fintech, son las empresas más

golpeadas en el contexto de estallido social del país y la pandemia del Covid-19, lo cual entrega cierta afinidad en su modelo de negocio.

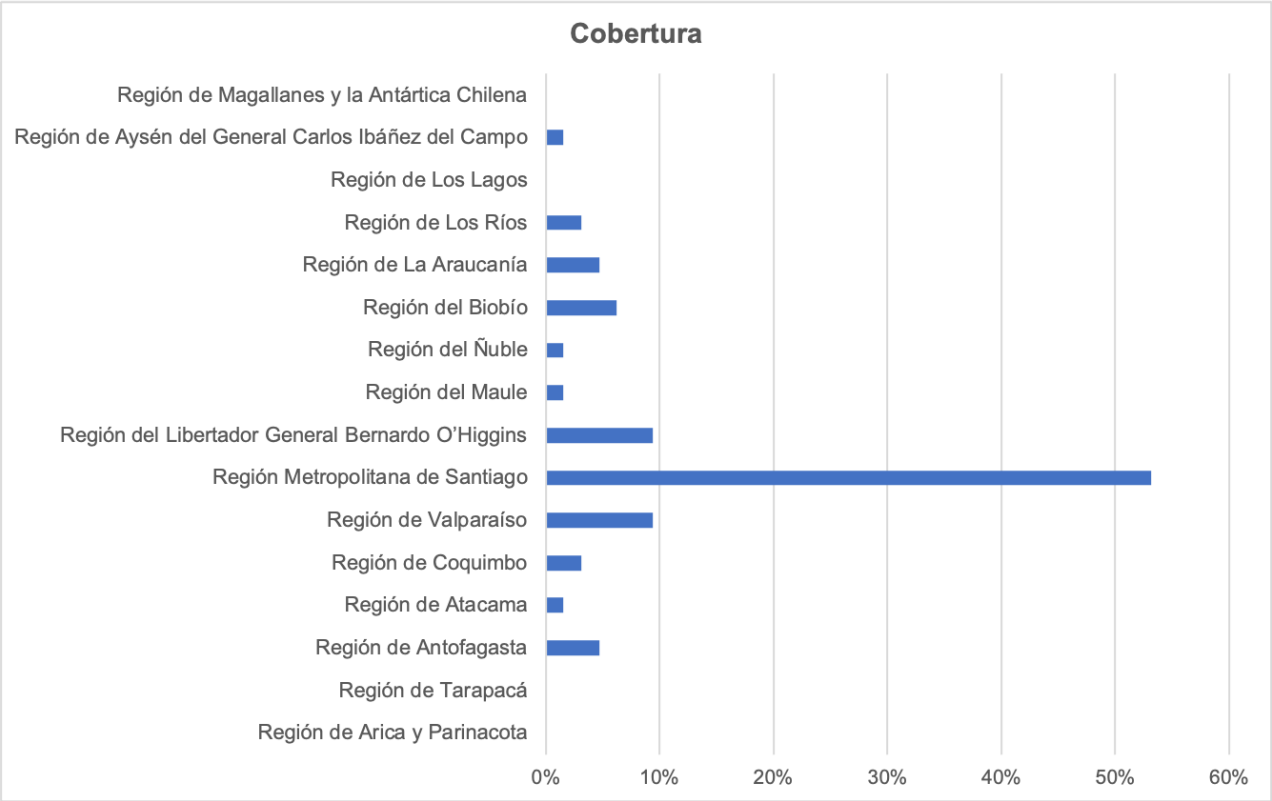
Por lo tanto, el índice de diversificación que tiene en su cartera la Fintech sobre las actividades económicas del país es alto.

2. ¿En qué región se encuentra su empresa?

Tabla 9. Resultado de Cobertura Nacional

Respuesta	**Porcentaje (%)**	**N**
Región de Arica y Parinacota	0%	0
Región de Tarapacá	0%	0
Región de Antofagasta	5%	3
Región de Atacama	2%	1
Región de Coquimbo	3%	2
Región de Valparaíso	9%	6
Región Metropolitana de Santiago	53%	34
Región del Libertador General Bernardo O'Higgins	9%	6
Región del Maule	2%	1
Región del Ñuble	2%	1
Región del Biobío	6%	4
Región de La Araucanía	5%	3
Región de Los Ríos	3%	2
Región de Los Lagos	0%	0
Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	2%	1
Región de Magallanes y la Antártica Chilena	0%	0
Total	**100%**	**64**

Gráfico 5. Cobertura Nacional



Según los datos obtenidos, se demuestra que el alcance de atención del modelo de negocio de la Fintech es diverso de acuerdo a la muestra seleccionada, lo cual le permite tener presencia en 13 regiones del país sin necesidad de la apertura de sucursales en cada región, manteniendo el control operacional desde su casa matriz, sin embargo, los usuarios financieros de la muestra se encuentran ubicados mayormente entre la Región Metropolitana, Región de Valparaíso y Región del Libertador General Bernardo O'Higgins abarcando un 71,8% del total de muestra.

Dada la presencia de al menos en un 81% de las regiones del país, demuestra un alto índice de cobertura dado el modelo de negocio que ofrecen.

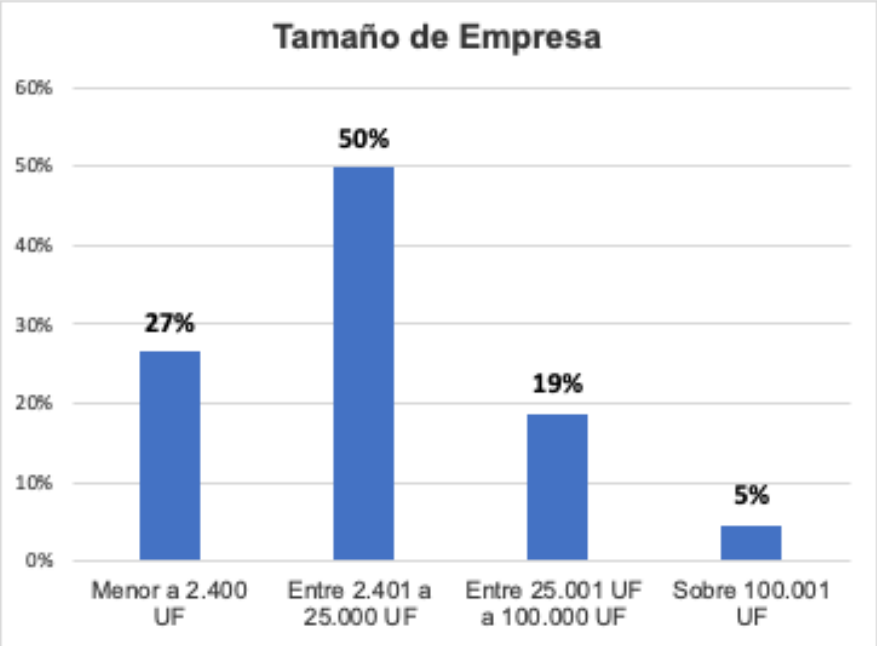
En consecuencia, el índice de capacidad de alcance de atención que tiene la empresa Fintech es considerablemente alto.

3. ¿Cuál es su rango de venta anual?

Tabla 10. Resultado de Tamaño de Empresas según sus Ventas Anuales

Respuesta	Porcentaje (%)	N
Menor a 2.400 UF	27%	17
Entre 2.401 a 25.000 UF	50%	32
Entre 25.001 UF a 100.000 UF	19%	12
Sobre 100.001 UF	5%	3
Total	**100%**	**64**

Gráfico 6. Tamaño de Empresas



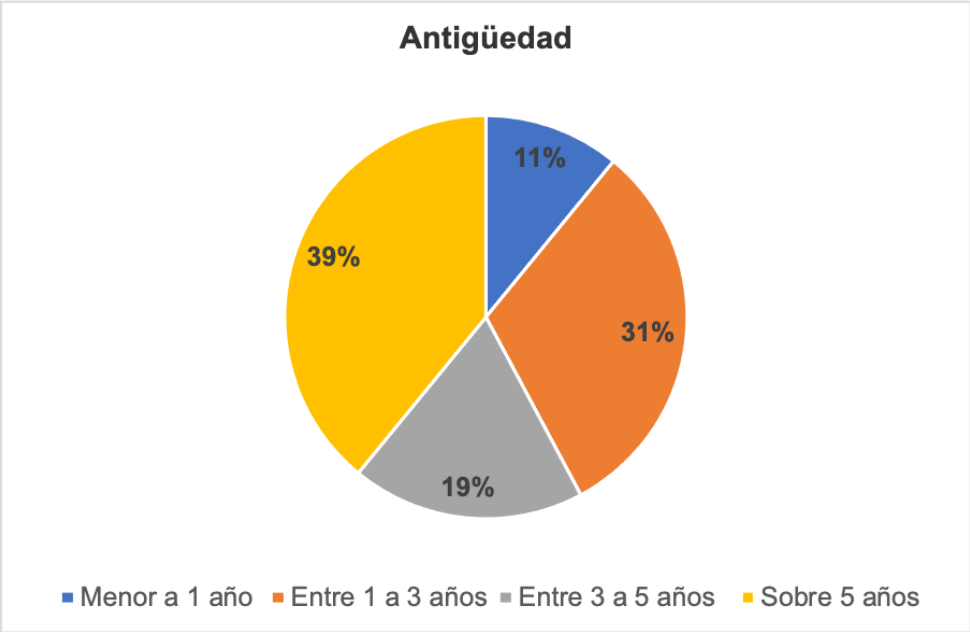
Se destaca que los usuarios financieros que tienen una relación comercial con la empresa Fivana S.A., un 77% de ellos son empresas con ventas inferiores a 25.001UF anuales, lo cual indica que el estándar de clientes son Pymes, y son éstas la que necesitan mayor apoyo financiero para su desarrollo en el ciclo de vida empresarial. Por lo tanto, muestra un índice alto de apoyo financiero al grupo empresarial de las Pymes, sin discriminación por su tamaño, al contrario, promueve el crecimiento de ellas e identifica la necesidad financiera que viven día a día para sobrellevar su ciclo operacional.

4. ¿Cuál es la antigüedad de su empresa?

Tabla 11. Resultado de Antigüedad de las Empresas

Respuesta	Porcentaje (%)	N
Menor a 1 año	11%	7
Entre 1 a 3 años	31%	20
Entre 3 a 5 años	19%	12
Sobre 5 años	39%	25
Total	**100%**	**64**

Gráfico 7. Antigüedad de las Empresas



Dado los resultados, se enfatiza en que un 42% de la muestra seleccionada son empresas con una antigüedad menor a 3 años en el mercado, lo cual asevera que los años de presencia en el mercado no es una causal de no aceptación para el acceso a solicitudes de financiamientos de una empresa Fintech, por el contrario este modelo de negocio comprende que el apoyo a este segmento es primordial para su subsistencia y desarrollo en el ciclo de vida empresarial, conociendo que la antigüedad no define el éxito de las empresas.

A su vez, un 58% de la muestra indica tener presencia en el mercado superior a 3 años, lo cual demuestra que la dispersión obtenida entre los años es mínima, revelando con ello que los años de existencia, no es una variante exclusiva para la Fintech.

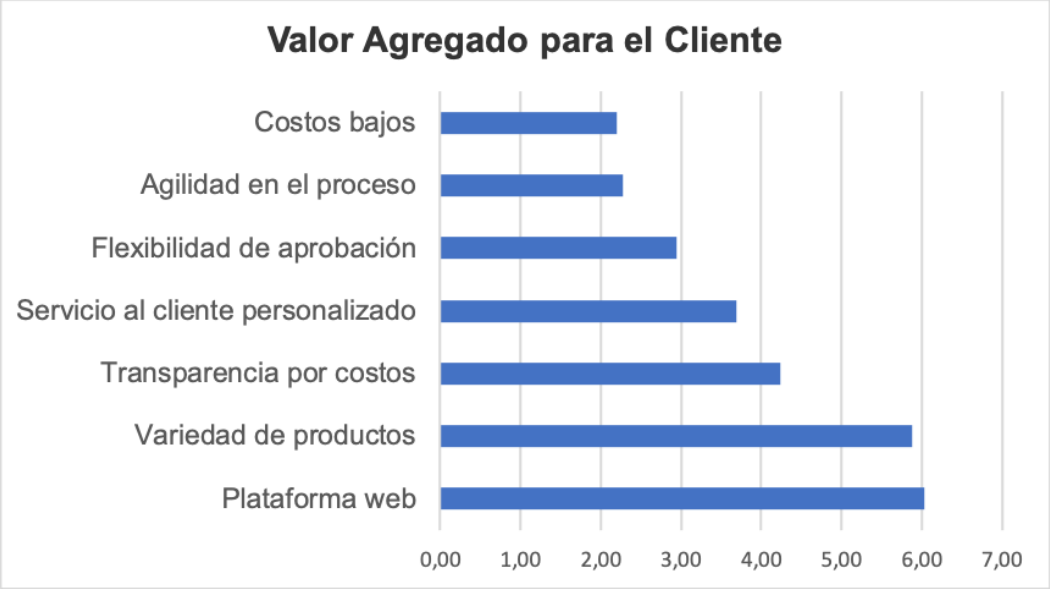
Sección II: Preferencia del Usuario Financiero

5. **Ordene las siguientes alternativas según su preferencia al momento de la búsqueda de financiamiento.**

Tabla 12. Resultado de Preferencias del Usuario Financiero

Respuesta	**Porcentaje (%)**
Plataforma web	6,03
Variedad de productos	5,88
Transparencia por costos	4,24
Servicio al cliente personalizado	3,68
Flexibilidad de aprobación	2,95
Agilidad en el proceso	2,27
Costos bajos	2,20

Gráfico 8. Preferencias del Usuario Financiero



Hoy en día, los usuarios financieros priorizan un modelo de negocio innovador al momento de la búsqueda de una empresa financiera con la cual establecer relaciones comerciales, dada la facilidad de obtener recursos financieros oportunos para el desarrollo operacional de cada empresa, destacando que la preferencia sobre el costo asociado a estas transacciones ocupe el último lugar para estos usuarios, priorizando una plataforma web interactiva, variedad de productos, transparencia en los costos, servicio al cliente, flexibilidad y agilidad en el proceso.

Lo destacado anteriormente, es el modelo de negocio que proponen las Fintech promoviendo la integración e inclusión al sistema financiero, buscando potenciar la educación a los usuarios sobre el manejo de esta herramienta sin la necesidad de trasladarse o comunicarse con algún colaborador de la empresa y sin restricción horaria para el desarrollo de negocios.

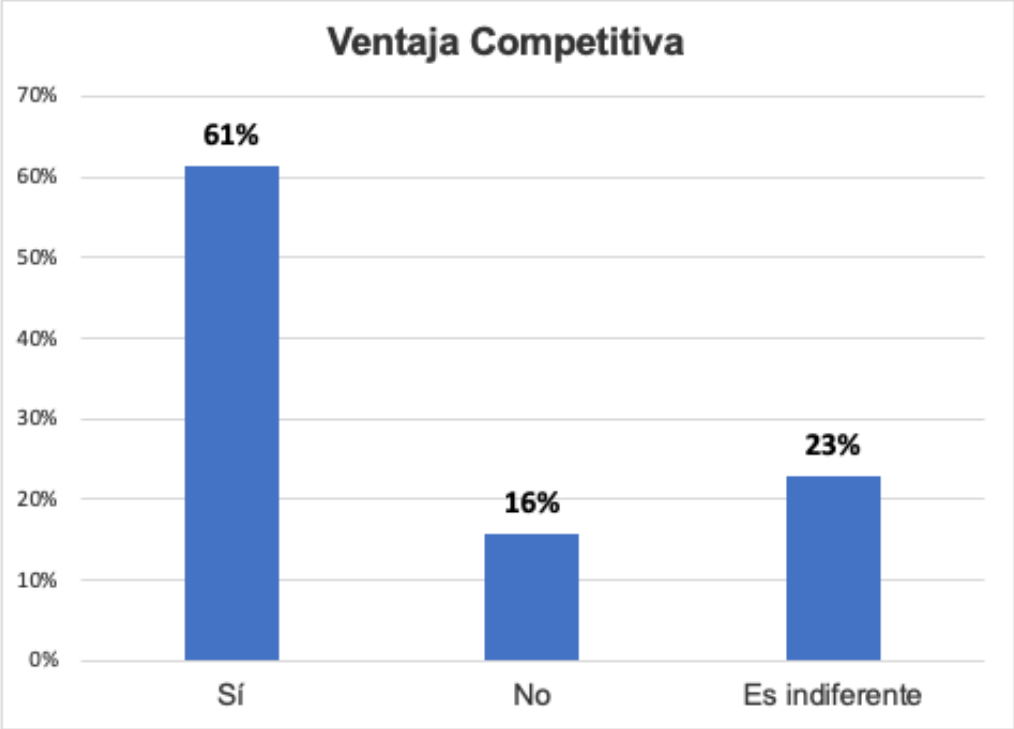
El índice de preferencias que puede entregar el modelo Fintech es alto entre los usuarios financieros.

6. ¿Es un agregado de valor el envío de campañas comerciales asociados a productos financieros pre aprobados para financiar?

Tabla 13. Resultado de Agregado de Valor para el Usuario Financiero

Respuesta	**Porcentaje (%)**	**N**
Sí	61%	35
No	16%	9
Es indiferente	23%	13
Total	**100%**	**57**

Gráfico 9. Agregado de Valor para el Usuario Financiero



El envío de ofertas comerciales es considerado una agregado de valor para los usuarios financieros, dado que les entrega flexibilidad al momento de tomar la decisión de un financiamiento oportuno teniendo en consideración que puede contar con algún producto financiero que ofrezca la empresa ante una necesidad emergente.

Es por ello, que para el 61% de la muestra es relevante el envío de estas ofertas y sólo para un 16% no lo es, siendo un 23% indiferente a esta iniciativa de las empresas financieras.

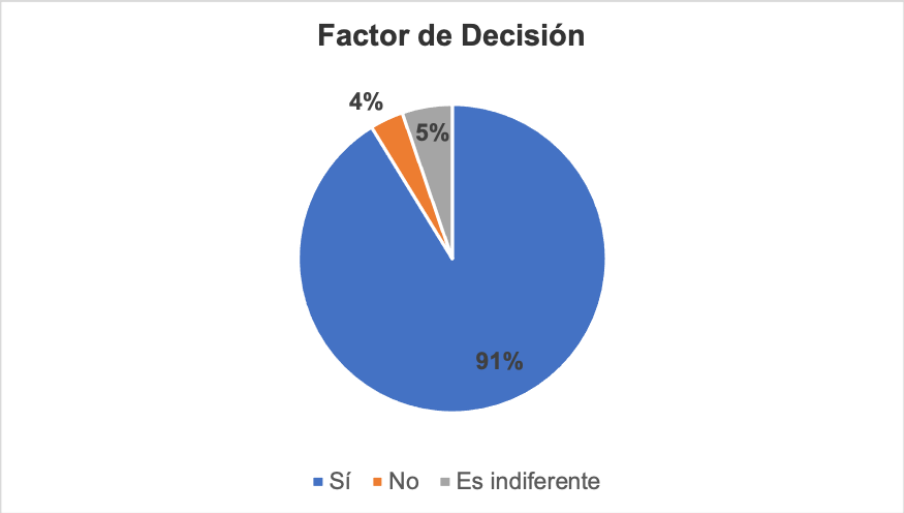
Por lo tanto, este plan de acción comercial tiene un índice alto de aceptación por los usuarios financieros.

7. **¿Para trabajar con una empresa financiera, es indispensable que cuenten con créditos como capital de trabajo?**

Tabla 14. Resultado de Factor de Decisión para el Usuario Financiero

Respuesta	Porcentaje (%)	N
Sí	91%	52
No	4%	2
Es indiferente	5%	3
Total	**100%**	**57**

Gráfico 10. Factor de Decisión para el Usuario Financiero



Las Pymes son mayormente quienes tienen dificultad para acceder a financiamientos desde su inicio de actividades, es por ello que para éstas es necesario que las empresas financieras cuenten con créditos dentro de sus productos que ofertan para de tal manera las Pymes logren obtener capital de trabajo para su proceso operacional del día a día.

Logrando que esta opción de producto, sea primordial para el 91% de los encuestados, y tan sólo para un 4% no lo consideran imprescindible este producto al momento de la búsqueda de una empresa financiera, y para un 5% le es indiferente el producto.

En consecuencia, el índice de valoración sobre los créditos de corto plazo es alto para los usuarios financieros.

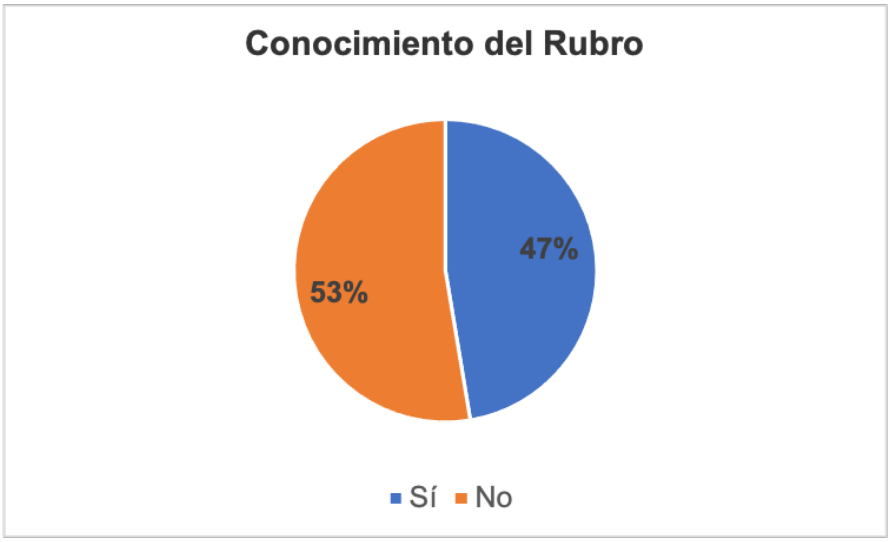
Sección III: Conocimiento de la Fintech

8. ¿Identifica la diferencia entre una Fintech y Factoring Tradicional?

Tabla 15. Resultado del Conocimiento del Rubro por el Usuario Financiero

Respuesta	**Porcentaje (%)**	**N**
Sí	47%	27
No	53%	30
Total	**100%**	**57**

Gráfico 11. Conocimiento del Rubro por el Usuario Financiero



El conocimiento de las diferencias entre una Fintech y Factoring Tradicional da como resultado un déficit en la disimilitud de ambos modelos de negocios, convirtiendo como hipótesis que para los usuarios financieros su proceso operacional es similar dado la cartera de productos que ambos sistemas ofrecen al mercado.

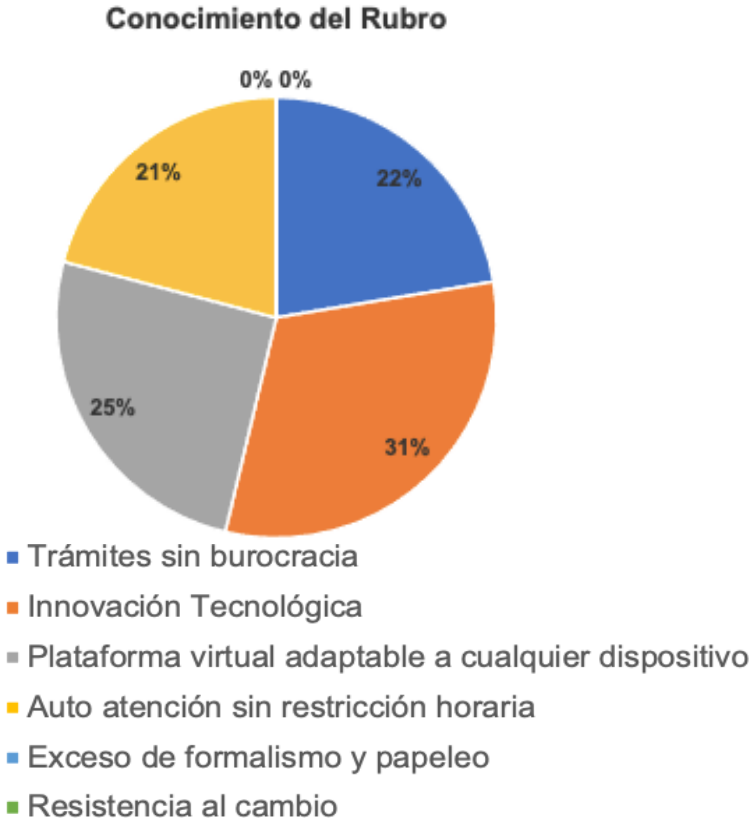
Además, los resultados demuestran que un 53% de los encuestados indica desconocer el modelo Fintech, y un 47% si identifica las diferencias que aporta la revolución de la tecnología financiera. Es por ello, que se tiene un índice bipartito sobre la conversión, adquisición y aplicación del conocimiento de los clientes financieros sobre esta nueva industria.

9. Si su respuesta fue sí, distinga la o las características que describan a las Fintech.

Tabla 16. Resultado de las Características de las Fintech

Respuesta	**Porcentaje (%)**	**N**
Trámites sin burocracia	22%	15
Innovación Tecnológica	31%	21
Plataforma virtual adaptable a cualquier dispositivo	25%	17
Auto atención sin restricción horaria	21%	14
Exceso de formalismo y papeleo	0%	0
Resistencia al cambio	0%	0
Total	**100%**	**67**

Gráfico 12. Conocimiento de las Características de las Fintech



Conociendo que el 47% de los encuestados identifican las diferencias del modelo de negocio Fintech, las características diferenciadoras que destacó esta muestra son con un 31% la innovación tecnológica que tiene esta nueva industria, seguido de un 25% que reconoce que las plataformas virtuales es quien permite marcar la diferencia ante el modelo tradicional de factoring, sumado a un 22% y 21% de trámites sin burocracia y auto atención sin restricción horaria respectivamente que aluden a las características destacadas por los encuestados sobre lo que ofrecen las empresas Fintech al mercado financiero. Descartando el exceso de formalismo y resistencia al cambio como característica de esta nueva industria.

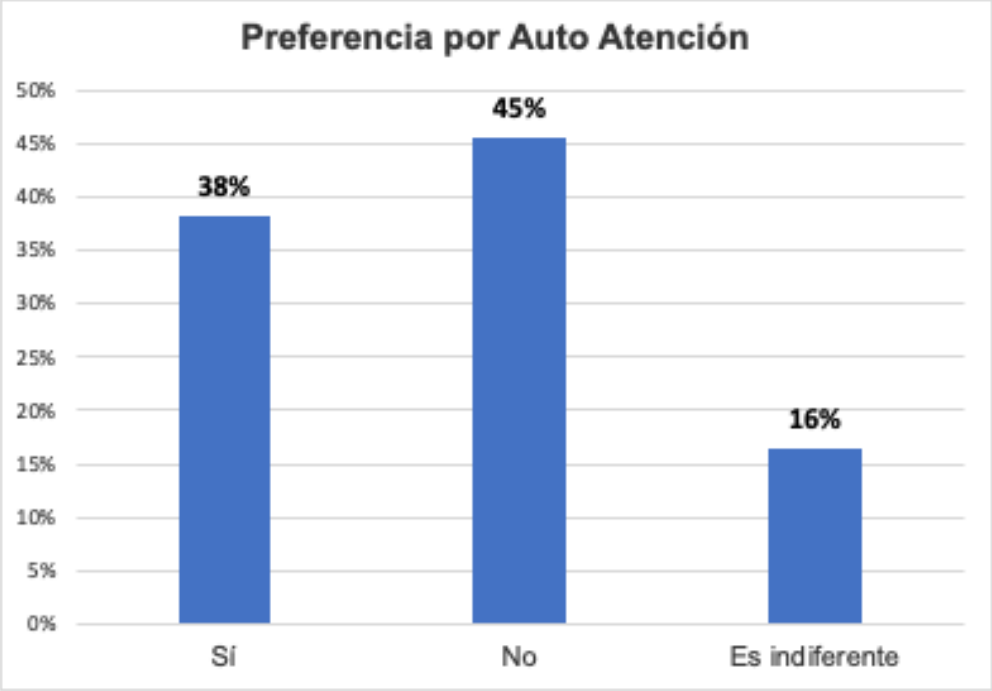
Con los resultados obtenidos, se concluye que el 47% de los entrevistados que validaron conocer las diferencias del modelo de factoring tradicional y Fintech, realmente tiene el conocimiento de las disimilitudes de ambos modelos, por lo tanto, el índice de aplicación de entendimiento de los usuarios financieros que aceptan conocer las desemejanzas de los modelos expuestos, es alta.

10. ¿Prefiere ingresar sus solicitudes de financiamiento en cualquier horario, sin necesidad de solicitarlo a un ejecutivo?

Tabla 17. Resultado de la Preferencia por Auto Atención

Respuesta	**Porcentaje (%)**	**N**
Sí	38%	21
No	45%	25
Es indiferente	16%	9
Total	**100%**	**55**

Gráfico 13. Preferencia por Auto Atención



Según la data obtenida, un 45% de los usuarios financieros prefieren ingresar sus solicitudes de financiamientos a través de un ejecutivo comercial, un 38% prefiere realizar sus solicitudes en cualquier horario sin necesidad de la ayuda de un colaborador de la empresa financiera y un 16% es indiferente ante ambas alternativas.

Logrando demostrar que sólo un 38% de los encuestados prefieren la autonomía al momento del desarrollo de negocios, lo cual proporciona un índice medio en la preferencia por la auto atención.

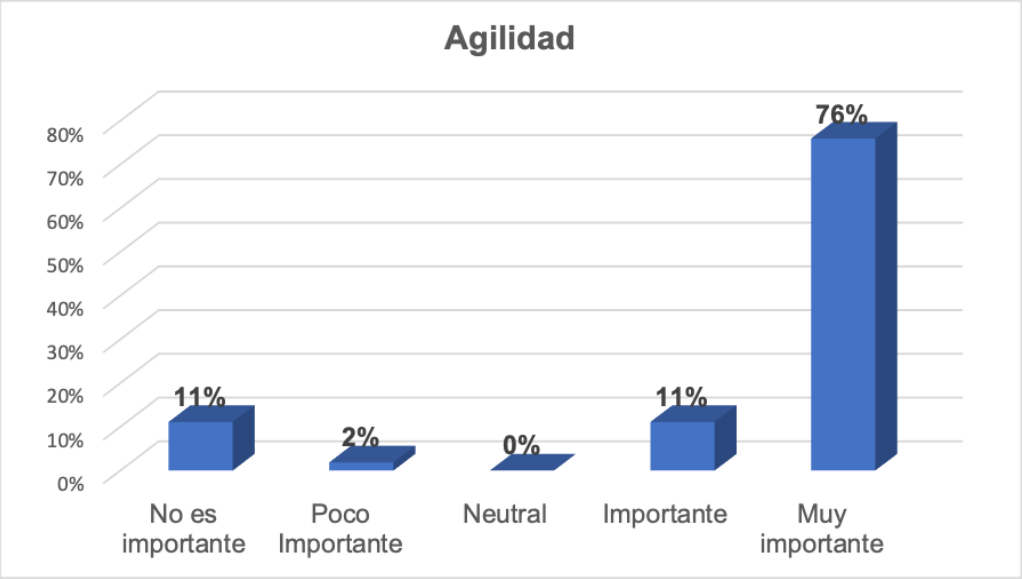
Sección IV: Origen de la Preferencia de la Fintech

11. ¿Qué tan relevante es obtener un financiamiento oportuno?

Tabla 18. Resultado sobre la Agilidad de los Financiamientos

Respuesta	Porcentaje (%)	N
No es importante	11%	6
Poco Importante	2%	1
Neutral	0%	0
Importante	11%	6
Muy importante	76%	41
Total	**100%**	**54**

Gráfico 14. Preferencia por la Agilidad de los Financiamientos



Dada la problemática que viven día a día las Pymes del país por limitación de financiamientos y que estos sean de forma oportuna, un 87% de los encuestados destacan que es adecuado la agilidad al momento de obtener un financiamiento debido a que esto les permitiría poder llevar sin problema su ciclo operacional en los tiempos de ejecución determinados, sin embargo, para un 13% resulta ser no relevante la agilidad del proceso de otorgamiento de financiamientos.

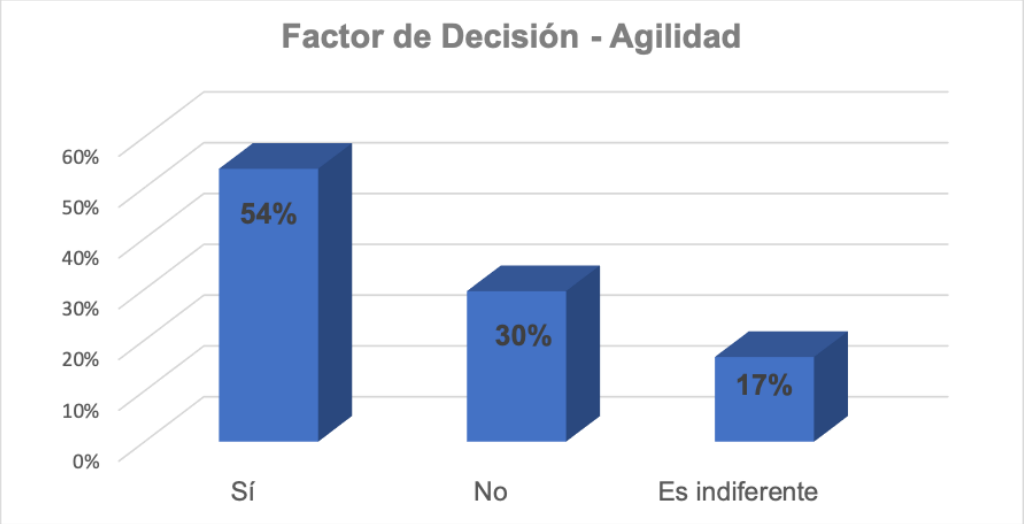
Por lo cual, el índice de clientes que priorizan la celeridad en el desarrollo de negocios es considerablemente alto.

12. **¿Es para usted un factor de decisión al momento de solicitar financiamiento, el envío de documentación adicional que avale el negocio en curso? Por ejemplo: el envío de documentación legal y tributaria de la empresa, contratos, autorización para facturar, entre otros.**

Tabla 19. Resultado sobre si es un Factor de Decisión la Agilidad en los Financiamientos

Respuesta	Porcentaje (%)	N
Sí	54%	29
No	30%	16
Es indiferente	17%	9
Total	**100%**	**54**

Gráfico 15. Es un Factor de Decisión la Agilidad en los Financiamientos



Un 54% de los usuarios financieros consideran relevante, el no envío de documentación adicional que acredite el otorgamiento de financiamientos, debido a que el tiempo es un privilegio para las Pymes y que el envío de ello, tomaría un mayor retraso en el desarrollo del negocio y dejaría de ser atractivo la empresa financiera para el usuario. No obstante, un 30% de los encuestados considera que no es un factor de decisión el envío de información para el acceso a financiamientos, esto se da porque puede existir que algunas empresas cuenten con un horizonte de tiempo permitido para poder esperar el otorgamiento de financiamiento y no

perjudicar su desarrollo operacional, y a un 17% le es indiferente el envío o no envío de información adicional que avale el financiamiento.

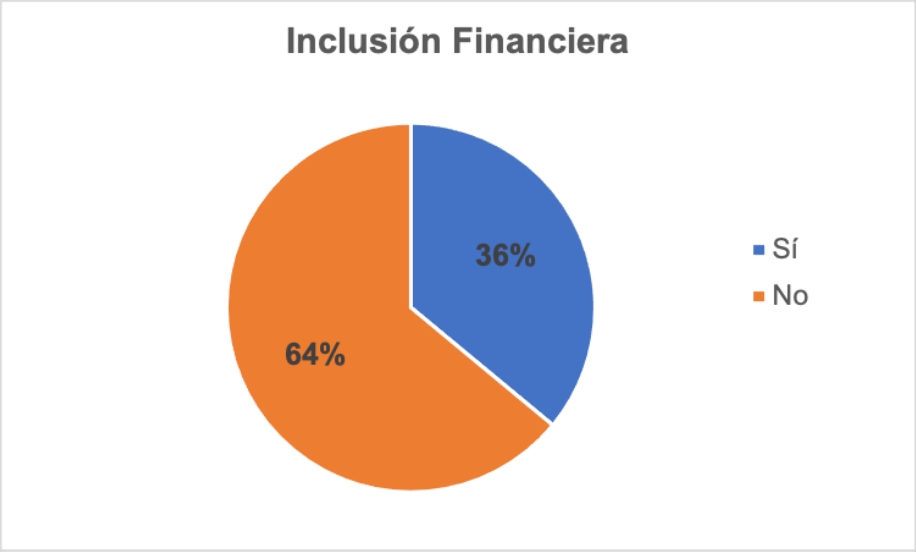
Cabe destacar, que el índice que antepone la agilidad en el proceso de financiamiento es alto para los usuarios financieros.

13. ¿Las Fintech le han apoyado a cubrir necesidades financieras que las empresas tradicionales de factoring o la banca no lo han podido hacer?

Tabla 20. Resultado sobre la Inclusión Financiera

Respuesta	**Porcentaje (%)**	**N**
Sí	36%	18
No	64%	32
Total	**100%**	**50**

Gráfico 16. Inclusión Financiera por parte de la Fintech



Según los resultados obtenidos, un 64% declara no haber sido apoyado financieramente por una empresa Fintech, esto podría ser bajo la causal de un déficit en el conocimiento por parte de los usuarios financieros sobre quiénes pertenecen a este modelo de negocio y un 36% expresa haber sido apoyado por esta nueva industria financiera.

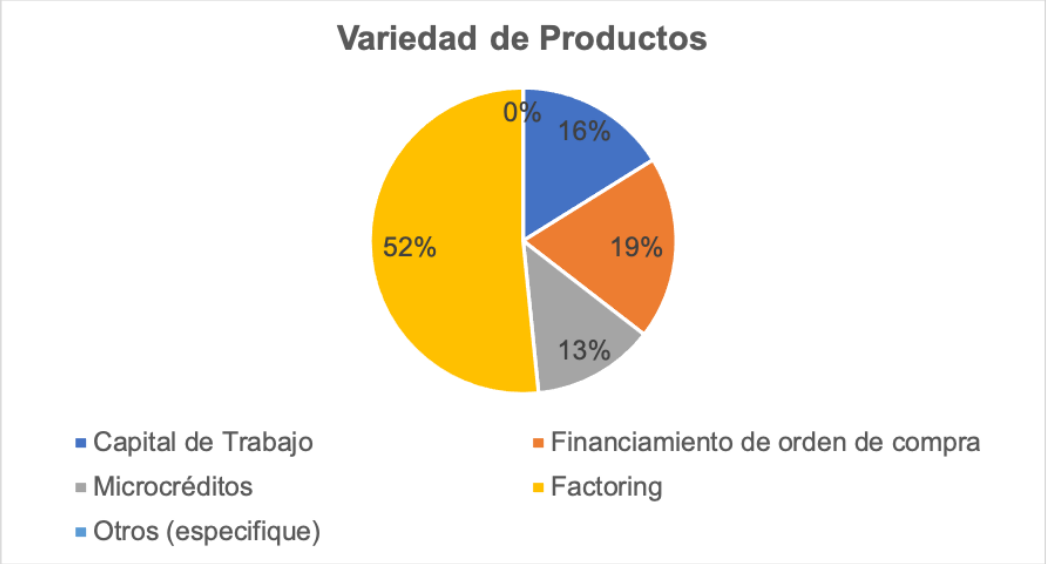
Por lo tanto, se tiene un índice bajo en la valoración de oportunidad sobre la inclusión al sistema financiero por los usuarios.

14. Si su respuesta fue sí, especifique con que productos logró suplir sus necesidades financieras

Tabla 21. Resultado sobre la Variedad de Productos que ofrece la Fintech

Respuesta	**Porcentaje (%)**	**N**
Capital de Trabajo	16%	5
Financiamiento de orden de compra	19%	6
Microcréditos	13%	4
Factoring	52%	16
Otros (especifique)	0%	0
Total	**100%**	**31**

Gráfico 17. Variedad de Productos que ofrece la Fintech



Del 36% de los usuarios financieros que declararon haber sido apoyados por una empresa Fintech, destacaron que los productos que suplieron sus necesidades financieras fueron con un 52% el factoring, lo que les generó una liquidez inmediata a través de sus cuentas por cobrar de corto plazo, seguido de un 19% la opción de financiamiento de órdenes de compra, lo que indica que les permitió poder financiar proyectos y/o ventas recién adjudicadas y de tal manera lograr los tiempos

acordados para ello, sumado a un 16% y 13% de capital de trabajo y microcréditos respectivamente, logrando llevar a cabo su ciclo operacional sin problemas y permitiéndoles eliminar la debilidad financiera que se adhieren a la gestión de las Pymes del país.

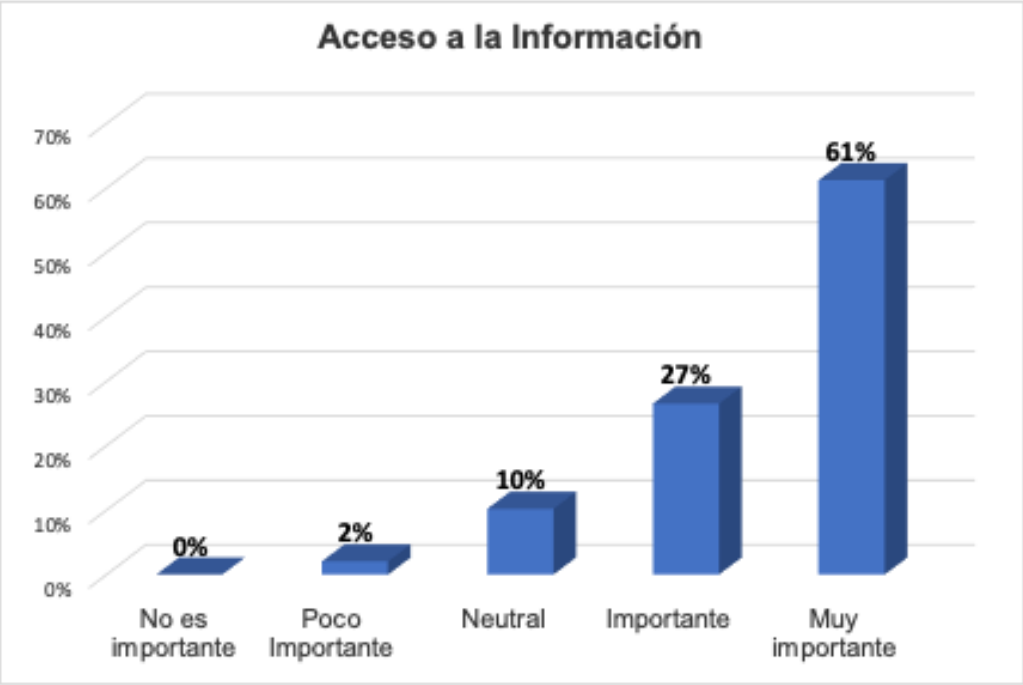
Concluyendo, que el índice de variedad de productos otorgados en contraste con la inclusión al sistema financiero es alto para los usuarios financieros, y valoran la diversidad de financiamientos que pueden obtener en esta nueva industria.

15. ¿Qué tan importante es tener acceso a una plataforma web donde se brinde información de negocios realizados por su empresa con la empresa financiera en cualquier lugar y horario?

Tabla 22. Resultado sobre la Aceptabilidad de una Plataforma Web

Respuesta	**Porcentaje (%)**	**N**
No es importante	0%	0
Poco Importante	2%	1
Neutral	10%	5
Importante	27%	13
Muy importante	61%	30
Total	**100%**	**49**

Gráfico 18. Aceptabilidad de una Plataforma Web



Para un 88% de los usuarios financieros resulta valioso que la empresa financiera ofrezca una plataforma web con información histórica desde el inicio de la relación comercial entre ambas, y a su vez proporcionar información oportuna y relevante para procesos de auditorías internas o externas, para que estos pueden ser consultados sin restricción horaria y sin necesidad de asistir al establecimiento de la empresa financiera.

No obstante, un 10% se encuentra neutral a esta herramienta tecnológica y un 2% considera poco importante este instrumento.

Así mismo, esto permite que el índice sobre la importancia de contar con una plataforma web que presente la información óptima para la gestión del cliente es significativamente alta.

9.1 Informe de No Respuesta de la Encuesta Aplicada

Se destaca que en la primera dimensión de la encuesta “Categorización del Cliente” se obtuvo el mismo número de respuesta que el tamaño de la muestra requerida, esto debido a que se consideró imprescindible este bloque de preguntas para conocer la inclusión financiera que ofrece este modelo hacia el mercado, por lo cual se estimó obligatorio las respuestas a las cuatro primeras preguntas de la encuesta.

Seguidamente, se logró obtener una tasa de respuesta de encuestas finalizadas de:

$$\mathbf{TRR} = \frac{\mathbf{E}}{(\mathbf{E} + \mathbf{R} + \mathbf{NC} + \mathbf{O} + \mathbf{MD} + \mathbf{DD})}$$

$$\mathrm{TRR} = \frac{49}{(49 + 10 + 0 + 5 + 0 + 0)}$$

$$\mathrm{TRR} = 0{,}7656 \cong 77\%$$

Lo cual indica que se logró la aceptabilidad de la encuesta por parte de los usuarios financieros, logrando obtener un 77% de encuestas completas, y un 23% de encuestas no completadas por los encuestados.

A su vez, la tasa de cooperación en la aplicación de la encuesta es:

$$\mathbf{TCC} = \frac{\mathbf{R}}{(\mathbf{E} + \mathbf{R} + \mathbf{O})}$$

$$\mathrm{TCC} = \frac{10}{(49 + 10 + 5)}$$

$$\mathrm{TCC} = 0{,}1563 \cong 16\%$$

$$\mathrm{TCC} = 100\% - 16\% = 84\%$$

Por lo tanto, se detalla que se logró alcanzar un 84% de cooperación de la muestra calculada, obteniendo un indicador significativo para el desarrollo del estudio.

En cuanto a la tasa de rechazo de la aplicación de la encuesta, se tiene como resultado:

$$\mathbf{TR} = \frac{\mathbf{R}}{(\mathbf{E} + \mathbf{R} + \mathbf{NC} + \mathbf{O} + \mathbf{MD} + \mathbf{DD})}$$

$$\mathrm{TR} = \frac{10}{(49 + 10 + 0 + 5 + 0 + 0)}$$

$$\mathrm{TCC} = 0{,}1563 \cong 16\%$$

Debido a la alta tasa de cooperación, se tiene un 16% de la muestra que rechazó la encuesta durante la ejecución posterior a la primera dimensión de la misma, logrando observar que existen encuestas interrumpidas y/o parciales.

Finalizando con la tasa de contacto, que tiene como resultado:

$$\mathbf{TC} = \frac{(\mathbf{E} + \mathbf{R} + \mathbf{O})}{(\mathbf{E} + \mathbf{R} + \mathbf{NC} + \mathbf{O} + \mathbf{MD} + \mathbf{DD})}$$

$$\mathrm{TC} = \frac{(49 + 10 + 5)}{(49 + 10 + 0 + 5 + 0 + 0)}$$

$$\mathrm{TC} = 1 \cong 100\%$$

Por esta razón, se obtuvo una tasa de finalización y de cooperación significativa al tamaño de la muestra seleccionada, lo cual permite extrapolar los resultados de manera significativa para el desarrollo del presente estudio.

10. CONCLUSIONES

De acuerdo a todos los análisis realizados a cada pregunta de la encuesta aplicada a la muestra seleccionada para medir el efecto de la migración digital en el sector financiero, se logra ver la importancia del interés por parte de los usuarios financieros que se potencie esta industria, dado que ofrecen al mercado lo que siempre han necesitado las Pymes desde su inicio de actividades y durante su desarrollo en el ciclo de vida empresarial.

El hecho de implementar la migración digital en el sector financiero obliga a la dirección de cada empresa a no sólo orientarse en la variedad de productos que pueden ofrecer, sino también, a enfocarse en la inclusión financiera de Pymes que se encuentren desatendidas por políticas burocráticas que les deniega el acceso a financiamientos, y también a priorizar la agilidad en el proceso operacional debido a que este gremio empresarial requiere de ello para poder llevar a cabo su ciclo operacional sin impedimento alguno.

Se destaca que los productos de créditos como capital de trabajo, financiamiento de órdenes de compra y microcréditos son de interés para las Pymes, obteniendo a lo menos un 48% de la muestra que ha adquirido tales productos durante la relación comercial con una empresa Fintech, lo que les permite poder crecer su nivel de ventas y/o adjudicarse nuevos proyectos, que sin la colaboración de esta industria les dificultaría obtener, por falta de recursos económicos.

Además, para el 88% de los encuestados consideran fundamental el acceso a plataformas web que le brinden información histórica, acceso a solicitudes de financiamiento sin restricción horaria ni limitación geográfica, destacando que con ello el 87% de la muestra coincide en que la agilidad es un agregado de valor importante para el sector financiero, y que hoy en día, para las Pymes del país no es relevante que la empresa financiera cuente con costos bajos para tener una relación comercial, sino que prefieren sacrificar un costo mayor al de grandes

financieras, si ofrecen agilidad, flexibilidad, transparencia en costos, variedad de productos, plataforma web accesible y servicio al cliente de calidad.

A su vez, un 61% de los usuarios financieros de la muestra declararon que el envío de campañas comerciales le es atractivo para la toma de decisiones previo a la búsqueda de financiamientos, debido a que les permite poder planificar y participar con antelación a nuevos proyectos o variables exógenas que se le presenten en su trayectoria de vida empresarial, también para un 38% de los entrevistados le es preferible ingresar sus solicitudes de financiamientos de forma autónoma sin la asistencia de algún colaborador de la empresa financiera, logrando con ello la agilidad en el proceso operacional y hacer seguimiento de manera oportuna, concluyendo que un 36% de la muestra ha reconocido haber sido apoyado por esta revolución financiera tecnológica.

No obstante, se concluye que un 53% de los encuestados demuestra déficit de conocimiento sobre las ventajas y operacionalización de esta industria financiera, lo cual genera estar al debe en las herramientas mercadotécnicas que implementa cada empresa de esta industria para promover la cercanía y presencia en el mercado financiero para las Pymes.

Por último, con los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta se puede inferir que la aceptación de los clientes hacia las empresas Fintech por sobre las empresas de Factoring Tradicional es alta, dado que esta nueva industria promueve la inclusión financiera y entiende las dificultades de las Pymes del país, logrando tener en su cartera de cliente diversificación en antigüedad con un 42% de los encuestados que presenta un ciclo de vida menor a tres años en el mercado, y un 77% de usuarios financieros con ventas anuales menores a 25.001 UF, cobertura y alcance en el territorio nacional logrando tener presencia en 13 regiones sin necesidad de implementar sucursales en cada región, y sin discriminación de sectores económicos puesto que de la muestra encuestada se obtiene que al menos un usuario financiero trabaja en los 10 principales rubros de la economía del país.

Se destaca que un 16% de la tasa de rechazo de la aplicación de la encuesta se da por falta de incentivos para el desarrollo de la misma, ya que al tratarse de un estudio académico no se creó un programa de incentivos para poder reducir este indicador, no obstante, los indicadores de la tasa de respuesta, cooperación y contacto son altos y sumamente significativos para el desarrollo del estudio.

Para la implementación de la transformación digital del sector financiero se considera ser liderado desde el máximo nivel organizacional, seguido de distintas capacitaciones a sus colaboradores para que el nuevo modelo de negocio sea aceptado y transmitido de forma efectiva, para no generar confusiones en lo que se ofrecerá a las Pymes, la participación y trabajo en equipo de cada empresa serán relevantes para una exitosa implementación.

Finalizando, con la alineación de los objetivos, estrategias y dirección de las empresas financieras que modifiquen su modelo de negocio mediante la transformación digital.

11. RECOMENDACIONES APLICADAS

En base a la investigación realizada, se considera importante continuar con la investigación en referencia a temas relacionados a la tecnología financiera y el modelo de negocio vanguardista de la Fintech que ofrecen al mercado financiero y para ello, se plantea los siguientes puntos:

- Tener base de datos globales de las asociaciones de Factoring Tradicionales y Fintech donde se brinde información de cantidad de clientes, colocación y empresas asociadas, sin necesidad de entregar información específica, resguardando siempre la seguridad de la información. El acceso a esta información fue una limitante importante para el estudio.

- En base a los resultados obtenidos en la investigación de mercado y buscando extrapolar este análisis, se propone implementar un plan de mercadeo por la Asociación Fintech para fomentar el sistema de negocio que proponen en pro de las Pymes, esto debido que uno de los resultados de la encuesta muestra que el 53% de los usuarios financieros cuenta con déficit en el conocimiento de este mercado emergente.

- Se propone crear plataformas web accesibles a los usuarios financieros en el cual puedan interactuar y poder tomar decisiones sin restricción horaria en cualquier día del año, otorgando informes de su situación actual en tiempo real con la empresa financiera. Este es un indicar muy valorado por el mercado objetivo considerando el resultado de aceptación es de un 88% de la encuesta realizada.

- Implementar nuevos productos relacionados a la gama de financiamientos que sean adaptables a las necesidades de las Pymes, y fomentar la inclusión de empresas sin solvencia sustentable para las políticas restrictivas que presenta el sector financiero tradicional o la banca.

- Se sugiere mantener y potenciar el producto de capital de trabajo. De acuerdo con la encuesta el 91% de los usuarios financieros consideran que es indispensable que las empresas Fintech cuenten con créditos debido que es una herramienta primordial previo a la facturación de las Pymes, lo cual les permite continuar con sus operaciones y optar a adjudicaciones de nuevos proyectos logrando crecer sus ventas en un horizonte de mediano plazo.

- Se considera interesante proponer la continuidad del desarrollo del presente estudio expuesto en esta tesis para inferir en el estudio de otros sectores económicos, logrando con ello poder expandir los resultados de mejora continua y la eficiencia en los procesos operacionales de cada rubro en términos de costos, agilidad y transparencia.

CAPÍTULO V

BIBLIOGRAFÍA

WEBGRAFÍA

ANEXOS

GLOSARIO Y ACRÓNIMOS

12. BIBLIOGRAFÍA

Christian Baeza Del Canto. (2017). Evolucíon del factoring como opción de liquidez antes y después de la promulgacion de la Ley 19.983. Concepción: Universidad del Bío Bío, Memoria para optar a título de Ingeniero Comercial.

Camila Francisca Hoyuela Zattera. (2014). *Naturaleza Jurídica de la factura bajo la regulación de la Ley 19.983: Un título de crédito causado.* Concepción: Universidad de Concepción, Memoria para optar al Grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales.

Maximiliano Escobar Saavedra. (2018). *Influencia de las modificaciones a la Ley 19.983 en las causas relativas a facturas.* Concepción: Universidad de Concepción, Memoria para optar al grado de Magíster en Derecho.

Walter Manuel Ruiz Vega. (2019). *Factoring como opción de financiamiento a corto plazo para la empresa Quimpac S.A., de la provincia constitucional del Callao.* Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma, Tesis para optar el título profesional de Contador Público.

Verónica Lucia Villavicencio Salinas. (2010). *El factoring financiero como opción de liquidez inmediata para las pequeñas y medianas empresas en Ecuador.* Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Tesis de grado previa la obtención del Título de Ingeniería Comercial.

Leora Klapper. (2005). *The role of factoring for financing small and medium enterprises.* Washington, DC: The World Bank.

David Igual. (2016). *Fintech, lo que la tecnología hace por las finanzas.* Barcelona: Profit.

Banco de Desarrollo de América Latina. (2016). La revolución de las empresas Fintech y el futuro de la Banca: Disrupción tecnológica en el sector financiero. *Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva Nº 24*, 43.

Javier Alberto Vega Cifuentes. (2017). *Diagnóstico y Propuesta de Mejoras del Nivel de Inclusión Financiera en Chile.* Santiago de Chile: Universidad Técnica Federico Santa María, Tesis de Grado como requisito para optar al Grado de MBA. Magíster en Gestión Empresarial.

Klapper, L. (2005). “The Role of Factoring for Financing Small and Medium Enterprises”. . *World Bank Policy Research Working Paper 3593*.

FCI. (2020). *Annual Review.* Amsterdam: MullerVisual, Mijdrecht, The Netherlands.

Mazzeo Jésica V. Moyano María L. Nara Charbel N. (2012). *FACTORING: Liquidez para las Empresas.* Mendoza, Argentina: Universidad Nacional de Cuyo: Trabajo de Investigación para optar al título de Contador Público Nacional.

Contreras T. Carlos Sebastián. (2009). *La Responsabilidad del Cedente en el Contrato de Factoring.* Valdivia: Universidad Austral de Chile: Memoria para optar al Grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales.

Allen N. Berger y Gregory F. Udell. (2005). A More Complete Conceptual Framework for SME Finance. *Journal of Banking and Finance*, 30.

Banco Interamericano de Desarrollo, Finnovista. (2018). *FINTECH, América Latina 2018: Crecimiento y Consolidación.* América Latina: Banco Interamericano de Desarrollo.

Carballo, I. E., & Dalle-Nogare, F. (08 de Mayo de 2019). Fintech e inclusión financiera: Los casos de México, Chile y Perú. *Revista CEA, 5*(10), 24.

Torres Blázquez, Rocío. (2016/2017). *Incorporación de las Nuevas Tecnologías al Negocio Bancario en España: Impacto de las Fintech.* Facultad de Ciencias de la Empresa. Cartagena, España: Universidad Politécnica de Cartagena: Trabajo Fin de Grado para la obtención del título de Graduado en Administración y Dirección de Empresas.

Manuel Villagrán, Juan / Marusic Mariana. (16 de Abril de 2020). El complejo escenario del factoring, la industria "termómetro" de las pymes. *La Tercera*, pág. 6.

Universidad de Chile. (2020). *Aprendizaje: Pregrado | UChile*. (Tamburrino Widner, & Italo, Productores) Recuperado el 23 de Mayo de 2021, de aprendizaje.uchile.cl: https://aprendizaje.uchile.cl/recursos-para-leer-escribir-y-hablar-en-la-universidad/escribir-la-tesis/profundiza-en-la-tesis/como-formular-la-hipotesis-de-mi-tesis/#1545429777378-bf4c42a4-e071

Carlos Alonso, La Tercera. (21 de Noviembre de 2020). Las pymes son el sostén de la economía. *La Tercera*.

Asociación Chilena de Empresas de Factoring. (Octubre de 2009). *ACHEF, Asociación Chilena de Empresas de Factoring.* Obtenido de https://www.sinacofi.cl/PDF/4to_congreso_credito/pp_alan_lolic.pdf

Universidad de Valencia. (2021). *Intervalo de Confianza para la Proporción de una Característica.* Obtenido de Universidad de Valencia: https://www.uv.es/ceaces/tex1t/5%20interval/ipropor.htm

Elsevier España S.L.U. (01 de Diciembre de 2010). *Determinación del tamaño muestral.* Obtenido de Fisterra.com: https://www.fisterra.com/mbe/investiga/9muestras/9muestras2.asp

El trabajo de Campo Online. (31 de Mayo de 2018). *NANOPDF.COM.* Recuperado el Septiembre de 2021, de https://nanopdf.com/download/el-trabajo-de-campo-online_pdf

Canales, V., Mena, C., & Javiera Quinteros. (2019). *Reclasificación de la no respuesta: distinción entre la no respuesta al ítem y la no respuesta a la unidad.* Instituto Nacional de Estadísticas - Chile. Santiago de Chile: INE.

13. WEBGRAFÍA

Asociación Chilena de Empresas de Factoring, A. (2021). *ACHEF.CL*. Obtenido de Asociación Chilena de Empresas de Factoring, ACHEF: https://achef.cl/achef/#asociados

Asociación Empresas de Factoring Chile AG, E. (2021). *Asociación Empresas de Factoring Chile AG*. Obtenido de EFA.CL: https://efa.cl/asociacion/nuestros-socios/

FinteChile. (2019). *FinteChile*. Obtenido de FinteChile.org: https://www.fintechile.org/miembros

Ministerio de Economia Fomento y Turismo. (2019). *Quinta Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE5),*. Obtenido de https://www.economia.gob.cl/2019/03/12/quinta-encuesta-longitudinal-de-empresas-ele5.htm

Universidad de Chile, F. d. (24 de Julio de 2017). *Universidad de Chile,*. Obtenido de Expertos analizan evolución en normativa del factoring y factura electrónica: http://derecho.uchile.cl/noticias/135337/expertos-analizan-regulacion-del-factoring-y-factura-electronico

ACHEF, A. C. (Octubre de 2009). *ACHEF, Asociación Chilena de Empresas de Factoring* . Obtenido de https://www.sinacofi.cl/PDF/4to_congreso_credito/pp_alan_lolic.pdf

ACHEF, A. C. (Diciembre de 2020). *Asociación Chilena de Empresas de Factoring*. Obtenido de https://achef.cl/estadisticas/

CEPAL. (s.f.). *EUROMIPYME*. Recuperado el 08 de Mayo de 2021, de Mejores políticas para las micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina: https://www.cepal.org/es/proyectos/euromipyme

CEU IAM, Institute for Advanced Management. (18 de Enero de 2021). *CEUIAM.COM*. Recuperado el 16 de Mayo de 2021, de CEU IAM, Institute for Advanced Management, Business School: https://www.ceuiam.com/business-school/como-nacieron-las-fintech--post#:~:text=Si%20bien%20es%20en%20los,incorporaron%20el%20sistema%20Fedwire.

Bolsa de productos de Chile S.A. (2019). *bolsade productos.cl*. Recuperado el 19 de Mayo de 2021, de Bolsa de Productos: https://www.bolsadeproductos.cl/regulacion/ley-factoring

Ley 20.727, Ministerio de Hacienda. (2014). *bcn.cl.* Recuperado el 09 de Mayo de 2021, de BCN | Ley Chile: https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1058909

Ley 19.983, Ministerio de Hacienda. (2004). *bcn.cl.* Recuperado el 09 de Mayo de 2021, de BCN | Ley Chile: https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=233421&idVersion=2019-05-16

Ley 20.780, Ministerio de Hacienda. (2020). *bcn.cl.* Recuperado el 09 de Mayo de 2021, de BCN | Ley Chile: https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1067194&idParte=9509271

Ley 21.217, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (2020). *bcn.cl.* Recuperado el 09 de Mayo de 2021, de BCN | Ley Chile: https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1144040&idParte=10112146

Telecheque S.A. (2013). *Safe 2 Sell, Venta Segura*. Recuperado el 22 de Mayo de 2021, de telecheque.cl: https://www.telecheque.cl/noticias/la-evolucion-de-la-factura-electronica-en-chile-y-el-mundo/#:~:text=La%20factura%20electr%C3%B3nica%20entr%C3%B3%20en,electr%C3%B3nico%20en%20el%20mercado%20local.

El Mundo.com. (2016). *El Mundo.* Recuperado el 22 de Mayo de 2021, de historico.elmundo.com: https://historico.elmundo.com/portal/noticias/economia/colombia_es_tercero_en_mercado_factoring_de_latinoamerica.php#.YKymO5NKg_V

Marchetti Michels Patricia. (13 de Mayo de 2019). *Primer estudio revela las claves del mundo Fintech en Chile: Los problemas y desafíos de la industria financiera no tradicional.* Recuperado el 23 de Mayo de 2021, de Emol Economía: https://www.emol.com/noticias/Economia/2019/05/13/947388/Revelan-los-resultados-de-la-primera-encuesta-sobre-empresas-fintech-en-Chile.html

Iuapana. (2021). *Iuapana.* Recuperado el 23 de Mayo de 2021, de iupana.com: https://iupana.com/2021/05/17/chile-apunta-a-ser-hub-fintech/

Fintechile. (2021). *FinteChile*. Recuperado el 24 de abril de 2021, de Fintechile.org: https://www.fintechile.org/miembros

Servicio de Impuestos Internos. (29 de Enero de 2018). *Sii*. Recuperado el 01 de Mayo de 2021, de Sii Preguntas Frecuentes: https://www.sii.cl/preguntas_frecuentes/catastro/001_012_6505.htm

Muestreo Aleatorio Simple. (21 de Noviembre de 2010). *Slideshare a Scribd Company.* Obtenido de Slideshare from Scribd: https://es.slideshare.net/milit/muestreo-aleatorio-simple

Question Pro. (07 de Mayo de 2021). *QuestionPro*. Obtenido de Muestreo aleatorio simple, uno de los tipos de muestreo de probabilidad: https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-aleatorio-simple/

QuestionPro. (23 de Enero de 2018). *QuestionPro* . Obtenido de ¿Cuál es la cantidad ideal de preguntas para una encuesta?: https://www.questionpro.com/blog/es/cantidad-ideal-de-preguntas-para-una-encuesta/

14. ANEXOS

Anexo 1: Miembros de la Asociación Chilena de Empresas de Factoring, 2021

Tabla 23. Miembros de la ACHEF

Nº	Razón Social	Dirección	Página Web
1	Bice Factoring	Teatinos Nº 280, Piso 18 - Santiago	https://www.bicefactoring.cl/
2	Factoring Tanner	Huérfanos Nº 863, Piso 10 - Santiago	https://tanner.cl/factoring/
3	Factoring Banco Consorcio	Mac Iver Nº 225, Piso 2 - Santiago	https://bancoconsorcio.cl/contacto
4	Factoring Banco Security	Av. Apoquindo Nº 3150, Piso 12 - Las Condes	https://www.factoringsecurity.cl/
5	Factoring Finameris	Av. Apoquindo Nº 3039, Piso 3 - Las Condes	https://finameris.com/
6	Factoring Eurocapital	Av. Apoquindo Nº 3000, Piso 6 - Las Condes	https://www.eurocapital.cl/
7	Factoring Incofin	Alameda Nº 949, Piso 13 - Santiago	https://www.incofin.cl/
8	Factoring Banco Internacional	Moneda Nº 818 - Santiago	https://www.baninterfactoring.cl/
9	Factoring Primus Capital	Av. Apoquindo Nº 3000, Piso 10 - Las Condes	https://primuscapital.cl/
10	Factoring Latam Trade Capital	Av. Vitacura Nº 2670, Piso 8 - Las Condes	https://www.latamtradecapital.com/

Fuente: Elaboración propia con datos de ACHEF, 2021.

Anexo 2: Miembros de la Asociación Empresas de Factoring Chile AG, 2021

Tabla 24. Miembros de la EFA AG

Nº	Razón Social	Dirección	Página Web
1	Banfactoring	Fidel Oteíza Nº 1971, Oficina 301 - Providencia	www.banfactoring.cl
2	Banninter Factoring	Av. Apoquindo Nº 6750, Piso 11 - Las Condes	www.baninterfactoring.cl
3	BHV Capital Servicios Financieros	La Concepción Nº 191, Piso 8 - Providencia	www.bhvcapital.cl
4	Capital Express	Nueva de Lyon Nº 0145, Oficina 601 - Providencia	www.capitalexpress.cl
5	CFC Capital	Mac Iver Nº 225, Piso 11 - Santiago	www.cfccapital.cl
6	Contempora Servicios Financieros	Av. El Bosque Norte Nº 0177, Piso 7 - Las Condes	www.contempora.cl
7	Coval Factoring	Av. Nueva Tajamar Nº 183, Piso 9 - Las Condes	www.coval.cl
8	Crecer Factoring	San Sebastián Nº 2881, Piso 1 - Las Condes	www.crecer.cl
9	Crédito y Factoring	1 Sur Nº 690, Oficina 515 - Talca	www.credifactoring.cl
10	Factor Plus Servicios Financieros	Los Conquistadores Nº 1730 - Providencia	www.factorplus.cl
11	Factoring Mercantil	Av. Vitacura Nº 3563, Piso 11 - Vitacura	www.factoringmercantil.cl
12	Factoriza	MacIver Nº 440, Oficina 1102 - Santiago	www.factoriza.cl

13	Interfactor	Av. Ricardo Lyon Nº 222, Piso 4 - Providencia	www.interfactor.cl
14	Liquidez Factoring	Av. Las Condes Nº 11.283, Oficina 501 - Las Condes	www.liquidez.cl
15	Logros Factoring	Av. El Bosque Norte Nº 0177, Oficina 1202 - Las Condes	www.logros.cl
16	Orsan Factoring	Huérfanos Nº 863, Oficina 612 - Santiago	www.orsanfactoring.cl
17	Penta Financiero	Av. El Bosque Norte Nº 0440, Piso 12 - Las Condes	www.pentafinanciero.cl
18	Proyecta Capital	Av. El Bosque Sur Nº 90, Piso 11 - Las Condes	www.proyectacapital.cl
19	Servicios Financieros Omega Factoring	Félix de Amesti Nº 124, Piso 2 - Las Condes	www.omegafactoring.cl
20	Servicios Financieros Progreso	Miraflores Nº 222, Piso 25 - Santiago	www.factoringprogreso.cl
21	SMB Factoring	Coronel Pereira Nº 72, Oficina 303 - Las Condes	www.smbfactoring.cl

Fuente: Elaboración propia con datos de EFA AG, 2021.

Anexo 3: Miembros de la Asociación FinteChile, 2021

Tabla 25. Miembros de FinteChile

Nº	Razón Social	Página Web
1	123 Seguro	https://www.123seguro.cl/
2	Altera Pay	https://alterapay.cl/
3	AmiPass	https://www.amipass.com/
4	ApiPay	https://apipay.cl/
5	Apoyate	https://apoyate.cl/
6	Arrayán Factoring	https://arrayanfactoring.cl/
7	Befx	https://mundobefx.com/
8	Banca.Me	https://banca.me/
9	Bitex	https://bitex.la/
10	Broota Inversiones	https://inversion.broota.com/
11	Buda.com	https://www.buda.com/chile
12	Contable	https://www.contable.app/
13	Capitaria Traders Only	https://www.capitaria.com
14	Chita	https://chita.cl/
15	Circle	https://www.circledigital.io/
16	Clay	https://www.clay.cl/
17	Cobranza Online	https://cobranzaonline.com/

18	Colektia	https://colektia.com/
19	Gordada	https://www.cordada.com/
20	Creditú	https://www.creditu.com/
21	Cryptomkt	https://www.cryptomkt.com/es/
22	Cumplo	https://www.cumplo.cl/
23	Dank	https://dank.cl/factoring/
24	Destacame	https://www.destacame.cl/
25	Doble Impacto	https://www.dobleimpacto.cl/
26	ERPyme	https://www.erpyme.cl/
27	ETPay	https://www.etpayment.com/
28	Ebanx	https://www.ebanx.com/cl/
29	Fapro	https://fapro.cl/
30	Factorclick	https://factorclick.cl/
31	FinAPI	https://www.finapi.cl/
32	Fincloud	https://fincloud.cl/
33	Fintoc	https://fintoc.com/
34	Fintonic	https://www.fintonic.com/es-ES/inicio/
35	Floid	https://www.somosfloid.com/chile/home/
36	Flow	https://www.flow.cl/
37	Focus	https://soyfocus.com/

38	Gesintel Compliance	https://gesintel.cl/
39	Global66	https://global66.com/cl/
40	Greensill	https://omnilatam.com/cl/
41	Hackmetrix	https://www.hackmetrix.com/
42	Haulmer	https://www.haulmer.com/
43	Hipotecario Fácil	https://www.hipotecariofacil.com/
44	Bibitt	N/A
45	Idemia	https://idemia.com/es/
46	Infinity	N/A
47	Ionix	https://www.ionix.cl/
48	Khipu	https://khipu.com/
49	Kredito	https://www.kredito.cl/
50	Kushki	https://kushki.cl/
51	Lana	https://www.lana.xyz/
52	Lyra	https://www.lyra.com/la/
53	Mercado Pago	https://www.mercadopago.cl/
54	Mercados G	https://www.mercadosg.com/
55	Metriks	https://metriks.cl/
56	Nubox	https://www.nubox.com/
57	Olx Autos	https://www.olxautos.cl/

58	PPRO	https://www.ppro.com/
59	Pago Fácil	https://www.pagofacil.cl/
60	Pay Retailers	https://payretailers.com/es/
61	Paytech Holding	https://www.paytechholding.com/
62	Payku	https://payku.cl/
63	Piriod	https://piriod.com/
64	Punto Total	http://www.jjd.cl/
65	Punto Pagos	https://www.puntopagos.com/
66	Quantum X	https://quantum-x.io/
67	Red Capital	https://redcapital.cl/
68	Redelcom	https://www.redelcom.cl/
69	Regcheq	https://regcheq.com/
70	Regum	https://www.regumcapital.com/
71	Rindegastos	N/A
72	Rocketpin	https://rocketpin.cl/
73	Sesocio.com	https://www.sesocio.com/
74	SimpleDTE	https://www.simpledte.cl/
75	Sumup	https://sumup.cl/
76	Sweetpay	https://www.sweetpay.cl/
77	Tenpo	https://www.tenpo.cl/

78	Toc Biometrics	https://www.tocbiometrics.com/es-CL/home
79	Tiaxa	https://www.tiaxa.com/es/
80	Tradeus Fair E - Trading	https://www.tradeus.cl/
81	Truora	https://www.truora.com/
82	Payments Including Everyone	https://www.u-payments.com/
83	UPago	https://upago.cl/
84	Uppercarp	https://www.uppercap.com/es/
85	Vu Security	https://www.vusecurity.com/es
86	Venti Pay	https://www.ventipay.com/
87	Veritram	https://www.veritran.com/
88	Virtual Pos	https://www.virtualpos.cl/
89	Worldline	https://cl.worldline.com/es/home.html
90	Worldsys	https://www.worldsys.com.ar/
91	Xepelin	https://www.xepelin.com/
92	Zumpago	https://www.zumpago.cl/login.aspx?ReturnUrl=%2f
93	Arcadi	https://www.arcadienvios.com/
94	iProveedor	https://www.iproveedor.com/

Fuente: Elaboración propia con datos de FinteChile, 2021.

Anexo 4: Ley N.º 19.983 del año 2004

TEXTO COMPLETO DE LA LEY N°19.983, QUE REGULA LA TRANSFERENCIA Y OTORGA MÉRITO EJECUTIVO A COPIA DE LA FACTURA.

Fecha de publicación: 15.12.2004

Fecha de promulgación: 12.11.2004

Teniendo presente que el H. Congreso Nacional ha dado su aprobación al siguiente Proyecto de Ley:

“Artículo 1°.- En toda operación de compraventa, de prestación de servicios, o en aquellas que la ley asimile a tales operaciones, en que el vendedor o prestador del servicio esté sujeto a la obligación de emitir factura, deberá emitir una copia, sin valor tributario, de la factura original, para los efectos de su transferencia a terceros o cobro ejecutivo, según lo dispuesto en esta ley.

El vendedor o prestador del servicio deberá dejar constancia en el original de la factura y en la copia indicada en el inciso anterior, del estado de pago del precio o remuneración y, en su caso, de las modalidades de solución del saldo insoluto.

Artículo 2°.- La obligación de pago del saldo insoluto contenida en la factura deberá ser cumplida en cualquiera de los siguientes momentos:

1. A la recepción de la factura;

2. A un plazo desde la recepción de la mercadería o prestación del servicio, pudiendo establecerse vencimientos parciales y sucesivos, y 3. A un día fijo y determinado.

En ausencia de mención expresa en la factura y su copia transferible de alguno de plazos señalados, se entenderá que debe ser pagada dentro de los treinta días siguientes a la recepción.

Artículo 3°.- para los efectos de esta ley, se tendrá por irrevocablemente aceptada la factura si no se reclamara en contra de su contenido mediante alguno de los siguientes procedimientos:

1. Devolviendo la factura y guía o guías de despacho, en su caso, al momento de la entrega, o

2. Reclamando en contra de su contenido dentro de los ocho días corridos siguientes a su recepción, o en el plazo que las partes hayan acordado, el que no podrá exceder de treinta días corridos. En este caso, el reclamo deberá ser puesto en conocimiento del emisor de la factura por carta certificada, o por cualquier otro modo fehaciente, conjuntamente con la devolución de la factura y la guía o guías de despacho, o bien junto con la solicitud de emisión de la nota de crédito correspondiente. El reclamo se entenderá practicando en la fecha de envío de la comunicación.

Artículo 4°.- La copia de la factura señalada en el artículo 1°, quedara apta para su cesión al reunir las siguientes condiciones:

A. Que haya sido emitida de conformidad a las normas que rijan la emisión de la factura original, incluyendo en su cuerpo en forma destacada la mención “cedible”, y

B. Que en la misma conste el recibo de las mercaderías entregadas o del servicio prestado, con indicación del recinto y fecha de la entrega o de la prestación del servicio y del nombre completo, rol único tributario y domicilio del comprador o beneficiario del servicio e identificación de la persona que recibe, más la firma de este último.

En caso de que en la copia de la copia de la factura no conste el recibo mencionado, sólo será cedible cuando se acompañe una copia de la guía o guías de despacho emitida o emitidas de conformidad a la ley, en las que conste el recibo correspondiente. Para estos efectos, el emisor de la guía o guías de despacho deberá extender una copia adicional a las que la ley exige, con la mención “cedible con su factura”.

Para los efectos previstos en la letra b) y en el inciso anterior, se presume que representa al comprador o beneficiario del servicio la persona adulta que reciba a su nombre los bienes adquiridos o los servicios prestados.

Toda estipulación que limite, restrinja o prohíba la libre circulación de un crédito que conste en una factura se tendrá por no escrita.

Artículo 5°.- la misma copia referida en el artículo anterior tendrá merito ejecutivo para su cobro, si cumple los siguientes requisitos:

A. Que la factura correspondiente no haya sido reclamada de conformidad al artículo 3° de esta ley;

B. Que su pago sea actualmente exigible y la acción para su cobro no este prescrita;

C. Que en la misma conste el recibo de las mercaderías entregadas o del servicio prestado, con la indicación del recinto y fecha de la entrega de las mercaderías o de la prestación del servicio, del nombre completo, rol único tributario y domicilio del comprador o beneficiario del servicio e identificación de la persona que recibe las mercaderías o el servicio, más la firma de este último.

En todo caso, si en la copia de la factura no consta el recibo mencionado, ella podrá tener mérito ejecutivo cuando se la acompañe de una copia de la guía o guías de despacho emitida o emitidas de conformidad a la ley, en las que conste el recibo correspondiente.

Será obligación del comprador o beneficiario del servicio otorgar el recibo a que se refieren los párrafos precedentes y la letra b) del artículo 4°, en el momento de la entrega real o simbólica de las mercaderías o, tratándose de servicios, al momento de recibir la factura.

El cumplimiento de la obligación establecida en el párrafo anterior será fiscalizado por el Servicio de Impuestos Internos, que deberá denunciar las infracciones al Juez de Policía Local del domicilio del infractor. Asimismo, el afectado por el incumplimiento también podrá hacer la denuncia ante el mencionado tribunal. La infracción será sancionada con multa, a beneficio fiscal, de hasta el 50% del monto de la factura, con un máximo de 40 unidades tributarias anuales, la que será aplicada conforme a las disposiciones de la ley N°18.287, y

D. Que, puesta en conocimiento del obligado a su pago mediante notificación judicial, aquel no alegare en el mismo acto, o dentro del tercer día, la falsificación material de la factura o guía o guías de despacho respectivas, o del recibo a que se

refiere literal precedente, o la falta de entrega de la mercadería o de la prestación del servicio, según el caso, o que, efectuada dicha alegación, ella fuera rechazada por resolución judicial. La impugnación se tramitara como incidente y, en contra de la resolución de la deniegue, procederá el recurso de apelación en el solo efecto devolutivo.

El que dolosamente impugne de falsedad cualquiera de los documentos mencionados en la letra c) y sea vencido totalmente en el incidente respectivo, será condenado al pago del saldo insoluto y, a título de indemnización de perjuicios, a de una suma igual al referido saldo, más el interés máximo convencional calculado sobre dicha suma, por el tiempo que corra entre la fecha de notificación y la del pago.

Artículo 6°.- Será, asimismo, cedible y tendrá mérito ejecutivo la copia de la factura extendida por el comprador o beneficiario del servicio que reúna las condiciones establecidas en los artículos precedentes, en los casos en que estos deban emitirla en conformidad a la ley.

Artículo 7°.- La cesión del crédito expresada en la factura será traslaticia de dominio, para lo cual el cedente deberá estampar su firma en el anverso de la copia cedible a que se refiere la presente ley, agregar el nombre completo, rol único tributario y domicilio del cesionario y proceder a su entrega.

Esta cesión deberá ser puesta en conocimiento del obligado al pago de la factura, por un notario público o por el oficial de Registro Civil en las comunas donde no tenga su asiento un notario, sea personalmente, con exhibición de copia del respectivo título, o mediante el envío de la carta certificada, por cuenta del cesionario de la factura, adjuntando copias del mismo certificadas por el ministro de fe. En este último caso, la cesión producirá efectos respecto del deudor, a contar del sexo día siguiente a la fecha del envío de la carta certificada dirigida al domicilio del deudor registrado en la factura.

La cesión señalada en el presente artículo no constituye operación de crédito de dinero para ningún efecto legal.

Artículo 8°.- La copia de la factura a que se refiere la presente ley podrá ser entregada en cobranza a un tercero. Para ello, bastará la firma del cedente en el anverso de la copia cedible de la factura, seguida de la expresión “en cobranza” o “valor en cobro” y la entrega respectiva. En tal caso, produce los efectos de un mandato para su cobro, en virtud del cual su portador está facultado para cobrar y percibir su valor insoluto, incluso judicialmente, y tiene todas las atribuciones propias del mandatario judicial, comprendidas también aquellas que conforme a la ley requieren mención expresa.

Artículo 9°.- Las normas de la presente ley serán igualmente aplicables en caso que la factura sea un documento electrónico emitido de conformidad a la ley por un contribuyente autorizado por el Servicio de Impuestos Internos. En tal caso, el recibo de todo o parte del precio o remuneración deberá ser suscrito por el emisor con su firma electrónica, y la recepción de las mercaderías o servicios que consten en la factura podrá verificarse con el acuse de recibo electrónico del receptor. No obstante, si se ha utilizado guía de despacho, la recepción de las mercaderías podrá constar en ella, por escrito, de conformidad con lo establecido en esta ley.

La cesión del crédito expresado en estas facturas deberá ponerse en conocimiento del obligado al pago de ellas en la forma señalada en esta ley, o mediante su anotación en un registro público electrónico de transferencias de créditos contenidos en facturas electrónicas que llevará el Servicio de Impuestos Internos. En este último caso, se entenderá que la transferencia ha sido puesta en conocimiento del deudor el día hábil siguiente a aquel en que ella aparezca anotada en el registro señalado. El Servicio podrá encargar a terceros la administración del registro.

El reglamento para la ejecución de este artículo deberá ser dictado dentro del plazo de dos meses, contados desde la publicación de la presente ley.

Artículo 10°.- En lo no previsto por esta ley, serán aplicables a la cesión de créditos que consten en facturas las disposiciones establecidas en el Título XXV del libro IV del Código Civil o en el Título IV del libro II del Código de Comercio, según sea la naturaleza de la operación. A las mismas normas se sujetará la cesión del crédito

contenido en las facturas que no cumplan las condiciones señaladas en el artículo 4° de la presente ley, en cuyo caso, la comunicación al deudor se practicará mediante el procedimiento establecido en el artículo 7° de la misma.

En caso de extravío o pérdida de la copia de la factura de que trata esta ley se aplicará lo dispuesto en el párrafo 9° de la ley N°18.092.

En el plazo de prescripción de la acción ejecutiva, para el cobro del crédito consignado en la copia de la factura establecida en esta ley, en contra del deudor de la misma, es de un año, contando desde su vencimiento. Si la obligación de pago tuviese vencimientos parciales, el plazo de prescripción correrá respecto de cada vencimiento.

Artículo 11°.- Esta ley entrará en vigencia en el plazo de cuatro meses contados desde su publicación en el diario oficial.

Habiéndose cumplido con lo establecido en el N°1 del artículo 82 de la Constitución Política de la República y por cuanto he tenido a bien aprobarlo y sancionar; por tanto promulgase y llévese a efecto como Ley de la República.

Santiago, 12 noviembre de 2004.- RICARDO LAGOS ESCOBAR, Presidente de la República.- Nicolás Eyzaguirre Guzmán, Ministro de Hacienda.- Jorge Rodríguez Grossi, Ministro de Economía, Fomento y Reconstrucción.- Luis Bates Hidalgo, Ministro de Justicia.

Tribunal Constitucional

Proyecto de ley que regula la transferencia y otorga mérito ejecutivo a la copia de la factura.

El Secretario del Tribunal Constitucional, quien suscribe, certifica que la Honorable Cámara de Diputados envió el proyecto de ley enunciado en el rubro, aprobado por el Congreso Nacional, a fin de que este Tribunal ejerciera el control de constitucionalidad respecto del párrafo final de la letra c) del inciso primero del artículo 5° del mismo, y por sentencia de 10 de noviembre de 2004, dictada en los autos N° 426, declaró:

1. Que el artículo 5°, inciso primero, letra c), párrafo final, del proyecto remitido es constitucional.

2. Que las demás disposiciones comprendidas en el artículo 5°, inciso primero, letra c), del proyecto remitido son igualmente constitucionales.

Santiago, noviembre 11 de 2004.- Rafael Larraín Cruz, Secretario.

Anexo 5: Ley Nº 20.727 del año 2014

LEY 20727: INTRODUCE MODIFICACIONES A LA LEGISLACIÓN TRIBUTARIA EN MATERIA DE FACTURA ELECTRÓNICA Y DISPONE OTRAS MEDIDAS QUE INDICA

Promulgación: 20-ENE-2014

Publicación: 31-ENE-2014

Versión: Texto Original - de 31-ENE-2014 a 30-SEP-2014

Materias: Código Tributario, Impuesto a las Ventas y Servicios, Documentos Tributarios, Documentos Electrónicos, Factura Electrónica, Orgánica Constitucional Servicio de Impuestos Internos, Dirección Nacional del Servicio de Impuestos Internos, D.L. no. 825, D.L. no. 830, Art. 1°, Ley no. 19.983, Art. 9°, D.F.L. no. 7, Ministerio de Hacienda, 1980.

Resumen: Indica que la factura electrónica es un documento digital que tiene validez legal tributaria como medio de respaldo de las operaciones comerciales entre contribuyentes. Reemplaza a las facturas tradicionales de papel.

Anexo 6: Calendario de Ingreso de los Contribuyentes a Facturación Electrónica

Tabla 26. Calendario para facturación electrónica

Etapas / Tamaño	Ingresos Anuales por Ventas y Servicios en el Último Año	Ubicación / Plazo	Fecha
Etapa I: Grandes Empresas	Mayor a 100.000 UF	Urbana y Rural / 9 meses	01 de Noviembre del 2014
Etapa II: Medianas y Pequeñas Empresas	Mayor a 2.400 UF y menor o igual a 100.000 UF	Urbana / 30 meses	01 de Agosto del 2016
		Rural / 36 meses	01 de Febrero del 2017
Etapa III: Microempresas	Menor a 2.400 UF	Urbana / 36 meses	01 de Febrero del 2017
		Rural / 48 meses	01 de Febrero del 2018

Fuente: Elaboración propia con datos de SII, 2021.

Anexo 7: Resultados Estadísticos de la Encuesta.

Título Encuesta:

Estudio de los Efectos de la Transformación Digital de las empresas de Factoring hacia una empresa Fintech.

Descripción:

Medición de valor de inclinación de preferencias en términos de agilidad, inclusión financiera, tiempo y alcance que una empresa de factoring tradicional.

Objetivo:

Demostrar el impacto de la transformación digital en el rubro financiero y su colaboración con el financiamiento de las Pymes, en donde la migración digital es el nuevo mercado para las empresas financieras, específicamente, factoring, logrando avalar que la celeridad en el desarrollo de negocios es el rol fundamental para ayudar financieramente a las Pymes.

Sección I:

Categorización del Cliente

1. **¿A qué sector pertenece su empresa?**

Media	7,74
Intervalo de Confianza 95%	[6.910 - 8.574]
Desviación Estándar	3.343
Error Estándar	0.425

2. ¿En qué región se encuentra su empresa?

Media	7,58
Intervalo de Confianza 95%	[7.006 - 8.150]
Desviación Estándar	2.335
Error Estándar	0.292

3. ¿Cuál es su rango de venta anual?

Media	2,02
Intervalo de Confianza 95%	[1.821 - 2.210]
Desviación Estándar	0.800
Error Estándar	0.099

4. ¿Cuál es la antigüedad de su empresa?

Media	2,86
Intervalo de Confianza 95%	[2.598 - 3.121]
Desviación Estándar	1.067
Error Estándar	0.133

Sección II: Preferencia del Usuario Financiero

5. Ordene las siguientes alternativas según su preferencia al momento de la búsqueda de financiamiento.

Orden de Preferencia		**1º**		**2º**		**3º**		**4º**		**5º**		**6º**		**7º**	
Respuesta	**Promedio**	**n**	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**
Costos bajos	2,20	1	2,17%	0	0,00%	0	0,00%	3	8,33%	4	11,43%	15	44,12%	11	32,35%
Agilidad en el proceso	2,27	0	0,00%	0	0,00%	2	4,65%	4	11,11%	2	5,71%	10	29,41%	17	50,00%
Flexibilidad de aprobación	2,95	6	13,04%	10	22,73%	14	32,56%	3	8,33%	3	8,57%	1	2,94%	2	5,88%
Servicio al cliente personalizado	3,68	5	10,87%	7	15,91%	5	11,63%	6	16,67%	10	28,57%	3	8,82%	2	5,88%
Transparencia por costos	4,24	2	4,35%	4	9,09%	3	6,98%	11	30,56%	12	34,29%	4	11,76%	2	5,88%
Variedad de productos	5,88	12	26,09%	17	38,64%	9	20,93%	3	8,33%	3	8,57%	0	0,00%	0	0,00%
Plataforma web	6,03	20	43,48%	6	13,64%	10	23,26%	6	16,67%	1	2,86%	1	2,94%	0	0,00%
Total		**46**	**100%**	**44**	**100%**	**43**	**100%**	**36**	**100%**	**35**	**100%**	**34**	**100%**	**34**	**100%**

6. **¿Es un agregado de valor el envío de campañas comerciales asociados a productos financieros pre aprobados para financiar?**

Media	1,61
Intervalo de Confianza 95%	[1.396 - 1.832]
Desviación Estándar	0.840
Error Estándar	0.111

7. **¿Para trabajar con una empresa financiera, es indispensable que cuenten con créditos como capital de trabajo?**

Media	1,14
Intervalo de Confianza 95%	[1.016 - 1.265]
Desviación Estándar	0.480
Error Estándar	0.064

Sección III: Conocimiento de la Fintech

8. **¿Identifica la diferencia entre una Fintech y Factoring Tradicional?**

Media	1,53
Intervalo de Confianza 95%	[1.396 - 1.657]
Desviación Estándar	0.504
Error Estándar	0.067

9. **Si su respuesta fue sí, distinga la o las características que describan a las Fintech.**

Media	2,45
Intervalo de Confianza 95%	[2.193 - 2.702]
Desviación Estándar	1.063
Error Estándar	0.130

10. **¿Prefiere ingresar sus solicitudes de financiamiento en cualquier horario, sin necesidad de solicitarlo a un ejecutivo?**

Media	1,78
Intervalo de Confianza 95%	[1.594 - 1.970]
Desviación Estándar	0.712
Error Estándar	0.096

Sección IV: Origen de la Preferencia de la Fintech

11. **¿Qué tan relevante es obtener un financiamiento oportuno**?

Media	4,39
Intervalo de Confianza 95%	[4.040 - 4.738]
Desviación Estándar	1.309
Error Estándar	0.178

12. **¿Es para usted un factor de decisión al momento de solicitar financiamiento, el envío de documentación adicional que avale el negocio en curso? Por ejemplo: el envío de documentación legal y tributaria de la empresa, contratos, autorización para facturar, entre otros.**

Media	1,63
Intervalo de Confianza 95%	[1.427 - 1.832]
Desviación Estándar	0.760
Error Estándar	0.103

13. **¿Las Fintech le han apoyado a cubrir necesidades financieras que las empresas tradicionales de factoring o la banca no lo han podido hacer?**

Media	1,64
Intervalo de Confianza 95%	[1.506 - 1.774]
Desviación Estándar	0.485
Error Estándar	0.069

14. **Si su respuesta fue sí, especifique con que productos logró suplir sus necesidades financieras**

Media	3,00
Intervalo de Confianza 95%	[2.583 - 3.417]
Desviación Estándar	1.183
Error Estándar	0.213

15. **¿Qué tan importante es tener acceso a una plataforma web donde se brinde información de negocios realizados por su empresa con la empresa financiera en cualquier lugar y horario?**

Media	4,47
Intervalo de Confianza 95%	[4.255 - 4.684]
Desviación Estándar	0.767
Error Estándar	0.110

15. GLOSARIO Y ACRÓNIMOS

PIB: Producto Interno Bruto, es el valor total de los bienes y servicios producidos en una economía durante un periodo determinado de tiempo.

Pymes: Pequeñas y Medianas Empresas, es una clasificación de tamaño de empresas realizada por el Ministerio de Economía, se determinan debido al nivel de ventas anual en unidades de fomento.

Factoring: Es una alternativa de financiamiento mediante la cual se celebra un contrato de servicios, en el cual el cliente transfiere sus créditos (cuentas por cobrar) para obtener liquidez inmediata.

TI: Tecnología de la Información, esta herramienta permite tener el desarrollo de sistemas de información como software, hardware, aplicaciones de computadoras y sistemas operativos.

Fintech: Tecnología financiera (del inglés financial technology), es el desarrollo de productos y servicios financieros basados en innovación tecnológica.

Eficiencia: Es lograr el objetivo con los mínimos recursos.

ACHEF: Asociación Chilena de Factoring, es un gremio de empresas financieras cuyo objetivo es promover la práctica de esta herramienta financiera.

EFA: Empresas de Factoring Chile A.G., es un gremio de factoring privados.

FinteChile: Asociación de Empresas Fintech de Chile, es un grupo de empresas de tecnología financiera, con el objetivo de incentivar y revolucionar esta industria.

MiPymes: Micro, pequeña y mediana empresa, es la segmentación de tamaños de empresas reconocida por el Ministerio de Economía.

SII: Servicio Impuestos Internos, es el ente fiscalizador de la administración tributaria.

Activo Circulante: Son los recursos de corto plazo con los que cuenta una empresa.

Inteligencia Artificial: Es la herramienta que automatiza el aprendizaje mediante algoritmos.

Fedwire: Es un sistema de transferencias electrónicas.

Nasdaq: National Association of Securities Dealers Automated Quotation (Asociación Nacional de Corredores de Valores de Cotización Automatizada), es la segunda bolsa de valores electrónica más grande de Estados Unidos.

Swift: Es un código que permite identificar un banco para realizar una transferencia a un tercero en el exterior.

SMS: Mensaje corto de texto, es un mecanismo de enviar mensajes breves entre un usuario y otro.

SVS: Superintendencia de Valores y Seguros de Chile, es una institución que fiscaliza las actividades de las empresas que participan y trabajan en el mercado de valores y seguros.

Sand–Boxes: Es un marco de pruebas para los nuevos modelos de negocio como las Fintech, que deben ser supervisados por las instituciones reguladoras.

Generación Millennials: Son personas que han crecido en la etapa de la digitalización.

Volumen: Se refiere al monto en ventas de las empresas de factoring.

Stock: Es el monto que las empresas de factoring tienen en el mercado.

CMF: Comisión para el Mercado Financiero, es un organismo público que vela por el correcto funcionamiento de los oferentes de esta industria.

UAF: Unidad de Análisis Financiero, es un regulador público que fiscaliza la transparencia y probidad de los movimientos financieros.

Variables Exógenas: Son variables exentas al control de la empresa, y que son difíciles de predecir o manipular de modo alguno, logrando afectar el desarrollo de la economía.

Chief Executive Officer: Director ejecutivo, persona que ocupa el cargo directivo más alto de la jerarquía de una organización.

Commercial Manager: Gerente comercial, persona que es responsable de los equipos de ventas y que busca explorar nuevas oportunidades de negocios.

Human Resources: Recursos humanos) persona que planifica, coordina y dirige las funciones administrativas de una organización.

Plug–in: Programa informático complementario que amplía las funciones de aplicaciones web.