

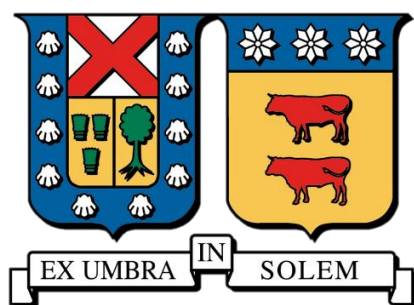
2023-03

Investigación sobre el conocimiento, utilización y utilidad de las herramientas de apoyo en las provincias de Valparaíso, Marga Marga y San Felipe, para las micro y pequeñas empresas

Silva Aguilar, Catalina Pía

<https://hdl.handle.net/11673/55401>

Repositorio Digital USM, UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA



UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA COMERCIAL

**INVESTIGACIÓN SOBRE EL CONOCIMIENTO, UTILIZACIÓN Y UTILIDAD DE
LAS HERRAMIENTAS DE APOYO EN LAS PROVINCIAS DE VALPARAÍSO,
MARGA MARGA Y SAN FELIPE, PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS**

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR

CATALINA PÍA SILVA AGUILAR

PROFESOR GUÍA

RODRIGO CALDERON PIZARRO

PROFESORA CORREFERENTE

MACARENA GATICA SILVA

VALPARAÍSO, MARZO, 2023

Resumen Ejecutivo

La presente investigación se realiza a partir de un estudio para determinar el porcentaje de información que manejan los emprendedores sobre las herramientas de apoyo existentes. Para ello se desarrollan las siguientes etapas, en primer lugar, se realiza una investigación bibliográfica para determinar las principales herramientas de apoyo (privadas y estatales) que pueden utilizar los emprendedores, las cuales son: los fondos concursables, centros de capacitación, accesos al financiamiento, incubadoras de negocios, plataformas de apoyo y programas de emprendimiento.

Luego, se realiza la elaboración de una encuesta, por la cual se obtienen las respuestas a analizar. En base al universo de emprendedores a estudiar, correspondientes a las provincias de Valparaíso, Marga Marga y San Felipe (eligiendo estas zonas por la proximidad del investigador a estas localidades).

Para la investigación se obtuvieron 104 respuestas, de las cuales 93 son válidas, dado que corresponden al segmento a investigar. Para obtener una muestra representativa, se obtuvo como resultado, tener 90 encuestas debidamente respondidas, obteniendo finalmente del total de encuestas 93 respuestas, siendo este el universo de la investigación. Para llegar a este número de respuestas, se difundió la encuesta de 3 maneras, primero de manera presencial, a través de un QR (en el que estaba el link de la encuesta). La segunda manera, fue hablar a emprendedores por Instagram y enviar el link para captar su interés y respuesta. Para finalizar con la tercera manera, fue propagar de manera informal la encuesta, por diferentes canales de comunicación, para lograr la difusión de este instrumento.

A partir de la encuesta realizada y de los resultados obtenidos, se realiza un análisis sobre los datos obtenidos, en el cual se busca encontrar resultados en base al objetivo general de esta investigación, “Estudiar las principales herramientas de apoyo que existen en Chile para los emprendedores e investigar a través de una encuesta sobre el conocimiento, utilización y utilidad que tienen estas

herramientas en las provincias de Valparaíso, Marga Marga y San Felipe, con la finalidad de determinar si estas herramientas están cumpliendo con el propósito de apoyar a los emprendedores”.

Para finalizar con el análisis de la información se demuestra que un 40% de la muestra total conoce las herramientas de apoyo, siendo los fondos concursables la herramienta más conocida. Un 32% de los emprendedores que las conocen, las ha utilizado, siendo los centros de capacitación la más conocida y 44% de los que las han utilizado las considera muy útil. Por otro lado, 7,5% de los emprendedores conoce todas las herramientas de apoyo, mientras que un 16% de los emprendedores no conoce ninguna de estas herramientas. Con estos resultados se obtiene que las herramientas no son mayoritariamente conocidas, por lo que se deberían dar a conocer más y de mejor manera.

De las herramientas de apoyo existentes la herramienta más conocida son los fondos concursables, y dentro de estos, el más conocido es el capital semilla emprende, mientras que la herramienta más utilizada son los centros de capacitación, dentro de estos el más utilizado es SERCOTEC. Por el contrario, la herramienta peor evaluada son los programas de emprendimiento.

A nivel global, los emprendedores manejan poca información con respecto a las herramientas de apoyo, por lo que se debería dar énfasis en que los emprendedores utilicen estas herramientas para potenciar sus negocios y de esta manera obtener un beneficio propio, pero también, al tener emprendimientos más sólidos en el país y con mejores cifras de crecimiento, se podría ver una mejora a nivel país.

Índice

1. Problemática	1
2. Objetivos	4
2.1. Objetivo General	4
2.2. Objetivos Específicos	4
3. Alcance	5
4. Marco Teórico	6
4.1. Emprendimiento	6
4.1.1. Características de un emprendedor	6
4.2. Emprendimiento en Chile	8
4.2.1. Clasificación de Empresas	8
4.2.2. Microemprendimiento en Chile	8
4.3. Metodología	10
4.3.1. Encuestas	10
4.4. Definiciones de los rubros	10
4.4.1. Comercio:	11
4.4.2. Servicios:	11
4.4.3. Manufactura	11
4.4.4. Sector Primario	11
4.4.5. Actividades Inmobiliarias	11
4.4.6. Transporte	12
4.4.7. Construcción	12
4.5. Herramientas para emprendedores	12
4.6. Investigación de Mercado	13
4.6.1. Investigación Cuantitativa	14

4.7. Herramientas	14
4.7.1. Fondos concursables	14
4.7.2. Centros de capacitación	17
4.7.3. Acceso a financiamiento	20
4.7.4. Incubadoras de negocios	21
4.7.5. Plataformas de apoyo	24
4.7.6. Programas de emprendimiento	28
5. Metodología.....	30
5.1. Encuesta.....	30
5.1.1. Información de la encuesta	30
5.1.2. Estudio de Campo.....	32
6. Resultados.....	34
6.1. Análisis Univariado	34
6.1.1. Tamaño emprendimientos	34
6.1.2. Formalización de emprendimientos.....	35
6.1.3. Emprendimientos por provincia	35
6.1.4. Emprendimientos por años	36
6.1.5. Emprendimientos por rubro.....	36
6.1.6. Conocimiento de Herramientas de Apoyo	37
6.1.7. Utilización de Herramientas de Apoyo	38
6.1.8. Utilidad de Herramientas de Apoyo	39
6.1.9. Conocimiento según tipo de herramientas de apoyo	40
6.2. Análisis Bivariado:	44
6.2.1. Fondos Concursables	44

6.3.	Análisis Multivariado.....	53
6.3.1.	<i>Fondos concursables</i>	53
6.3.2.	<i>Centros de Capacitación.....</i>	53
6.3.3.	<i>Acceso al Financiamiento</i>	53
6.3.4.	<i>Incubadoras de Negocios</i>	53
6.3.5.	<i>Plataformas de apoyo</i>	54
6.3.6.	<i>Programas de emprendimiento</i>	54
7.	Principales Hallazgos	55
8.	Conclusiones.....	58
9.	Recomendaciones.....	61
10.	Referencias.....	63
11.	Anexos	68

1. Problemática

Dentro de las provincias de Valparaíso, Marga Marga y San Felipe (provincias a investigar), los emprendimientos van en aumento, por consiguiente, este es un nudo crítico en el que se quiere ahondar dentro de esta investigación. El origen etimológico de la palabra *emprender* es “*comenzar a hacer alguna cosa difícil*”, capturando este significado se debe tener muy claro que para emprender, se debe considerar que la toma de decisión es un proceso difícil.

Un emprendimiento tiene diferentes acepciones, una de ellas es la de *Jeffrey A. Timmons*, quien menciona:

“El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados” (1989).

Los emprendimientos traen beneficios tanto para los dueños, como también para la sociedad, dado que aportan al crecimiento de la economía en Chile, haciendo referencia a lo que inculca *Wong*, sobre aporte a la sociedad por la innovación y la tecnología que se genera. Además, estos aportan al empleo, tal como menciona *Hermann Consultores*, concluyen que “*el 53,3% del empleo lo entregan las pymes*” (2020), por esta razón el gobierno incentiva la creación de nuevas pymes, para que aporten al crecimiento económico del país. Además, en cuanto a la situación particular de Chile, lidera actualmente los índices de emprendimiento entre los países de la OCDE (Organización para la cooperación y el desarrollo económico), 17% de los hombres y un 15,3% de mujeres han emprendido en algún sector del mercado (2020).

Para los emprendedores el dilema de tomar la decisión de arriesgarse o no, se puede ver influida por distintas cifras sobre los emprendimientos, como por ejemplo las cifras de SERCOTEC (Servicio de Cooperación Técnica), las cuales no son muy esperanzadoras, dado que reflejan que el 97,5% de los emprendimientos fracasan antes de los 5 años. Este tipo de situaciones, son uno de los principales miedos que pueden demostrar los emprendedores. Así lo muestra el estudio realizado por *Global Entrepreneurship Monitor* menciona que “un 26% de los chilenos tiene como obstáculo para emprender el miedo al fracaso, el cual nace por la incertidumbre tanto económica como global, además de las responsabilidades que se asumen por el financiamiento externo” (2021).

Con respecto a lo mencionado anteriormente, se sabe que los emprendedores muchas veces no conocen todas las herramientas que tienen a disposición, tanto al momento de puesta en marcha de su negocio como en el proceso de ejecución. Esta puede ser una de las razones por la que los emprendedores fracasan con sus ideas, dado que no tienen toda la información necesaria sobre las ayudas y herramientas que tienen a su disposición, tanto públicas como privadas. Por tanto, con esta investigación se responden las siguientes preguntas:

- ¿Qué herramientas tienen a disposición los emprendedores para el funcionamiento de sus negocios?
- ¿Los emprendedores conocen las herramientas que tienen a disposición?
- ¿Cuáles herramientas son las más utilizadas por los emprendedores?
- ¿Qué beneficios traería potenciar estas herramientas para que los emprendedores estén informados al respecto?
- ¿Qué porcentaje de emprendedores conocen todas las herramientas de apoyo en las provincias de Valparaíso, Marga Marga y San Felipe?
- ¿Qué porcentaje de emprendedores desconocen las herramientas de apoyo en las provincias de Valparaíso, Marga Marga y San Felipe?
- ¿Cuáles son los rubros de los emprendedores que más conocen las herramientas de apoyo?

- ¿En qué año de vida de los emprendimientos es en el que los emprendedores más conocen sobre las herramientas de apoyo?
- ¿En qué provincia de las investigadas los emprendedores conocen más las herramientas de apoyo?

Todas estas preguntas responden a la problemática de la información que manejan los emprendedores sobre este tipo de herramientas, y cómo estas podrían utilizarlas para apoyarse, además que de esta forma se reduzcan los errores y al mismo tiempo el número de fracaso de los emprendimientos de las provincias investigadas.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Estudiar las principales herramientas de apoyo que existen en Chile para los emprendedores e investigar a través de una encuesta sobre el conocimiento, utilización y utilidad que tienen estas herramientas en las provincias de Valparaíso, Marga Marga y San Felipe, con la finalidad de determinar si estas herramientas están cumpliendo con el propósito de apoyar a los emprendedores

2.2. Objetivos Específicos

- Investigar las principales herramientas de apoyo para los emprendedores tanto públicas como privadas mediante una investigación bibliográfica.
- Generar una encuesta para la realización de una investigación cualitativa y cuantitativa sobre las herramientas de apoyo.
- Estudiar el conocimiento, utilización y utilidad que se tiene sobre las herramientas de apoyo, mediante el análisis de los resultados de la encuesta.
- Identificar los rubros, edad de los emprendimientos y provincias que más conocen esta herramienta, que más las han utilizado y para los que han sido más útil, a través del análisis de la encuesta.
- Determinar si las herramientas de apoyo generan beneficios para los emprendedores, mediante un análisis de la encuesta.

3. Alcance

En esta memoria se tiene por objetivo investigar principalmente sobre las herramientas de apoyo que tienen los emprendedores en Chile, comenzando con una revisión bibliográfica en la que se determinan las principales herramientas que tienen a disposición y se explica cada una de estas, con características acorde a qué segmento de emprendedores va dirigido, qué tipo de ayuda ofrece y qué requisitos solicitan.

En cuanto a la investigación sobre el conocimiento, utilización y utilidad de estas herramientas se realiza una encuesta mediante Google Forms, de elaboración propia, evaluando las variables más importantes para esta investigación. Las respuestas obtenidas están limitadas solo a emprendedores, en los cuales se pregunta información respecto a las características del emprendimiento, como por ejemplo: años de vida, rubro y provincia. Estas respuestas se trabajan apelando a la idoneidad de los encuestados.

Con respecto a las provincias, se tiene la limitante que solo podían responder la encuesta los emprendedores de las provincias de Valparaíso, Marga Marga y San Felipe, dado que estas son las provincias seleccionadas para llevar a cabo la investigación.

Los rubros que se analizan son los de comercio, manufactura, servicios y otros rubros, tales como rubros de construcción, actividades inmobiliarias, sector primario y transporte. Estos rubros se fusionaron en un solo grupo, dado que al ser de similares características se obtienen un bajo número y porcentaje de respuestas para realizar un análisis representativo.

Para realizar el análisis de las respuestas obtenidas a partir de la encuesta, se utiliza el software SPSS a partir del cual se obtienen las diversas tablas presentes en el estudio con las variables que se deseen estudiar y siendo este el instrumento facultativo para el análisis de la información y obtención de las conclusiones.

Para el cálculo de ciertas cifras se utiliza el precio de la UF con fecha 2 de noviembre del 2022, a un precio de \$34.620. (Según lo indicado por el Banco Central de Chile).

4. Marco Teórico

4.1. Emprendimiento

El concepto de emprendedor viene desde el año 1755 por el autor *Richard Cantillón*, que define a un emprendedor como “*quien compra productos a precios conocidos para venderlos en el mercado a precios desconocidos*”. Luego economistas de renombre, tales como *Say, Knight, Bau-mol, Braudel* y *Casson* hicieron la diferencia entre emprendedor e inversionista, estos decían que “*la diferencia está en las etapas que se centra cada uno, el inversionista espera resultados de un rendimiento sobre lo invertido, en cambio a un emprendedor le interesa el proceso de desarrollo y no basarse solamente en los resultados, este busca principalmente innovación*”.

4.1.1. Características de un emprendedor

Según la escuela europea de dirección y empresa en el año 2019, mediante la emisión de una noticia identificaron las 10 características que debe tener todo emprendedor para poder cumplir su sueño:

1. **Visión:** Un emprendedor ha de tener una visión de negocio especial. Un olfato que le permita anticiparse al mercado para poner en marcha un negocio que realmente satisfaga las necesidades de su público objetivo.
2. **Iniciativa:** De la misma manera, un emprendedor debe llevar la iniciativa por bandera. Una persona que se plantee continuamente nuevas propuestas, mejoras y oportunidades. Esto es determinante para que el producto o servicio que desarrolle sea totalmente innovador.
3. **Pasión:** Un emprendedor sin pasión por lo que hace no tiene ningún sentido. Al emprendedor tienen que entusiasmarle lo que está llevando a cabo y creer en su proyecto ya que de ello también dependerá su éxito o fracaso. Debe tener una firme apuesta y defender con pasión su idea.
4. **Ambición:** Cualquier proyecto que se emprenda ha de ser ambicioso. Y quien lo lidere también. Tener claro qué queremos conseguir y, después, plantearnos cómo lo vamos a lograr, ayudará al emprendedor a ver el camino con mayor claridad.

5. **Liderazgo:** Una start-up o proyecto emprendedor necesita de un buen líder que tenga una capacidad de influencia especial y que sepa conectar con sus trabajadores. Ello significa que el líder de equipo será capaz de comunicar las ideas de manera brillante hasta el punto de generar motivación, así como explotar las mejores virtudes de cada uno de los que forman parte del equipo.
6. **Resolutivo:** Otra cualidad del buen líder y, por tanto, del emprendedor es la capacidad de resolver los inconvenientes o problemas de una manera rápida y eficaz. Esto es muy importante ya que en un proyecto que acaba de nacer lo normal es que vayan apareciendo diferentes situaciones que pondrán de manifiesto la necesidad de alguien que tenga esta cualidad.
7. **Creativo:** El emprendedor también debe tener una mente innovadora y creativa. Un profesional cuya inspiración no tenga límites precisamente para idear un proyecto innovador, resolver con cierta creatividad posibles problemas o, incluso, plantear alternativas que nada tengan que ver con lo comúnmente conocido.
8. **Asertivo:** Mostrarse seguro de sí mismo y hacérselo ver al resto. Esta faceta es muy importante ya que el emprendedor dejará ver su seguridad en confianza en sí mismo, al mismo tiempo que le permitirá no dar rodeos y orientarse a los objetivos ya planteados.
9. **Capacidad de Aprendizaje:** Es necesario tener una buena actitud, tanto para lo bueno que vendrá, como para lo malo. Aprender día a día de los aciertos y de los errores es otra de las grandes cualidades que ha de tener un buen emprendedor.
10. **Optimista:** Ser positivo ayudará al emprendedor a convertir las amenazas en oportunidades. Asimismo, favorecerá a cumplir con el resto de las cualidades, ya que permitirá afrontar con una mejor actitud ante cualquier adversidad, además de desarrollar una mentalidad constructiva.

4.2. Emprendimiento en Chile

4.2.1. Clasificación de Empresas

En Chile el tipo de empresa se califica de acuerdo con dos criterios, los cuales son las ventas anuales de la empresa y el número de trabajadores, como se muestra a continuación:

Tabla 1: Clasificación de empresas

Tamaño empresa	Clasificación por ventas	Clasificación por empleo
Micro	0-2.400 UF	1 – 9
Pequeña	2.400,01 UF - 25.000 UF	10 – 25
Mediana	25.000,01 UF - 100.000 UF	25 – 100
Grande	100.000,01 UF y más	100 y más

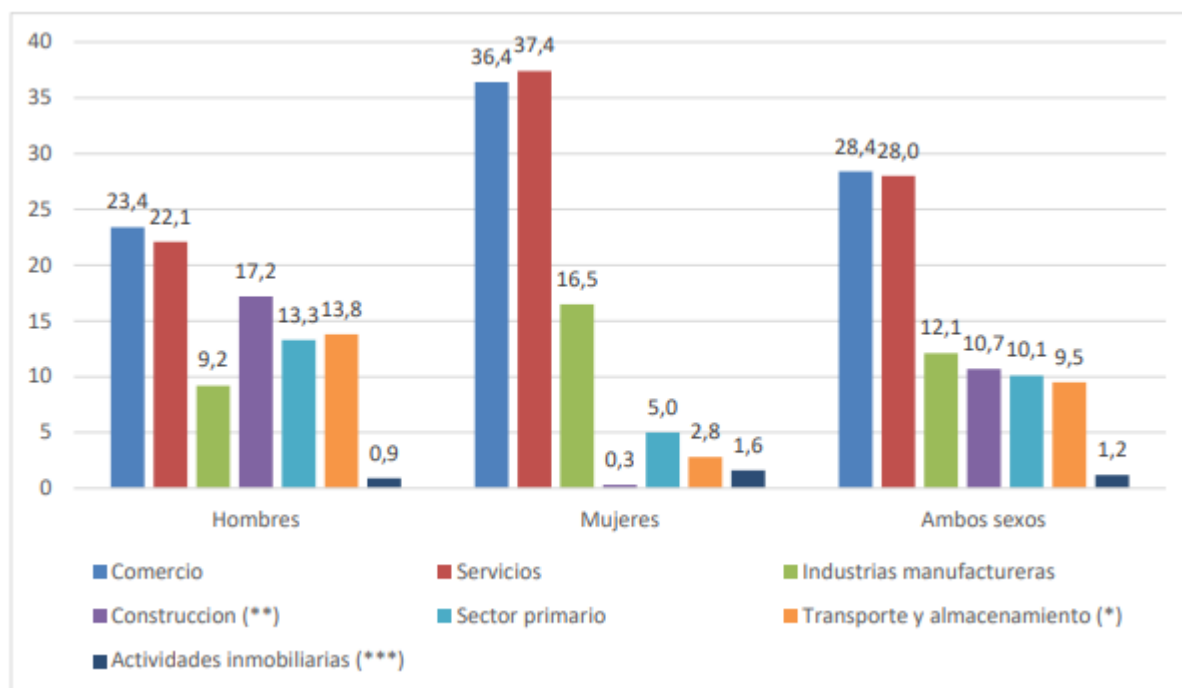
Fuente: Ley 20.416 - *Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción - Chile*

La clasificación anterior se rige actualmente por la ley N° 20.416, la cual fue promulgada en enero del 2010. Esta ley fija las normas para empresas de menor tamaño, en este caso define que una microempresa debe tener ventas anuales entre 0 y 2.400 UF y tener entre 1 y 9 trabajadores contratados.

4.2.2. Microemprendimiento en Chile

La encuesta EME es una encuesta que busca realizar una caracterización de la realidad de los microemprendimientos del país. Según la última encuesta EME realizada por el INE, existen 2.057.903 microemprendimientos en Chile, de estos emprendedores un 61,4% son hombres y un 38,6% son mujeres. En el siguiente gráfico se muestran los microemprendimientos correspondientes a cada actividad económica, según sexo:

Ilustración 1: Emprendimientos según actividad económica y sexo

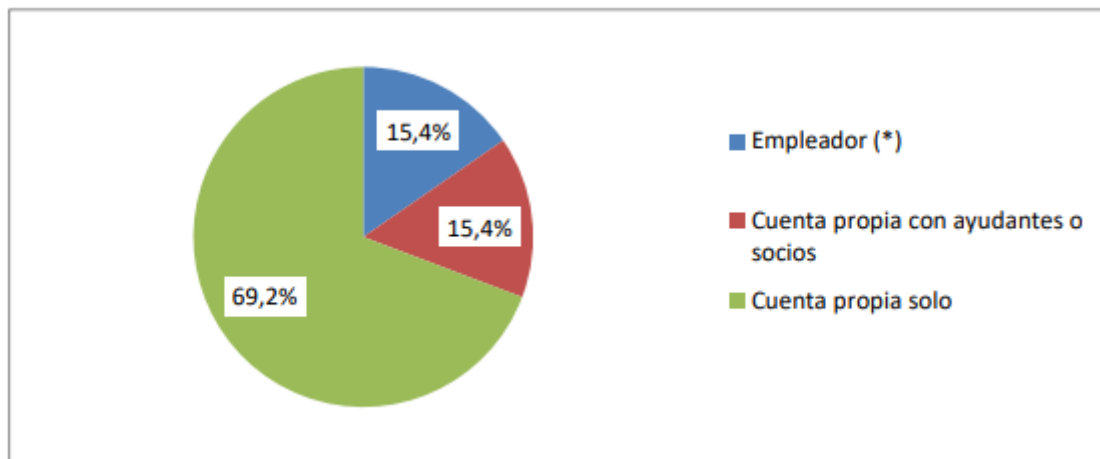


Fuente: Sexta encuesta de microemprendimiento, INE, 2020.

Según esta encuesta los microemprendimientos en la industria del comercio representan un 28,4%. Los hombres representan un 23,4% en el rubro del comercio, siendo la principal actividad económica en estos micro emprendedores. Un 36,4% de las mujeres cuentan con un microemprendimiento relacionado con el rubro del comercio, pero es la segunda actividad económica más importante luego de los servicios.

Los microemprendimientos aportan al crecimiento económico de diferentes maneras, una de estas es mediante la creación de empleo. Según la sexta encuesta de microemprendimiento en Chile realizada por el INE revela que “Del total de micro emprendedores, un 69,2% trabaja por cuenta propia sin ayudantes o socios, un 15,4% lo hace como trabajador por cuenta propia con al menos un ayudante o socio y un 15,4% trabaja como empleador”, como se muestra en el siguiente gráfico:

Ilustración 2: Emprendimientos según numero de empleados



Fuente: INE, VI Encuesta de Microemprendimiento, 2019

4.3. Metodología

4.3.1. Encuestas

Una encuesta es una herramienta que ayuda a obtener información a través de las respuestas que dan las personas, empresas o quién esté respondiendo la encuesta. Naresh K. Malhotra dice en su libro Investigación de mercados “Las encuestas son el principal medio para obtener información sobre los motivos, las actitudes y las preferencias de los consumidores”

Existen diferentes tipos de encuestas que pueden ayudar a obtener información de los encuestados, a partir de estas se debe elegir por qué medio se quiere realizar la encuesta, pero antes de esto se debe definir los recursos disponibles, ya que de esto dependerá la factibilidad de las alternativas disponibles.

4.4. Definiciones de los rubros

En la economía existen diversas actividades económicas, las cuales también son llamadas “rubros”. Estos son:

4.4.1. Comercio:

El concepto de Comercio se define según el código de Comercio Art. 3, inciso 1, menciona que “La compra y permuta de cosas muebles, hecha con ánimo de venderlas, permutarlas o arrendarlas en la misma forma o en otra distinta, y la venta, permuta o arrendamiento de estas mismas cosas.” Por lo tanto, el comerciante es quién realiza el acto de comercio.

4.4.2. Servicios:

Sandhusen define el rubro de los servicios como *"Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo" (2002).*

4.4.3. Manufactura

Según Kalpakjian y Schmid la manufactura *“es el proceso de convertir la materia prima en productos. Incluye el diseño del producto, la selección de la materia prima y la secuencia de procesos a través de los cuáles será manufacturado el producto”*.

4.4.4. Sector Primario

El SII define el sector primario como *“Es el sector también denominado extractivo, ya que obtiene los elementos directamente de la naturaleza lo que denominamos “materia prima”, por ejemplo, agricultura, caza, pesca, agua, minería, petróleo, energía eólica, etc”*.

4.4.5. Actividades Inmobiliarias

El rubro de las actividades inmobiliarias se define como *“un negocio dedicado a la compra y venta de inmuebles”*.

4.4.6. Transporte

El SII define el rubro del transporte como *“involucra a todos los agentes del mercado relacionados con el traslado de pasajeros y de carga, ya sea por la vía marítima, aérea o terrestre”*.

4.4.7. Construcción

El SII define el rubro de la construcción *“corresponde a una actividad comercial productiva, constituida tanto por personas naturales como jurídicas, incluyendo las comunidades y las sociedades de hecho, orientadas a la elaboración bienes inmuebles, estando presentes la prestación de servicios de construcción y concesiones viales”*.

4.5. Herramientas para emprendedores

Los emprendedores cuando toman la decisión de emprender generalmente tienen que comenzar por sus propios medios, lo que dificulta la tarea de emprender, por esta razón existen herramientas para emprendedores, las cuales buscan facilitar este camino para los emprendedores.

4.5.1. ¿Qué son las herramientas para emprendedores?

Las herramientas para emprendedores son las ayudas que pueden recibir los emprendedores tanto al comienzo de su emprendimiento como durante el transcurso de este. Las herramientas pueden apoyar a los emprendedores durante el ciclo de vida del emprendimiento, de esta manera estos no se sientan solos, sino que sientan que pueden apoyarse en algo para guiar el camino de este emprendimiento. Las herramientas existentes buscan ayudar a los emprendedores, para guiar sus emprendimientos y al mismo tiempo tengan mayores probabilidades de éxito, entregando capacitaciones, ayudas monetarias, entre otras. Estas ayudas pueden ser tanto públicas como privadas, con entidades enfocadas en potenciar los emprendimientos. Algunas instituciones y entidades que tienen por objetivo apoyar a los emprendimientos son: CORFO, SERCOTEC, Municipios, Incubadoras de negocios, entre otras.

4.6. Investigación de Mercado

Una investigación de mercado es principalmente la recopilación de información en base a un cierto tema que se quiere tratar. De esta manera algunos autores tienen definiciones sobre esto, según Kotler (2012) define investigación de mercado como “*el diseño sistemático, la recolección, el análisis y la presentación de datos y conclusiones relativos a una situación de marketing específica que enfrenta una empresa*”, la cual no necesariamente se tiene que llevar a una empresa, sino que se puede tener en cualquier caso en el que se analicen los datos recolectados y sirva para tomar decisiones.

Según el autor Naresh (2008), dice que un proceso de investigación de mercado como “Un conjunto de seis pasos que define las tareas que deben cumplirse al realizar una investigación de mercados.” Estos 6 pasos los define dentro del mismo libro como:

- Definición del problema: En este paso se realizan entrevistas a los expertos del sector, analizar datos secundarios e investigaciones cualitativas en caso de ser necesarias.
- Desarrollo del enfoque del problema: “El desarrollo del enfoque del problema incluye la formulación de un marco de referencia objetivo o teórico, modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis, e identificación de la información que se necesita”.
- Formulación del Diseño de Investigación: “Expone con detalle los procedimientos necesarios para obtener la información requerida, y su propósito es diseñar un estudio que ponga a prueba las hipótesis de interés, determine las posibles respuestas a las preguntas de investigación y proporcione la información que se necesita para tomar una decisión”.
- Trabajo de campo o recopilación de datos: “La recopilación de datos implica contar con personal o un equipo que opere ya sea en el campo, como en el caso de las encuestas personales (casa por casa, en los centros comerciales o asistidas por computadora), desde una oficina por teléfono (telefónicas o por computadora), por correo (correo tradicional y encuestas en panel por correo en hogares preseleccionados), o electrónicamente (por correo electrónico o Internet). La selección, capacitación,

supervisión y evaluación adecuadas del equipo de campo ayuda a minimizar los errores en la recopilación de datos”.

- Preparación y análisis de datos: “Los datos se analizan para obtener información relacionada con los componentes del problema de investigación de mercados y, de esta forma, brindar información al problema de decisión administrativa”.
- Elaboración y presentación del informe: “Todo el proyecto debe documentarse en un informe escrito donde se presenten las preguntas de investigación específicas que se identificaron; donde se describan el enfoque, el diseño de investigación y los procedimientos utilizados para la recopilación y análisis de datos; y donde se incluyan los resultados y los principales resultados”.

4.6.1. Investigación Cuantitativa

Según Landeau (2007) y Cruz, Olivares, & González (2014) *“la investigación cuantitativa pretende establecer el grado de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados por medio de una muestra”*.

4.7. Herramientas

Los emprendedores al comenzar su proyecto necesitan apoyarse en recursos que se tengan disponibles, idealmente si estos son gratuitos. A continuación, se muestran las principales herramientas que tienen los emprendedores para apoyarse:

4.7.1. Fondos concursables

Los fondos concursables son programas de gobierno principalmente, en los cuales los proyectos de emprendimiento participan para adjudicarse un monto de dinero, se deben cumplir algunos requisitos y deben postular a estos fondos concursables. Existen algunas instituciones que los fondos concursables van dirigidos a micro emprendedores, como lo son FOSIS, SERCOTEC, entre otros. El gobierno define como fondos concursables “Los fondos concursables constituyen parte de la oferta programática de una institución pública y se conciben como un mecanismo de asignación de recursos, con los cuales se

financian proyectos e iniciativas presentadas por personas y organizaciones, que cumplen con un conjunto de condiciones de elegibilidad que se establecen en las bases técnicas y administrativas de los concursos y cuyo alcance se establece en el marco de la misión y mandato legal de la institución que los promueve”. A través de la página fondos.gob.cl se pueden ver todos los fondos concursables del gobierno por categoría, de que se trata el fondo concursable pertinente y la fecha de vencimiento. También están los fondos concursables que están por comenzar, con la fecha de inicio respectivamente. De esta misma manera estos fondos concursables entregan un monto de dinero, pero al mismo tiempo exigen un copago por parte del emprendedor, con el objetivo de obtener un mayor compromiso con estas ayudas.

Los principales fondos concursables públicos que existen son:

- Capital Semilla Emprende: Es un fondo concursable dirigido principalmente a emprendedores sin inicio de actividades, y la idea es que mediante la adjudicación de este fondo realicen la iniciación de actividades. Este fondo es entregado por SERCOTEC y brinda un apoyo de hasta \$3.500.000. Es un fondo concursable para comenzar un emprendimiento.
- Capital Abeja Emprende: Este es un fondo con las mismas características que el Capital Semilla Emprende, la única diferencia que tiene es que va dirigido exclusivamente a mujeres emprendedoras. Este fondo está dirigido a emprendimientos sin inicio de actividades y brinda un apoyo de hasta \$3.500.000. Este es un fondo concursable para comenzar un emprendimiento.
- Crece: SERCOTEC lo define como “Un fondo concursable que entrega recurso para potenciar el crecimiento y acceder a nuevas oportunidades de negocios”. Este fondo es para personas con inicio de actividades y entrega un financiamiento de hasta \$5.000.000. Va dirigido a micro y pequeñas empresas, dado que se exigen ventas desde 200 hasta 25.000 UF.
- Mejora Negocio: SERCOTEC lo define como “Otorga asesorías para aumentar la productividad y mejorar la calidad de los productos”. Se tiene un financiamiento de

hasta \$1.900.000. Va dirigido a micro y pequeñas empresas con iniciación de actividades.

- Digitaliza tu almacén: SERCOTEC lo define como “otorgación de herramientas digitales para que los almacenes hagan crecer su negocio”. Este fondo tiene un monto máximo de \$2.350.000 y va dirigido exclusivamente a almacenes que tengan ingresos máximos de 5.000 UF al año, por lo que va dirigido a microempresas y una parte de pequeñas empresas con una antigüedad de mínimo 12 meses.
- Ruta digital: este es un fondo concursable ofrecido por SERCOTEC que busca entregar herramientas a las micro y pequeñas empresas con la incorporación de nuevas tecnologías a sus negocios.
- Municipios: Algunos municipios también destinan cierto porcentaje del presupuesto anual a los emprendedores, presentando fondos concursables por los ciudadanos, que busca promover el desarrollo local y de esta manera fomentar la economía local.

Estos son algunos de los principales fondos concursables por parte del gobierno, que tienen como principal objetivo incentivar el desarrollo económico mediante el apoyo a los emprendedores.

Además de fondos concursables públicos existen financiamiento por parte de privados que funciona de manera similar a los fondos concursables, en este caso empresas privadas financian o inversionistas financian los emprendimientos, algunos de estos son:

- Inversionista Ángeles: Este es un financiamiento que consisten en que inversionistas que financian el emprendimiento y con esto buscan ser parte de este, es decir dueños de una parte. Buscan emprendimientos innovadores y con potencial para crecer, y al mismo tiempo realizan un acompañamiento durante el desarrollo del proyecto.
- Crowdfunding: Este financiamiento funciona de manera similar a inversionista Ángeles, pero acá es una red de inversionistas que buscan emprendimientos con potencial para seguir creciendo y estos lo financian.

- Entidades Bancarias: Existen algunos bancos que ofrecen ciertos Fondos Concursables con ciertos requisitos que cumplir, por ejemplo, Banco de Chile todos los años lanza un fondo concursable que va en apoyo principalmente a ideas de negocio innovadoras. El Banco Estado si bien no ofrece fondo concursable como tal ofrece premiación a emprendedores, que son premios en dinero, que puede alcanzar hasta los 5 millones como también capacitaciones para emprendedores.

4.7.2. Centros de capacitación

Los centros de capacitación son entidades que tienen como objetivo entregar conocimientos a las personas, de esta manera entregar las herramientas necesarias para llevar a cabo de mejor manera la gestión del emprendimiento. Existen diversos centros de capacitación, tanto público como privados, pero los principales centros de capacitación públicos son:

- SERCOTEC: Es el servicio de cooperación técnica, es un organismo público del estado que tiene como misión “apoyar a los emprendedores y empresas de menor tamaño a través de asesoría, capacitación y aportes económicos para que logren resultados sostenibles, con el propósito de contribuir con la reactivación económica del país”. SERCOTEC también ofrece asesorías y capacitaciones a través de sus 50 centro de negocios a lo largo del país, las cuales se realizan de manera online o también de manera presencial. Este centro de negocios ofrece principalmente 5 servicios en concreto, los cuales son:
 - Mentoría y asesoría técnica: Esta mentoría la realizan expertos en emprendimiento, para evaluar la idea de negocio o ya como tal el emprendimiento y en base a esta evaluación se decide qué tipo de asesoría realizar. Estas mentorías y asesorías se realizan de manera presencial y online, en las cuales se puede enseñar desde cómo realizar la iniciación de actividades hasta como postular a los fondos concursables vigentes.

- Capacitación general y especializada: La capacitación está enfocada en entregar las herramientas a los emprendedores, tanto digitales como también técnicas para desarrollar de mejor manera el negocio. Estas capacitaciones digitales son por ejemplo enseñar a utilizar herramientas como CANVA, Instagram, entre otras.
- Acceso a oferta financiera: Esto se refiere a que se realiza un acompañamiento en el financiamiento del emprendimiento, se dan a conocer las alternativas de financiamiento para los emprendedores y de esta manera se profundiza en estas para postular al financiamiento más conveniente y al mismo tiempo estudiar lo que conlleva la adjudicación de algún financiamiento, ya sea público o privado.
- Investigación aplicada de negocio y mercado: Esta investigación se refiere a buscar de manera personalizada en base a su negocio una investigación de mercado, la que permitirá crecer el negocio, dado que gracias a esta se conocerá los clientes potenciales y cuantificar la demanda de manera estimada. Los centros de negocios dan a conocer que es esta investigación y de esta manera ayudan a realizar esta investigación de mercado.
- Vinculación y articulación con el ecosistema productivo local: Esta vinculación se refiere principalmente a conectar a los emprendedores con la economía local, por ejemplo, que cada vez que se realicen ferias o actividades en la comuna o ciudad, estos emprendedores puedan ser parte y de esta manera ofrecer sus servicios o productos. Estos centros de negocios generalmente realizan alianzas estratégicas con los municipios, de tal manera de conectar a los emprendedores con la municipalidad, para tener una relación más cercana entre estos y al mismo tiempo obtener beneficios mutuos.

SERCOTEC tiene un programa completo para emprendedores, que significa asesoría, capacitación y financiamiento, este programa se llama ruta digital, el cual es denominado un fondo concursable enfocado a micro y pequeñas empresas y tiene por objetivo que estas incorporen nuevas tecnologías en sus negocios, de esta manera facilitar su funcionamiento.

- SENCE: Es el centro nacional de capacitación y empleo, que apoya a los emprendimientos mediante un curso dirigido principalmente a emprendedores llamado Gestión de Emprendimiento que tiene como principal objetivo “Apoyar el acceso y permanencia en el mercado laboral de hombres y mujeres que desarrollan o pretendan desarrollar un emprendimiento económico o que trabajan en forma independiente” SENCE. Este es un programa de capacitación que se ofrece, que tiene una duración de 100 horas, pero además de estas horas lectivas ofrece un subsidio de útiles, insumos y herramientas.
- CORFO: Es la corporación de fomento de la producción, la cual se encarga de impulsar la actividad productiva nacional y promover el crecimiento económico regional. Esta entidad va en ayuda principalmente de pequeñas y medianas empresas, por lo cual ofrece fondos y programas de mayor magnitud.
- FOSIS: Es el fondo de solidaridad e innovación social, que tiene como misión “Contribuir a la superación de la pobreza y la vulnerabilidad social de personas, familias y comunidades”, de esta manera ayuda a los emprendedores con mayor vulnerabilidad, ofreciendo ayudas en base al porcentaje de vulnerabilidad que tengan en el registro social de hogares, por lo que es una buena alternativa para las personas mas vulnerables

que desean emprender. FOSIS ofrece asesorías, capacitaciones, fondos concursables, entre otros.

4.7.3. Acceso a *financiamiento*

El financiamiento que existe además de los fondos concursables o financiamiento por parte de privados es el acceso a los créditos existentes, a pesar de que estos no son la mejor alternativa pueden ayudar si necesitas el capital para tu negocio, ya sea para comenzar o para invertir en más capital de trabajo. Algunas entidades que existen para solicitar estos créditos son:

- Fondo Esperanza: Es una organización de desarrollo social que tiene por objetivo entregar herramientas para que los emprendedores puedan desarrollar sus negocios. Ofrece servicios micro financieros, capacitaciones y redes de apoyo. En cuanto a los servicios de micro financiamiento funciona de una manera particular, dado que ofrece un crédito de banco comunal, esto quiere decir que se entrega el financiamiento mediante un crédito grupal lo que significa que entre varios emprendedores se tiene el crédito, pero cada emprendedor tiene su monto de dinero de manera individual y esto funciona con co-avalidad, es decir todos se tienen que comprometer en el pago del crédito, dado que si alguien no cumple con el pago, los demás participantes deberán responder por ello. Este crédito cubre hasta \$1.200.000 y como cualquier crédito tiene una tasa de interés asociada.
- Entidades Bancarias: La mayoría de los bancos tiene una sección llamada emprendedores o pyme, la cual está especializada en créditos para micro y pequeñas empresas. Estos emprendimientos al estar comenzando o llevar poco tiempo funcionando se hace más difícil acceder a un crédito, por lo que al postular como emprendimiento se tienen más posibilidades, dado que estas entidades bancarias tienen este factor de riesgo en consideración, por este mismo motivo las tasas de interés son más altas, CMF lo explica debido a que se tiene una mayor tasa de incumplimiento, lo que se puede producir por fracasos o simplemente incumplimiento de este.

- FOGAPE: Es el fondo de garantía para pequeños empresarios, funciona como garantía para estos pequeños empresarios al momento de postular a financiamiento tengan esta garantía y no pierdan el financiamiento. Este si bien no es un crédito como tal facilita la postulación y aceptación a los créditos, lo que es una gran ayuda para los emprendedores. Esta entidad es administrada por el Banco Estado y supervisada por la CMF.

4.7.4. Incubadoras de negocios

Una incubadora de negocios es una organización que ayuda a los emprendimientos tanto al inicio del negocio como durante, esta tiene por objetivo concretar una idea de negocio o hacer crecer el emprendimiento. La principal función de una incubadora es entregar asesoría y acompañamiento al emprendimiento y al mismo tiempo entregan el apoyo para levantar los recursos necesarios y luego administrar estos recursos del emprendimiento. Existen diferentes tipos de incubadoras, las privadas, gubernamentales y universitarias, con respecto a estas últimas hay algunas incubadoras que comienzan primero siendo parte de alguna universidad y luego se independizan.

Todas estas incubadoras cumplen un rol importante para los emprendimientos, estos deben postular y cumplir ciertos requisitos para trabajar con estas incubadoras, y de esta manera si son seleccionados para trabajar con esta, se realiza el acompañamiento, por medio de asesorías, mentorías, capacitaciones y manejo del dinero.

Las fases de la incubadora de negocios son:

- Selección: este proceso consiste en la selección de los emprendimientos, se elige un número determinado de emprendimientos en base a los requisitos y perfil de proyectos que se está buscando, luego de elegirlos se informan a los emprendimientos seleccionados.

- **Preincubación:** Esta etapa se encarga de realizar el plan de trabajo y plan de negocios para el emprendimiento junto a los asesores y mentores, de esta manera se realiza un acompañamiento y se entregan las herramientas necesarias para que los emprendedores lleven a cabo su proyecto.
- **Incubación:** En esta etapa se lleva a cabo todo lo aprendido y se pone en práctica, es el momento que se pone en marcha el emprendimiento, es decir se comienzan a realizar las ventas de los productos o servicios. En esta etapa los asesores y mentores siguen acompañando, entregando mayores redes de apoyo y planes de financiamiento.
- **Seguimiento:** En este momento el emprendimiento está funcionando de manera estable, por lo que la función de la incubadora es acompañar al proyecto en lo que necesite, y se va evaluando lo necesario para seguir mejorando y de esta manera seguir buscando financiamiento y capacitaciones.

Explicando las incubadoras que cuentan con el apoyo de CORFO son:

- Incubadora de Negocios INACAP: Esta es una incubadora enfocada en emprendedores con potencial de crecimiento, tiene por público objetivo personas de la institución como también personas externas que deseen levantar capital.
- 3ie-UTFSM: Esta incubadora trabaja con emprendimientos que tengan potencial de crecimiento con base tecnológica e innovadores.
- Aprende Incuba: Este es la ONG de la corporación innovadora, que está enfocado en emprendedores con habilidades personales y también con potencial de crecimiento.
- Austral Incuba: Es de la universidad Austral de Chile, esta incubadora está especializada en biotecnología aplicada a los sectores de alimentos, agroindustrial, forestal y acuícola.
- Aceleradora de negocios para la Patagonia: esta incubadora está enfocada en potenciar negocios y a emprendedores regionales para generar valor en las provincias.
- Corporación Santiago Innova: Esta incubadora está enfocada en emprendimientos relacionados a aplicación móviles, software as a service e innovaciones tecnológicas.

- Chrysalis: es la incubadora de la Pontifica Universidad Católica de Valparaíso y está enfocado en emprendimientos tecnológicos, esta incubadora nace a partir de la PUCV pero actualmente trabaja de manera individual.
- Emprende FCH: es de la fundación Chile, está enfocada en apoyar emprendimientos relacionado a tecnología de la información y de la comunicación.
- Incuba UC: Surge de Dictus S.A. y trabaja para desarrollar proyectos con base tecnológica y de innovación.
- Incuba UDEC: Nace de la Universidad de Concepción, y potencia negocios de emprendedores de la región y estudiantes de la universidad.
- Incubadora de la industria TIC: Potencia emprendimientos tecnológicos relacionados a tecnología de la información y de la comunicación.
- Incuba2: Es de la corporación para el desarrollo de la innovación y el emprendimiento de la II región, y apoya a emprendimientos relacionados a la minería, turismo sustentable y TIC.
- Incubatec UFRO: Es de la universidad de la frontera y apoya emprendimientos relacionados con TIC, turismo de intereses especiales, manufactura, agroindustria, biomasa, alimentación funcional y biotecnología.
- Incubatec UFRO Desarrollo: es de la universidad de la frontera y apoya emprendimientos multisectoriales con potenciales de crecimiento en el sur de Chile.
- Innovo Usach: es de la universidad de Santiago de Chile y apoya las áreas de la ingeniería, biotecnología, medioambiente y alimentos.
- Incubadora ME: es del club mujeres empresarias S.A., la cual apoya los emprendimientos liderados por mujeres para mejorar la productividad y desarrollo.
- Incubadora de Negocios Elevaglobal: Está especializada en TICS y aplicaciones móviles.
- UDD Ventures: es de UDD Ventures S.A. y apoya negocios dinámicos y escalables en todas las industrias, y convoca principalmente a emprendimientos del área de salud y de impacto social positivo.

Las incubadoras en general tienen por objetivo convertir una idea de negocio o un emprendimiento en una empresa exitosa y consolidada en el mercado. El éxito que generan estas incubadoras en los emprendimientos son claves, dado que aportan tanto al desarrollo de los emprendimientos como al desarrollo productivo del país. *“En cuanto a cifras se tiene que de los 888 emprendimientos incubados en el año 2015 se levantó un capital de \$5.153 millones, generaron 1.772 empleos y generaron ventas por 19.380 millones de pesos”.* (CORFO, 2016).

4.7.5. Plataformas de apoyo

Las plataformas de apoyo públicas o privadas, son herramientas digitales que se tienen disponibles para utilizar cuando se requiera de manera gratuitas. Estas plataformas son:

- Quiero emprender: Es una plataforma creada por el ministerio de economía, fomento y turismo que busca englobar la información existente para emprender y además los instrumentos de apoyo para crear un emprendimiento. Esta plataforma ofrece diferentes programas en base a la fase del emprendimiento. Los programas disponibles son:
 - **Prepárate**: Este programa consiste en informar sobre los emprendimientos, se tiene diversa información en esta sección. Lo primero que se tiene al averiguar sobre este programa es una pequeña introducción sobre lo que es emprender, luego existen cursos y portales informativos. El primer curso es de la formalización, cuáles son los pasos para seguir para formalizarse y todos los trámites que se deben realizar para concretar esta formalización del emprendimiento. Lo segundo es la información que se entrega sobre la plataforma del emprendedor el SII, en la cual se entrega toda la información desde la página web del SII como realizar los trámites de formalización e inicio de actividades en esta página y todo lo que se solicita, además existen

guías informativas para complementar la información que se entrega. Otra información que se tiene en este programa es como obtener la patente municipal del emprendimiento, en la cual se explican los tipos de patentes que existen para ver cuál es la compatible con el emprendimiento a realizar, también se entregan algunos tips necesarios, como por ejemplo antes de realizar inicio de actividades y formalización ir a la municipalidad para ver si el inmueble es el adecuado para el tipo de actividades a realizar. Y finalmente en este programa se enseña cómo es la inscripción de marca ante INAPI, derivando directamente a la página web de esta institución para informarse con respecto a esto.

- Crea: Cuando ya se ha leído e informado el emprendedor con respecto al programa de prepárate, se da por asumido que tiene todos los conocimientos para poner en marcha el negocio, por lo que en esta sección se deriva a “Crea tu empresa en un día”, una página web en la que se puede realizar el trámite de constitución legal de una empresa, esta plataforma es muy intuitiva para los emprendedores y frente a cualquier duda se puede ir realizando pregunta mediante un asistente virtual. En esta parte se espera que el emprendedor realice tanto la constitución de la empresa como también los otros trámites, como inicio de actividades y todo lo enseñado en el programa anterior. Otra sección existente en este programa es el “DAES Digital”, la cual se ven algunos trámites relacionados al emprendimiento, se puede ingresar o al mismo tiempo ver el estado en el que se encuentra.
- Crece: Este programa es pensado para emprendimientos que ya llevan cierto tiempo funcionando, y se creó un programa especial pensado en esto, que se llama “Espacio del Emprendedor”, en el cual se ingresan

diversas variables, como por ejemplo el tipo de empresa, numero de ventas anuales y tipo de apoyo que se necesita, y en base a esto se entrega una serie de resultados que cumplen con lo requerido por los emprendedores, se muestra el tipo de programa que es, ya sea fondos concursables, capacitaciones, asesorías, etc, y la entidad que lo entrega.

- **Digitalízate:** El último programa que se entrega en esta plataforma se llama digitalízate, el cual consiste en una sección llamada digitaliza tu pyme, que busca una transformación digital del emprendimiento, para lograr mayores ventas. En esta sección se realizan diversos cursos y capacitaciones para los emprendedores, y que estos puedan asistir libremente en base a lo que requieran.
- Esta plataforma en general ofrece un gran acompañamiento durante el ciclo de vida de la pyme, dado que informa desde el comienzo hasta cuando ya está en una etapa de crecimiento.

- **El viaje del emprendedor:** Este es un programa ofrecido por CORFO, que consiste en una red de apoyo para el emprendedor, que pone información a disposición de manera online para que los emprendedores se puedan nutrir de esta y se van desarrollando ciertos contenidos en base al nivel del emprendimiento. Se considera un tipo de apoyo ecosistémico en base a lo que requiera el emprendedor, para ir enriqueciéndose de conocimientos de toda esta red de apoyo que es el apoyo ecosistémico, mediante actividades que se realicen y participen todos los integrantes. Esta plataforma funciona en base a ciertas etapas:

- **Primera:** En esta etapa se realiza una autoevaluación para ver el nivel de desarrollo del emprendimiento, con todo lo que esto implica, y según esto se posicionará en alguna de las 6 etapas.

- Segunda: según la etapa asignada se puede ver los requerimientos debe cumplir un proyecto para pasar a la siguiente etapa.
 - Tercera: Se ve el tipo de financiamiento que existe para esa fase actual del proyecto.
 - Cuarta: En esta etapa se ve quienes son los actores de la región que pueden apoyar a desarrollar el proyecto, los cuales están validados por CORFO.
 - Quinta: En esta última etapa la información se verá con el servicio técnico, lo que ayudará a aprender del proceso y tener referencias de los emprendedores más exitosos y aprender de ellos.
- La quinta emprende: esta es una página web que reúne noticias sobre emprendimiento, entrega información de todo tipo, desde los fondos concursables disponibles hasta historias de emprendedores mostrando como ha sido el camino del emprendimiento. Esta plataforma es de gran ayuda para quienes están envueltos en el ecosistema emprendedor, dado que mantiene informado sobre todo lo que está aconteciendo. Esta página está acotada a noticias locales de la quinta región, pero de todas formas ofrece información que es más general y puede servir a emprendedores de otras regiones.
- Redes sociales: Este apoyo si bien es un poco informal puede ser de gran ayuda para los emprendedores, dado que las redes sociales ofrecen material informativo con respecto a algunos temas, por ejemplo, en Instagram existen diversos perfiles que están diseñados para ayudar a emprendedores con información útil, como marketing, finanzas, etc. Si bien con esta sección se debe tener cuidado, dado que, al ser una red social, cualquier persona podría ofrecer información y no está legitimada, por lo que se debe tener en consideración al momento de recurrir a estos recursos. De todas formas, con fuentes confiables es una gran fuente informativa, y de manera dinámica, solo hay que buscar cuentas en base a emprendimiento y que sean confiables y legítimas.

4.7.6. *Programas de emprendimiento*

- Angloamerican: El programa de emprendimiento que ofrece esta empresa es un programa llamado “Emerge”, que desde el año 2006 busca apoyar a micro y pequeños emprendedores de las comunidades vecinas a sus operaciones, que hayan logrado un cierto nivel de ventas en su negocio y que tengan la intención de hacerlo crecer. A este programa se debe postular según el tamaño del emprendimiento:

- Nivel 0: Querer iniciar un negocio, una idea de negocio o tener ventas promedio mensual menores a \$300.000 en los últimos 3 meses.
- Nivel 1: Venta promedio mensual de los últimos 6 meses entre \$300.000 y \$1.000.000.
- Nivel 2: Venta promedio mensual de los últimos 6 meses entre \$1.000.000 y \$8.000.000.
- Nivel 3: Venta promedio mensual los últimos 12 meses entre \$8.000.000 y \$50.000.000.

En este programa se busca entregar conocimientos, herramientas y asesorías que permitan mejorar la gestión de los negocios y aumentar significativamente sus ventas.

- Colbún: Esta empresa apoya a los emprendimientos a través de diversos programas, a partir de un centro de emprendimiento de Colbún. Este centro ofrece diversos programas para apoyar a los emprendedores:
 - Programa “Energía para el futuro”: Este programa está dirigido a estudiantes de 3ro y 4to medio, enfocado a incorporar conceptos de emprendimiento e innovación a través de actividades de formación y desarrollo de proyectos de emprendimiento. Este programa consiste en ofrecer conocimientos desde otorgar una actitud emprendedora hasta el desarrollo de proyectos de emprendimiento.

- Programa de Pre-Incubación “Energiza tus ideas”: Este programa está basado en dirigir a los emprendedores que recién están comenzando y que estén probando su producto mínimo viable. En este programa se busca entregar herramientas a los emprendedores para minimizar los riesgos y que el emprendimiento sea exitoso.
 - Programa de Incubación “Incuba tu energía”: Este programa está enfocado en emprendedores que están formalizados, pero tienen como objetivo potenciar las ventas, fortalecer modelos de negocio, crear nuevos productos o servicios, etc.
- Programa Yo Emprendo FOSIS: Este es un programa que está dirigido a quienes tengan un emprendimiento y quieran hacerlo crecer, ya que este programa entrega herramientas, de las cuales al usarlas se transforman en aumentar sus ingresos. Este programa ofrece:
- Talleres de formación para mejorar un negocio
 - Apoyo en la elaboración de un plan de financiamiento para un negocio
 - Visitas de asesoría
 - Financiamiento para un negocio

Este programa a nivel global entrega un acompañamiento para mejorar los negocios y al mismo tiempo aumentar los ingresos.

5. Metodología

5.1. Encuesta

Para la recopilación de la información, se realiza una encuesta que tiene por objetivo hacer un estudio de mercado de las herramientas de apoyo que tiene y utilizan los emprendedores. Esta encuesta es la fuente de información que tendremos, a partir de estos resultados se realizarán los análisis.

Mediante estas respuestas se busca obtener información respecto a ciertos objetivos, los cuales son:

- Determinar el conocimiento y la utilización de las herramientas de apoyo de los emprendedores.
- Determinar la utilidad para los emprendedores al utilizar estas herramientas de apoyo.
- Obtener información sobre estas herramientas de apoyo de las micro y pequeñas empresas, según rubro, provincia y años de vida de los emprendimientos para realizar los análisis a partir de esta información.

5.1.1. Información de la encuesta

Se crea una encuesta para recopilar la información necesaria para el análisis, y de esta manera ser la única fuente de información.

Se formulan una serie de preguntas para la obtención de la información, las cuales se tienen de manera independiente como también algunas preguntas condicionadas a la pregunta anterior. A continuación, se muestran las variables que se estudian:

Tabla 2: Variables a estudiar

Variables	Características
Tamaño	Micro Empresa Pequeña Empresa
Formalización	Formalizado No Formalizado
Provincia	Provincia de Valparaíso (Valparaíso, Viña del Mar, Concón, Casablanca, Quintero y Puchuncaví) Provincia de Marga Marga (Quilpué, Villa Alemana, Limache y Olmué) Provincia de San Felipe (San Felipe, Llay-Llay, Putaendo, Santa María, Catemu, Panquehue, Los Andes, San Esteban, Calle Larga y Rinconada).
Años	0 – 2 años 2 – 5 años 5 – 10 años Más de 10 años
Rubro	Comercio Manufactura Servicios Otros Rubro (Transporte, sector primario, construcción, actividades inmobiliarias).

En la encuesta se estudian las variables mencionadas anteriormente, sin embargo, esta encuesta es el instrumento por el cual se obtienen los datos para cumplir los objetivos. En esta encuesta se busca

saber la información que manejan los emprendedores sobre las herramientas de apoyo, como los conocimientos que tienen sobre esto, la utilización y la utilidad para los emprendedores. Mediante esta encuesta se busca recaudar esta información, para posteriormente ser analizada.

5.1.2. Estudio de Campo

Para llevar a cabo la investigación, se realiza la etapa de recopilación de información, en la que a través de una encuesta se obtiene la información requerida, siendo esta una de las etapas más importantes. En esta etapa se pone en marcha el instrumento con el cual se recopila la información, sin embargo, para saber cuántas respuestas se requieren para que la investigación sea representativa se necesita el tamaño de muestra, y para obtener este número se debe calcular en base a la fórmula del tamaño de muestra de una población finita (*ver anexo 69*). Este tamaño de muestra se calcula en base al universo a estudiar, el cual es de 74.181 emprendedores, siendo este el número total de micro y pequeñas empresas en las provincias de Valparaíso, Marga Marga y San Felipe (para llegar a este número, se utiliza la base de datos de las estadísticas de empresas del SII). A partir de esta fórmula se obtiene que se necesita un tamaño de muestra de 90 respuestas, con un error de muestreo de 5% y un nivel de confianza del 95%.

La encuesta se realiza mediante Formulario de Google Forms (*ver anexo 68*), en la que se realizaron preguntas para obtener la información requerida para la realización de esta investigación.

Para la recopilación de la información se realizó una difusión de diversas maneras, la principal fue ir a ferias de emprendimientos en las cuales se les entrega un flyer con el código QR de la encuesta, siendo esta una de las formas más efectivas para recopilar la información, por la rapidez.

Otra forma de recopilar respuestas fue mediante redes sociales, dirigiéndose a perfiles de Instagram relacionados con los emprendedores, que estuvieran ubicados dentro de las

provincias estudiadas en la encuesta, siendo una de las maneras menos efectivas para recopilar respuestas.

Además, se utilizó la recopilación de información por medio de la propagación de manera informal la encuesta, por diferentes canales de comunicación, para lograr la difusión de este instrumento.

El trabajo de campo duró aproximadamente un mes, en el cual se recopiló la información requerida para la investigación.

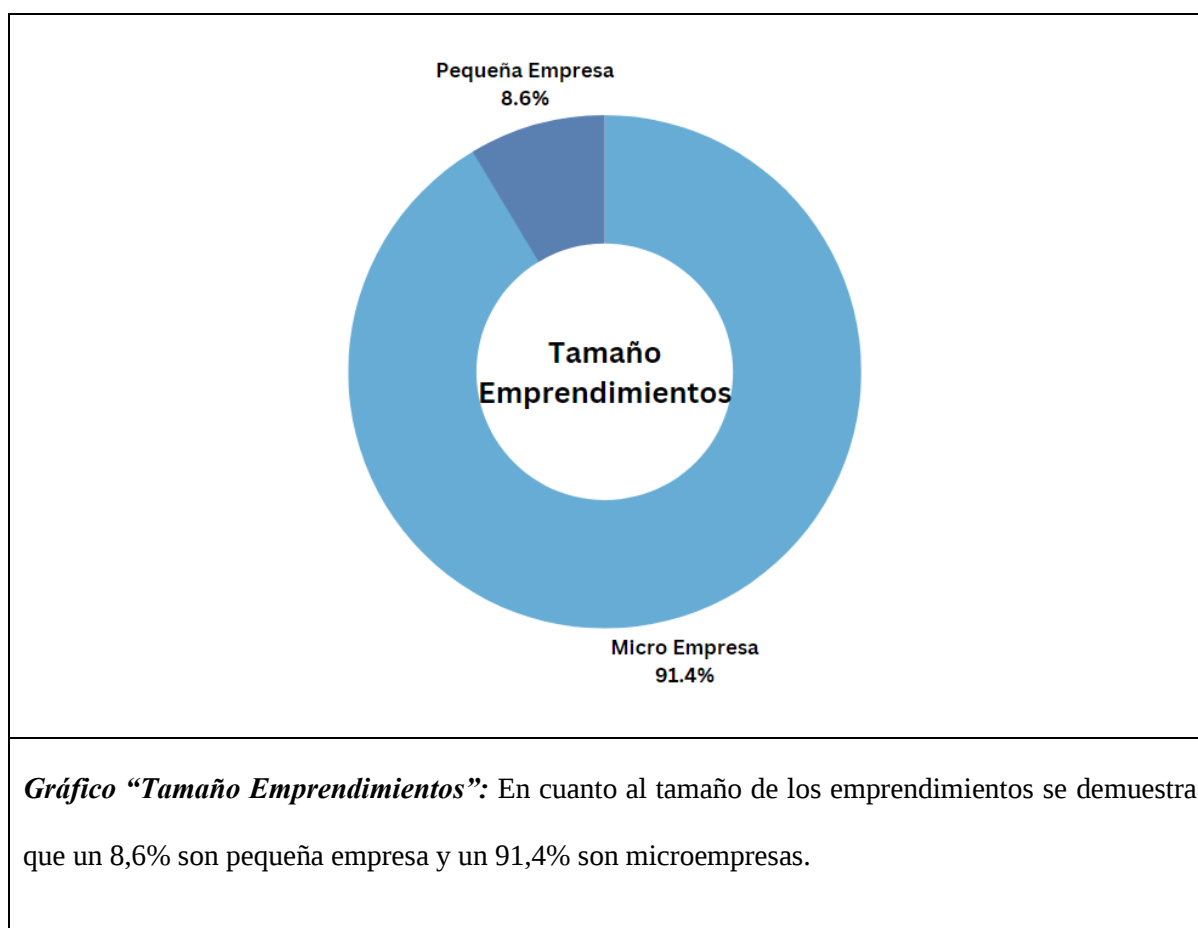
6. Resultados

Posterior a la aplicación de la encuesta, se obtuvieron 104 respuestas, de las cuales solo 93 son válidas, dado que respondieron 2 medianas empresas y 1 grande empresa, por lo que no cumplían con el segmento a investigar. Además, 6 personas respondieron que no tenían emprendimiento, por lo tanto, no eran respuestas para considerar. Eliminando estas 9 respuestas inválidas, se alcanza un tamaño de muestra de 93 respuestas, con las cuales se realiza el análisis.

6.1. Análisis Univariado

Analizando las respuestas recopiladas en la encuesta por cada una de las variables en base a la información del emprendimiento tenemos lo siguiente:

6.1.1. *Tamaño emprendimientos*



6.1.2. Formalización de emprendimientos

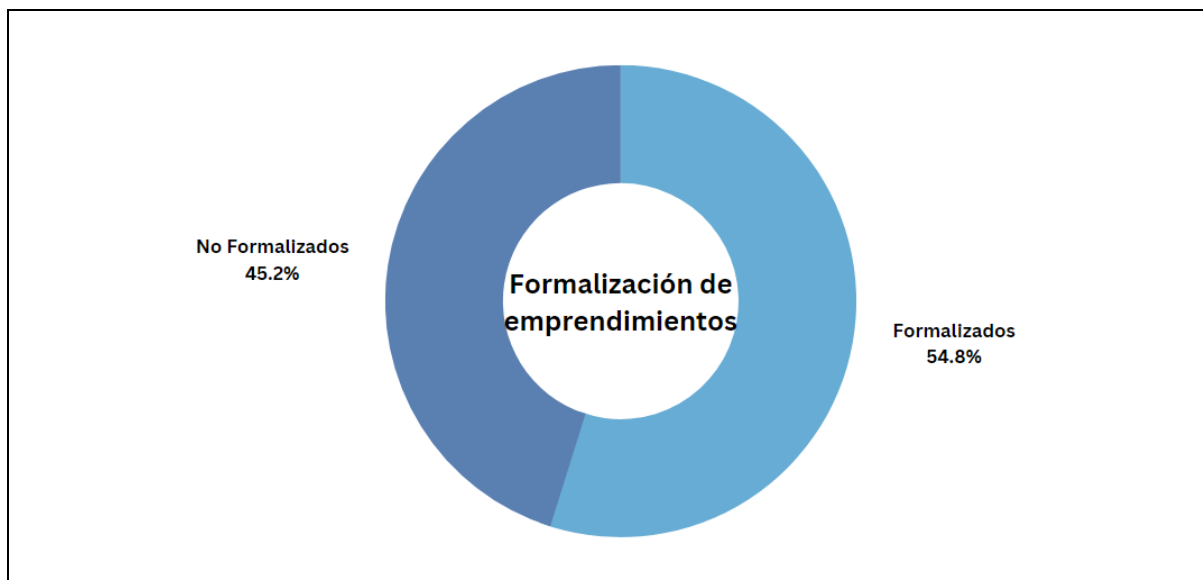


Gráfico “Formalización de emprendimientos”: En cuanto a la formalización de los emprendimientos, el 45,2% no están formalizados y el 54,8% están formalizados (SII).

6.1.3. Emprendimientos por provincia

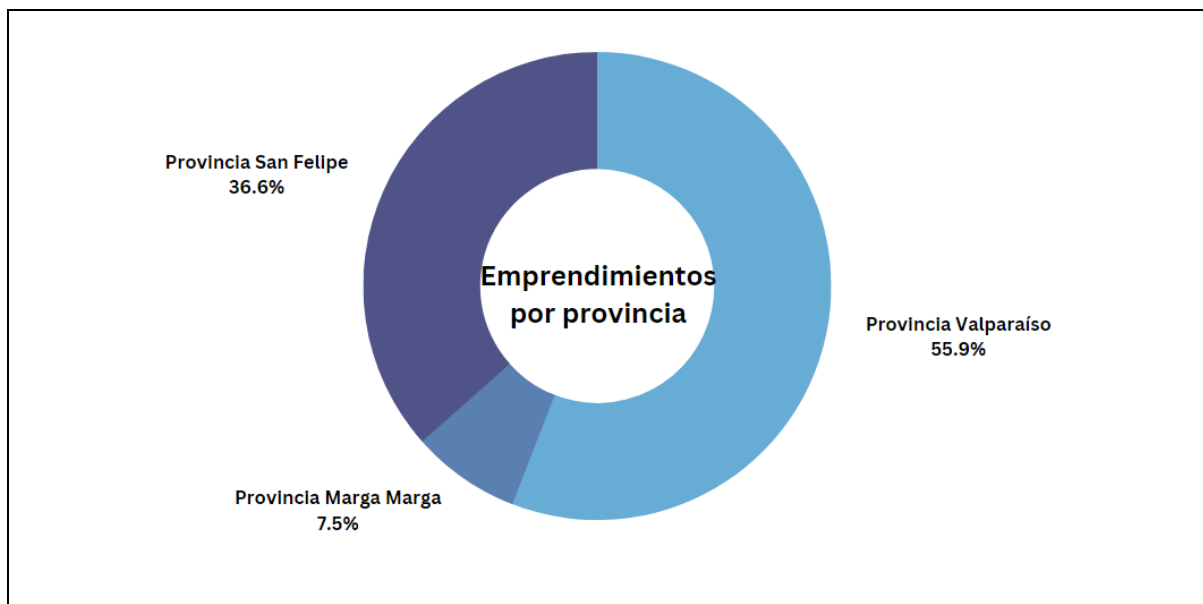


Gráfico “Emprendimientos por provincia”: De las respuestas obtenidas un 55,9% pertenece a la provincia de Valparaíso, un 7,5% pertenece a la provincia de Marga Marga y un 36,6% pertenece a la provincia de San Felipe,

6.1.4. *Emprendimientos por años*

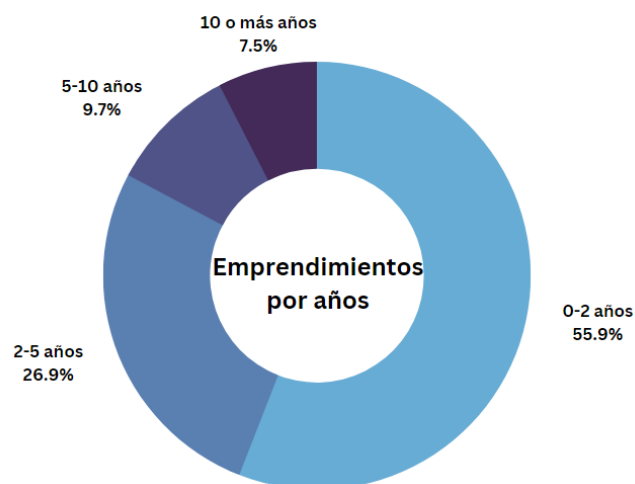


Gráfico “Emprendimientos por años”: En cuanto a los años de vida de los emprendimientos, los emprendimientos de 0 a 2 años corresponden a un 55.9%, de 2 a 5 años corresponden a un 26,9%, de 5 a 10 años son un 9,7% y de más de 10 años corresponde a 7,5%.

6.1.5. *Emprendimientos por rubro*

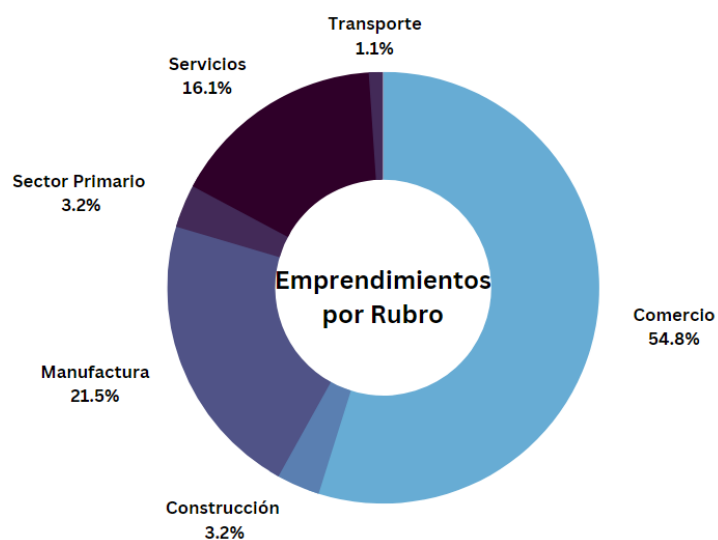
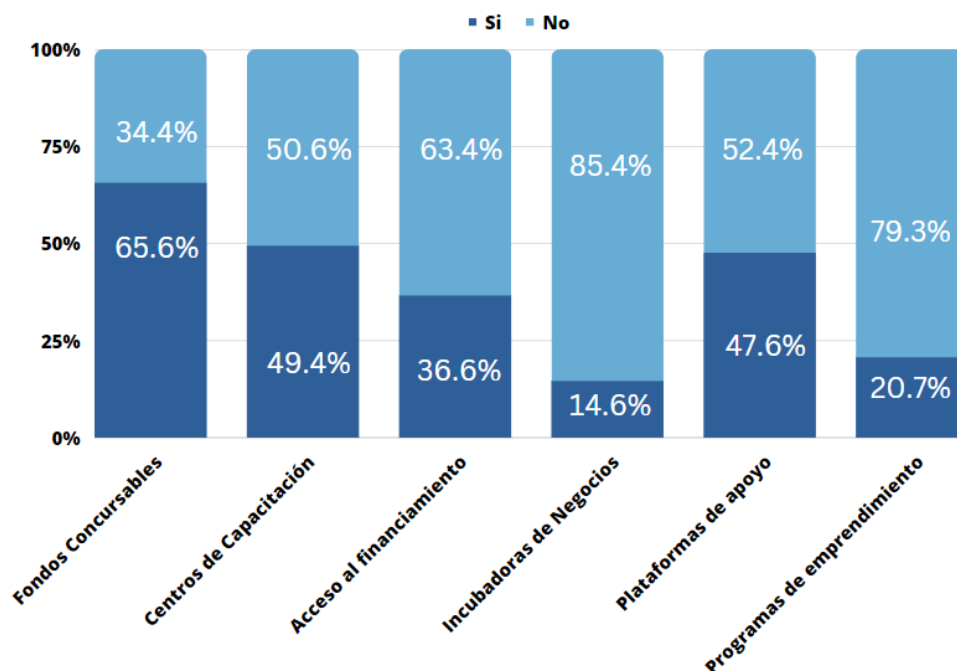


Gráfico “Emprendimientos por Rubro”: En cuanto al rubro de los emprendimientos son, 54,8% comercio, 21,5% manufactura, 16,1% servicios, 3,2% construcción, 3,2% sector primario y 1,1% transporte.

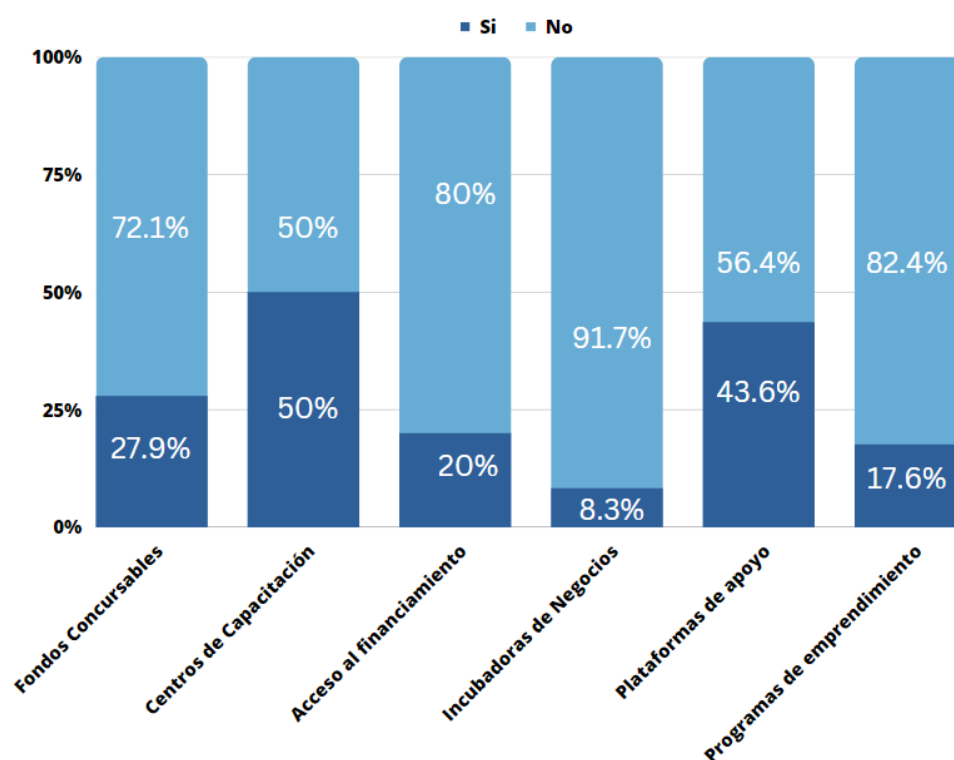
Analizando los resultados en base a las herramientas de apoyo de los emprendedores, con variables como conocimientos, utilización y utilidad, se realiza un análisis por cada herramienta de apoyo.

6.1.6. Conocimiento de Herramientas de Apoyo



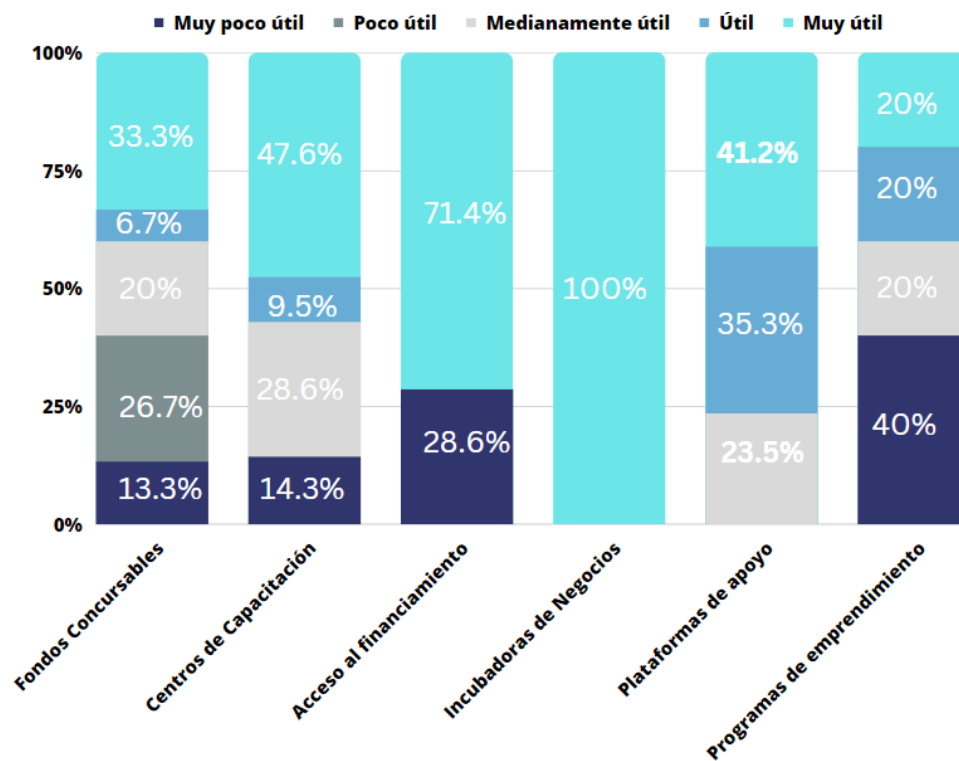
Se tiene que un 65,6% conoce los fondos concursables y un 34,4% no los conoce. En cuanto a los conocimientos de los emprendedores sobre los centros de capacitación, el 49,4% los conoce y el 50,6% no los conoce. Un 36,6% de los emprendedores conoce los accesos al financiamiento y un 63,4% no los conoce. De los emprendedores, un 14,6% conoce las incubadoras de negocio y un 85,4% no las conoce. Los emprendedores que respondieron la encuesta, un 47,6% conoce las plataformas de apoyo, y un 52,4% no las conoce. De los emprendedores que respondieron la encuesta, un 20,7% conoce los programas de emprendimiento y un 79,3% no los conoce.

6.1.7. Utilización de Herramientas de Apoyo



De los emprendedores que conocen los fondos concursables, un 27,9% ha postulado a alguno y un 72,1% no ha postulado. En cuanto a los emprendedores que conocen los centros de capacitación, un 50% ha solicitado apoyo y un 50% no ha solicitado apoyo. De los emprendedores que conocen los accesos al financiamiento, el 20% ha utilizado alguno de estos y el 80% de los emprendedores no lo ha utilizado. De los emprendedores que conocen las incubadoras de negocios, un 8,3% ha incubado su emprendimiento y un 91,7% no lo ha incubado. De los emprendedores que conocen las plataformas de apoyo, un 43,6% ha utilizado estas plataformas y un 56,4% no las ha utilizado. Los emprendedores que, si conocen los programas de emprendimiento, el 17,6% si ha utilizado estos programas de emprendimiento y el 82,4% no lo ha utilizado.

6.1.8. Utilidad de Herramientas de Apoyo



En base a los emprendedores que, si han postulado a fondos concursables, calificando que tan útil fueron estos fondos concursables del 1 al 5, siendo 1 muy poco útil y 5 muy útil, para un 33,3% ha sido muy útil, para un 6,7% útil, para un 20 medianamente útil, un 26,7% lo considera poco útil y para un 13,3% muy poco útil.

Para los emprendedores que, si han solicitado apoyo de los centros de capacitación, calificaron que tan útil les fue esta ayuda, considerando un 47,6% como muy útil, un 9,5% como útil, un 28,6% como medianamente útil y un 14,3% como muy poco útil.

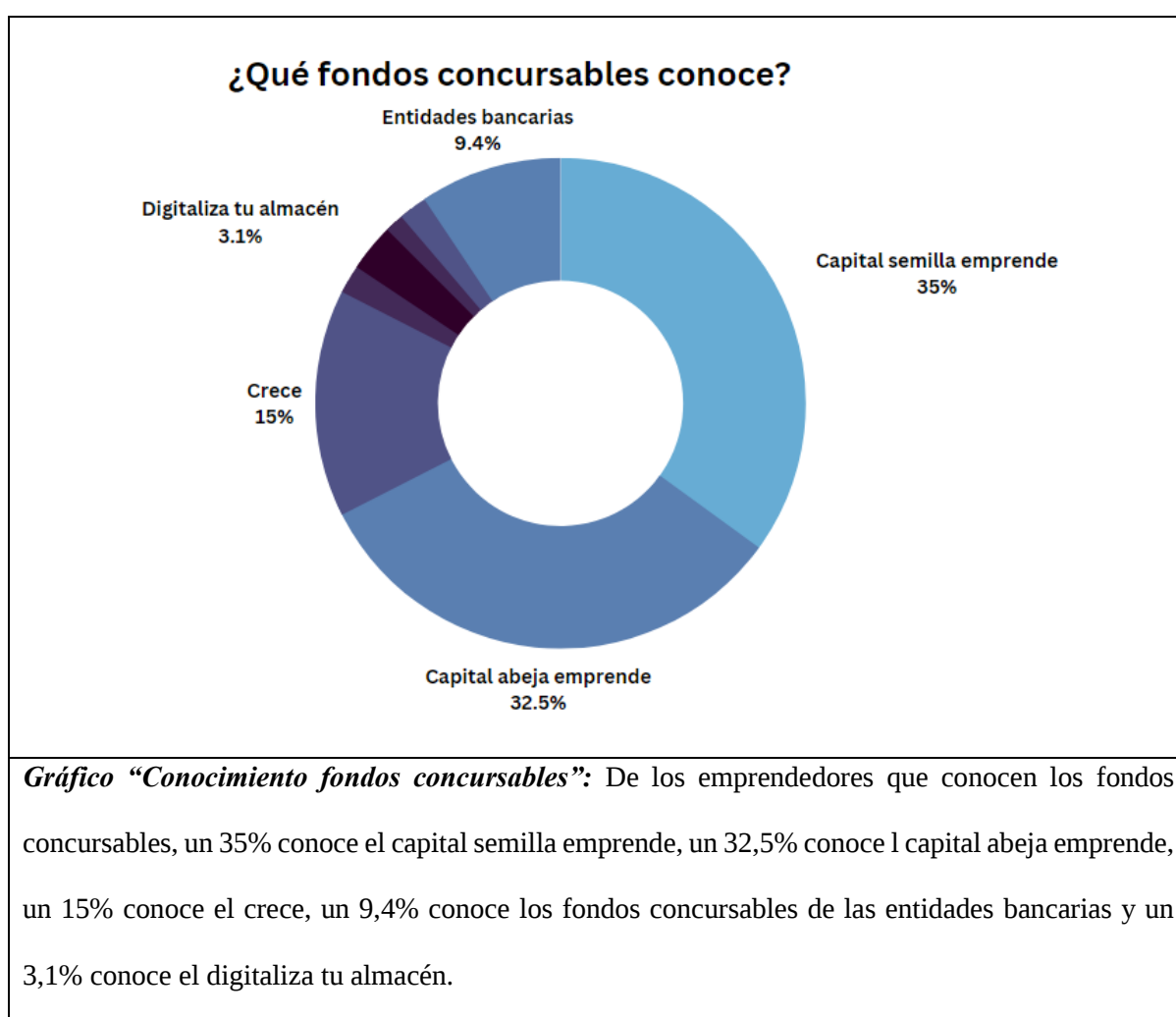
De los emprendedores que han utilizado estos accesos al financiamiento, un 71,4% lo considera muy útil y un 28,6% como muy poco útil.

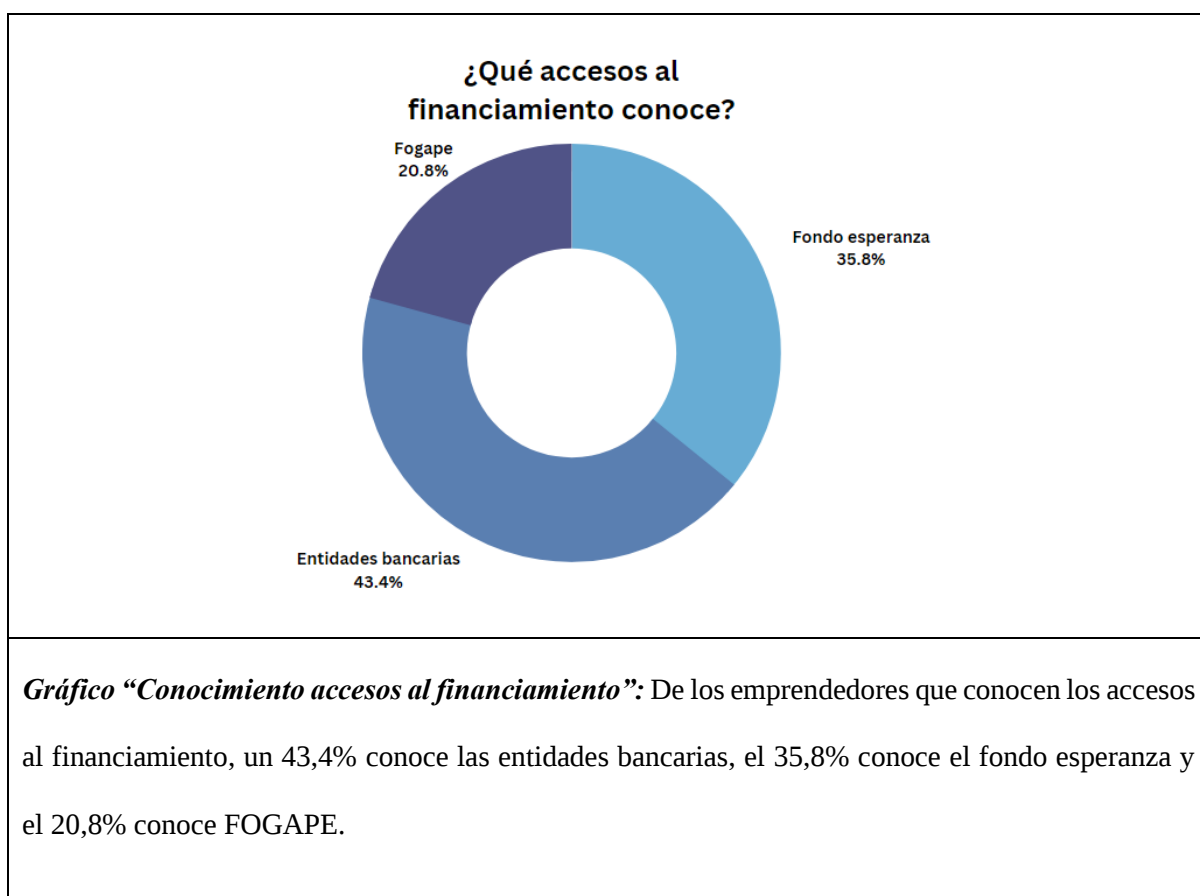
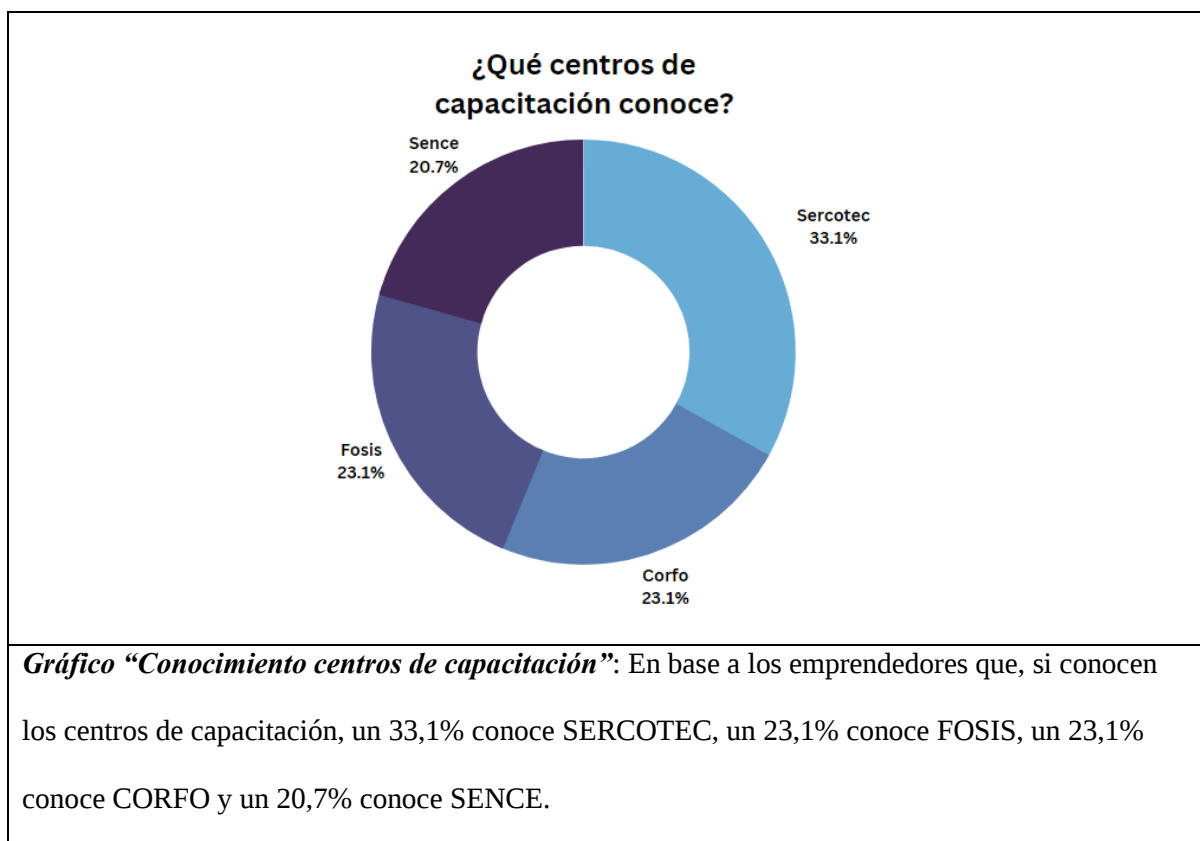
De los emprendedores que han incubado su emprendimiento, un 100% considera que le fue muy útil.

En base a los emprendedores que han utilizado las plataformas de apoyo, al calificarla que tan útil les fue, un 41,2% lo consideró muy útil, un 35,3% lo consideró útil y un 23,5% lo consideró medianamente útil.

En base a los emprendedores que utilizaron algún programa de emprendimiento, lo calificaron un 20% muy útil, un 20% útil, un 20% medianamente útil y un 40% muy poco útil.

6.1.9. Conocimiento según tipo de herramientas de apoyo





¿Qué incubadoras de negocios conoce?

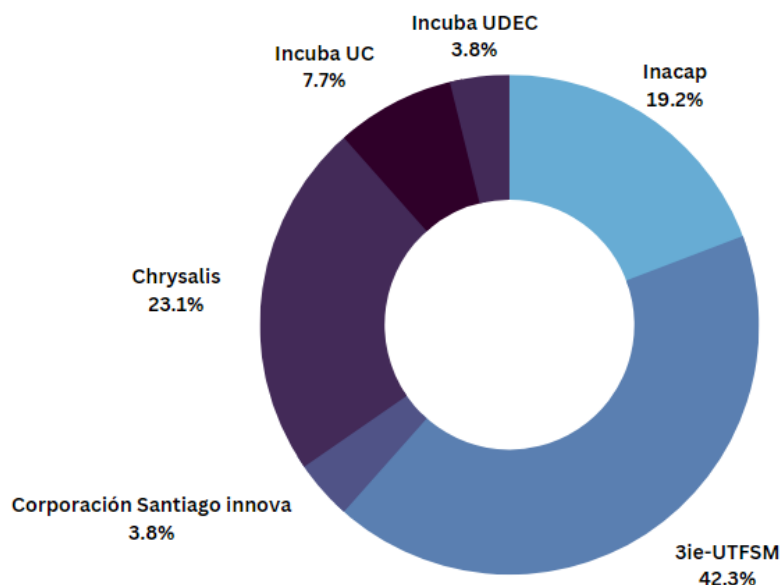
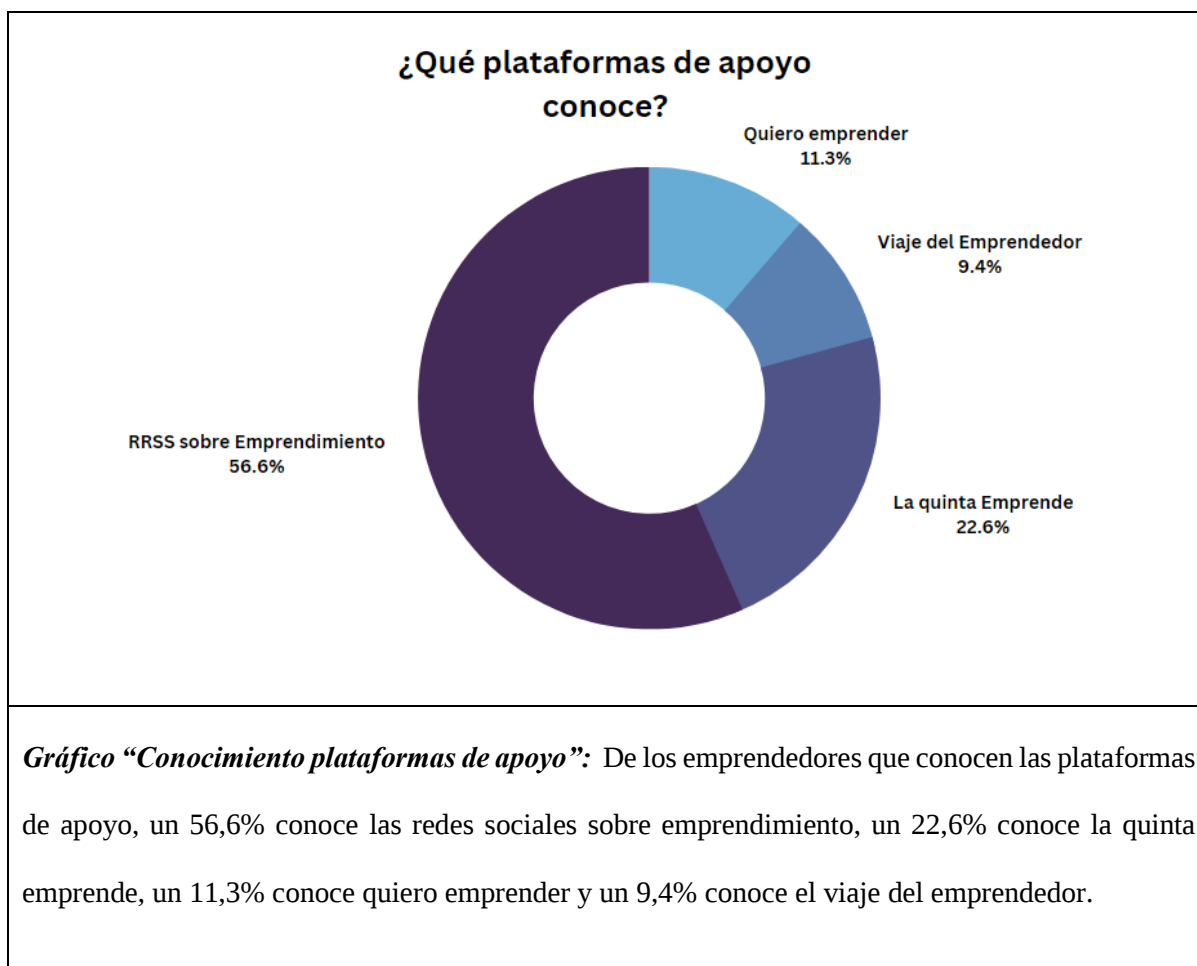
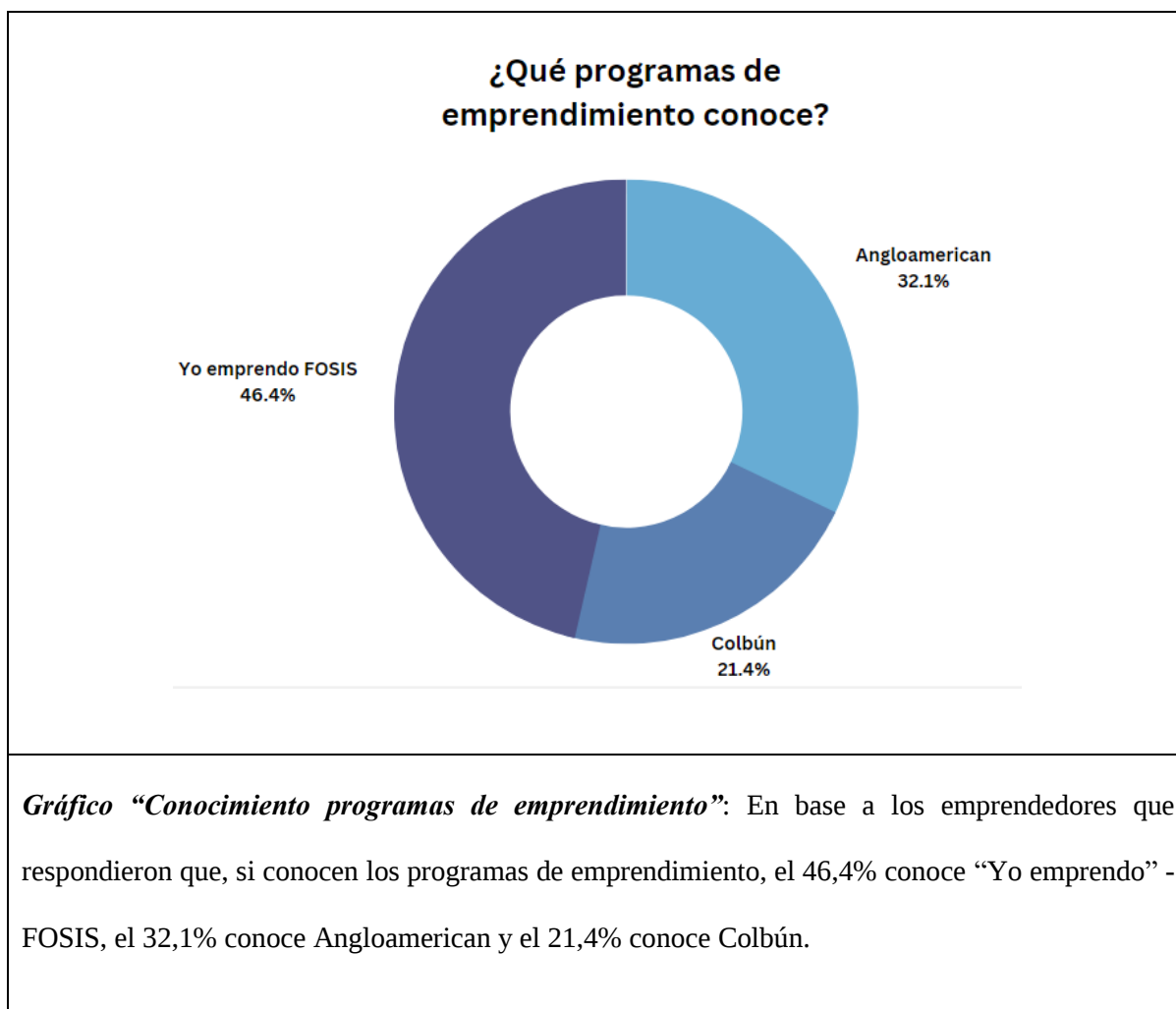


Gráfico “Conocimiento incubadoras de negocios”: De los emprendedores que conoce las incubadoras de negocios, un 42,3% conoce la 3ie UTFSM, un 23,1% la Chrysalis, un 19,2% la incubadora de INACAP, un 7,7% Incuba UC, un 3,8% Incuba UDEC y un 3,8% Corporación Santiago Innova. Las otras incubadoras mencionadas en el apartado 4.7.4, no son conocidas por los emprendedores.





6.2. Análisis Bivariado:

A continuación, se realiza el análisis de dos variables por cada herramienta de apoyo:

6.2.1. Fondos Concursables

En la siguiente tabla se presentan los resultados en base a las variables de rubro, años y provincia de los emprendimientos, obteniendo a partir de estas, los que mayoritaria y minoritariamente los conocen, han utilizado y que tan útil les ha sido la herramienta.

Tabla N°4. Análisis bivariado fondos concursables

Fondos Concursables						
Variable	Rubro		Años		Provincia	
	Mayor	Menor	Mayor	Menor	Mayor	Menor
Conocimiento	Comercio	Otros rubros	(0-2)	No definido	Valparaíso	San Felipe
Utilización	No definido	Servicios	No definido	(0-2)	No definido	Marga Marga
Utilidad	Servicio y otros	Comercio	(2-5)	(0-2)	No definido	No definido

- Rubro:

Analizando los fondos concursables por rubro, se obtiene que en el rubro que más los conocen es en el comercio, mientras que los otros rubros son los que menos los conocen (*ver anexo N°1*). De los emprendedores que conocen los fondos concursables, analizando si los han utilizado, en todos los rubros la mayoría de los emprendedores no ha postulado, mientras que en los rubros han postulado minoritariamente es el rubro de servicios (*ver anexo N°2*). Analizando lo útil que ha sido para los emprendedores que han postulado a los fondos concursables, se obtiene que para los rubros que lo han considerado menos útil es el rubro del comercio, mientras que los rubros de los servicios y otros rubros los consideran muy útil (*ver anexo N°3*).

- Años

Analizando el conocimiento de los fondos concursables según años de vida, la mayoría de los emprendimientos por años los conocen, siendo los emprendimientos de 0 a 2 años son los que más los conocen, (*ver anexo N°4*). De los emprendedores que conocen los fondos concursables, la mayoría de estos no los ha utilizado, mientras que de 0 a 2 años son quienes menos los han utilizado (*ver anexo N°5*). Los emprendedores que, si han utilizado esos fondos concursables, evaluaron que tan útil les fue, siendo los emprendimientos de 0 a 2 años los que calificaron como menos útil, mientras que para los emprendimientos de 2 a 5 años es para quienes más les fue útil (*ver anexo N°6*).

- Provincia

Analizando el conocimiento de los fondos concursables por provincia obtenemos que para la provincia de Valparaíso es la que más los conoce, mientras que la provincia de San Felipe es la que menos los conoce (*ver anexo N°7*). De las provincias que conocen

estos fondos concursables, en la mayoría de estas, los emprendimientos no los ha utilizado, pero en la que menos se ha utilizado es la provincia de Marga Marga (*ver anexo N°8*). A partir de los emprendimientos que ha utilizado estos fondos concursables, se tiene una opinión dividida en cuanto a si es útil o no esta herramienta (*ver anexo N°9*).

Centros de capacitación

En la siguiente tabla se presentan los resultados en base a las variables de rubro, años y provincia de los emprendimientos, obteniendo a partir de estas, los que mayoritariamente y minoritariamente los conocen, han utilizado y que tan útil les ha sido la herramienta.

Tabla N°5. Análisis bivariado centros de capacitación

Centros de capacitación						
Variable	Rubro		Años		Provincia	
	Mayor	Menor	Mayor	Menor	Mayor	Menor
Conocimiento	Manufactura	Otros rubros	(0-2)	(2-5)	Marga Marga	Valparaíso
Utilización	Manufactura	Servicios	(2-5)	Mayor a 10	Valparaíso	San Felipe
Utilidad	No definido	No definido	(0-2)	No definido	Valparaíso	No definido

- Rubro

Analizando los conocimientos de los emprendedores sobre los centros de capacitación por rubro, obtenemos que en el rubro que más los conocen, es en el rubro de la manufactura, mientras que en el rubro que menos los conocen es en otros rubros (*ver anexo N°10*). A partir de los emprendimientos que conocen esta herramienta, el rubro que más los ha utilizado es la manufactura, mientras que el que menos lo ha utilizado es el rubro de los servicios (*ver anexo N°11*). De los emprendimientos que han utilizado esta herramienta, calificándola que tan útil les ha sido, para los rubros de comercio y manufactura se tiene una opinión dividida, mientras que para los servicios y otros rubros les ha sido útil (*ver anexo N°12*).

- Años de vida

Analizando el conocimiento de los centros de capacitación según años de vida de los emprendimientos, se obtiene que de 0 a 2 años son quienes más los conocen, mientras que de 2 a 5 años son quienes menos los conocen (*ver anexo N°13*). De los emprendimientos que, si conocen esta herramienta, de 2 a 5 años son quienes más la han utilizado, mientras que los emprendimientos de más de 10 años son quienes menos la han utilizado (*ver anexo N°14*). Los emprendimientos al momento de evaluar esta herramienta, se obtiene que en general les ha sido útil, pero para los de 0 a 2 años es para quienes ha sido más útil. (*ver anexo N°15*).

- Provincias

Analizando el conocimiento de los centros de capacitación por provincia se obtiene que la provincia que más los conoce es Marga Marga, mientras que la provincia que menos los conoce es en la provincia de Valparaíso (*ver anexo N°16*). De los emprendimientos que, si conoce esta herramienta, la provincia de Valparaíso es la que más la ha utilizado y la provincia de San Felipe la que menos la ha utilizado (*ver anexo N°17*). A partir de los emprendimientos que ha utilizado esta herramienta, evaluando la utilidad de estas, para todas las provincias ha sido útil, pero para la provincia que ha sido más útil es la provincia de Valparaíso (*ver anexo N°18*).

Accesos al financiamiento

En la siguiente tabla se presentan los resultados en base a las variables de rubro, años y provincia de los emprendimientos, obteniendo a partir de estas, los que mayoritariamente y minoritariamente los conocen, han utilizado y que tan útil les ha sido la herramienta.

Tabla N°6. Análisis bivariado acceso al financiamiento.

Acceso al financiamiento						
Variable	Rubro		Años		Provincia	
	Mayor	Menor	Mayor	Menor	Mayor	Menor
Conocimiento	Manufactura	No definido	(2-5)	(0-2)	Marga Marga	Valparaíso
Utilización	No definido	Comercio	(5-10)	(0-2) y (2-5)	No definido	Valparaíso
Utilidad	Otros rubros	No definido	mayor a 2	(0-2)	San Felipe	No definido

- Rubro

En cuanto al conocimiento de los accesos al financiamiento por rubro, se obtiene que mayoritariamente los rubros no conocen estos accesos al financiamiento, mientras que el rubro que más los conoce es la manufactura (*ver anexo N°19*). El 80% de los emprendimientos que conocen esta herramienta, no la ha utilizado, siendo el rubro que menos la ha utilizado el comercio (*ver anexo N°20*). A partir de los emprendimientos que han utilizado esta herramienta, para otros rubros es al que más útil le ha sido (*ver anexo N°21*).

- Años de Vida

Analizando el conocimiento del acceso al financiamiento de los emprendedores por años de vida se obtiene que los emprendimientos de 2 a 5 años son los que más los conocen, mientras que los emprendimientos de 0 a 2 años son los que menos los conocen (*ver anexo N°22*). A partir de los emprendimientos que conocen estas herramientas, los emprendimientos de 5 a 10 años son los que más los han utilizado, mientras que los emprendimientos de 0 a 2 años y de 2 a 5 años son los que menos los han utilizado (*ver anexo N°23*). De acuerdo con los emprendimientos que han utilizado esta herramienta, los de 0 a 2 años la valoran como muy poco útil, mientras que en todos los otros años de vida los consideran muy útil (*ver anexo N°24*).

- Provincia

Respecto al conocimiento de los emprendedores sobre los accesos al financiamiento por provincia se obtiene que la provincia que más los conoce es la provincia de Marga Marga, mientras que la provincia de Valparaíso es la que menos los conoce (*ver anexo N°25*). De los emprendimientos que conocen esta herramienta, la provincia de Valparaíso es la que menos la ha utilizado (*ver anexo N°26*). A partir de los emprendimientos que han utilizado estas herramientas, calificándola a partir de su utilidad, para la provincia de San Felipe es para la que ha sido más útil (*ver anexo N°27*).

Incubadoras de Negocios

En la siguiente tabla se presentan los resultados en base a las variables de rubro, años y provincia de los emprendimientos, obteniendo a partir de estas, los que mayoritariamente y minoritariamente los conocen, han utilizado y que tan útil les ha sido la herramienta.

Tabla N°7. Análisis bivariado incubadoras de negocio.

Incubadoras de negocios						
Variable	Rubro		Años		Provincia	
	Mayor	Menor	Mayor	Menor	Mayor	Menor
Conocimiento	No definido	Comercio	No definido	(0-2)	No definido	San Felipe
Utilizacion	Otros rubros	No definido	(2-5)	No definido	Valparaiso	No definido
Utilidad	Otros rubros	No definido	(2-5)	No definido	Valparaiso	No definido

- Rubro

Para los emprendimientos en todos los rubros las incubadoras no son mayoritariamente conocidas, de hecho, un 85% de los emprendimientos no conoce esta herramienta, considerando esto, el rubro que menos las conoce es el rubro del comercio (*ver anexo N°28*). De los emprendimientos que conocen esta herramienta, solo los otros rubros lo han utilizado (*ver anexo N°29*), siendo solo una respuesta y para este emprendimiento resultó ser muy útil (*ver anexo N°30*).

- Años de vida

Realizando el análisis de conocimiento de las incubadoras de negocios por años de vida, la mayoría de los emprendimientos no conoce esta herramienta, pero de 0 a 2 años son los que menos la conocen (*ver anexo N°31*). De los emprendimientos que conocen esta herramienta, solo un emprendimiento ha utilizado una incubadora de negocio, siendo de 2 a 5 años (*ver anexo N°32*), y lo consideró muy útil (*ver anexo N°33*).

- Provincia

Haciendo el análisis del conocimiento de esta herramienta por provincia, se obtiene que la mayoría de las provincias no conoce las incubadoras de negocios, siendo la que

menos las conoce la provincia de San Felipe (*ver anexo N°34*). A partir de los emprendimientos que conocen estas incubadoras de negocios, en la mayoría de las provincias no han incubado sus emprendimientos, sin embargo, el único emprendimiento que lo ha incubado es de la provincia de Valparaíso (*ver anexo N°35*), considerando esta herramienta como muy útil (*ver anexo N°36*).

Plataformas de apoyo

En la siguiente tabla se presentan los resultados en base a las variables de rubro, años y provincia de los emprendimientos, obteniendo a partir de estas, los que mayoritariamente y minoritariamente los conocen, han utilizado y que tan útil les ha sido la herramienta.

Tabla N°8. Análisis bivariado plataformas de apoyo.

Plataformas de apoyo						
Variable	Rubro		Años		Provincia	
	Mayor	Menor	Mayor	Menor	Mayor	Menor
Conocimiento	Manufactura	Comercio	(2-5)	(5-10)	No definido	Marga Marga
Utilizacion	No definido	Manufactura	Mayor a 10	(5-10)	Valparaiso	San Felipe
Utilidad	Todos	No definido	Todos	No definido	Todos	No definido

- Rubro

Realizando el análisis del conocimiento de las plataformas de apoyo según rubro, se obtiene que la manufactura es el rubro que más las conoce, mientras que el rubro que menos los conoce es el comercio (*ver anexo N°37*). De estos emprendimientos que conocen esta herramienta, la mayoría de los rubros no la ha utilizado, siendo la manufactura el rubro que menos lo ha utilizado (*ver anexo N°38*). Los emprendimientos que han utilizado esta herramienta la calificaron y para todos fue útil (*ver anexo N°39*).

- Años de vida

Analizando la variable conocimiento de las plataformas de apoyo por años de vida, los emprendimientos de 2 a 5 años son los que más las conocen, mientras que los emprendimientos de 5 a 10 años son los que menos los conocen (*ver anexo N°40*). A

partir de los emprendimientos que conocen esta herramienta, los de más de 10 años son los que más las han utilizado, mientras que los que menos las han utilizado son los emprendimientos de 5 a 10 años (*ver anexo N°41*). De los emprendimientos que han utilizado estas herramientas, para todas las edades ha sido útil (*ver anexo N°42*).

- Provincia

Analizando las plataformas de apoyo según provincia, se obtiene que las provincias no conocen mayoritariamente esta herramienta, mientras que la provincia que menos la conoce es la provincia de Marga Marga (*ver anexo N°43*). En base a los emprendimientos que conocen esta herramienta, la provincia que más la ha utilizado es la de Valparaíso, mientras que la que menos la ha utilizado es la de San Felipe (*ver anexo N°44*). De los emprendimientos que han utilizado esta herramienta, calificándola se obtiene que para todas ha sido útil (*ver anexo N°45*).

Programas de emprendimiento

En la siguiente tabla se presentan los resultados en base a las variables de rubro, años y provincia de los emprendimientos, obteniendo a partir de estas, los que mayoritaria y minoritariamente los conocen, han utilizado y que tan útil les ha sido la herramienta.

Tabla N°9. Análisis bivariado programas de emprendimiento.

Programas de emprendimiento						
Variable	Rubro		Años		Provincia	
	Mayor	Menor	Mayor	Menor	Mayor	Menor
Conocimiento	No definido	Servicios	No definido	Mayor a 10	No definido	San Felipe
Utilización	No definido	Comercio y otros	No definido	(2-5)	San Felipe	No definido
Utilidad	Servicio	Otros rubros	(5-10)	(0-2) y (2-5)	San Felipe	No definido

- Rubro

Analizando el conocimiento de los programas de emprendimiento según rubro se obtiene que la mayoría de los emprendedores por rubro no conocen estos programas, mientras que el rubro de servicios es el que menos los conoce (*ver anexo N°46*). A

partir de los emprendimientos que conocen esta herramienta, la mayoría de los emprendimientos por rubro no los ha utilizado, mientras que los rubros que menos los ha utilizado son los de comercio y otros rubros (*ver anexo N°47*). Según los emprendimientos que utilizaron esta herramienta, evaluaron su utilidad, considerando otros rubros como muy poco útil, mientras que el rubro de servicios lo consideró muy útil (*ver anexo N°48*).

- Años de vida

Analizando según conocimiento de estas herramientas por años de vida se obtiene que la mayoría de los emprendimientos por años de vida no conocen esta herramienta, pero los emprendimientos de más de 10 años son los que menos los conoce (*ver anexo N°49*). A partir de los emprendimientos que conocen esta herramienta se obtiene que en todos los años de vida no se han utilizado mayoritariamente estos programas, siendo de 2 a 5 años en los cuales menos se han utilizado (*ver anexo N°50*). De los emprendimientos que han utilizado estos programas, para los de 5 a 10 años son los que ha sido más útil, mientras que para los años de 0 a 2 y de 2 a 5 ha sido principalmente muy poco útil (*ver anexo N°51*).

- Provincia

Analizando el conocimiento de los programas de emprendimiento por provincia, se obtiene que en las provincias la mayoría de los emprendedores no conocen los programas de emprendimiento, pero en la provincia que menos conocen estos programas es en la de San Felipe (*ver anexo N°52*). Con respecto a los emprendedores que, si conocen esta herramienta, se obtiene que en la única provincia que los han utilizado es en la de San Felipe (*ver anexo N°53*). En cuanto a la utilidad de estos programas en base a los emprendimientos que han utilizado estos programas, en la provincia de San Felipe lo consideran mayoritariamente útil (*ver anexo N°54*).

6.3. Análisis Multivariado

Análisis sobre la utilidad de las herramientas con respecto a la provincia, a los años de vida y utilidad de las herramientas con respecto a la provincia y rubro.

6.3.1. Fondos concursables

La provincia de Valparaíso tiene concentrado los emprendimientos en los rangos de 0 a 2 y de 2 a 5 años, evaluando esta herramienta como poco útil y muy útil respectivamente (*ver anexo N°55*), mientras que, para el análisis de la utilidad de los fondos concursables según provincia y rubro, se obtiene que para la provincia de Valparaíso en el rubro del comercio estas herramientas han sido mayoritariamente poco útiles (*ver anexo N°61*).

6.3.2. Centros de Capacitación

En general los centros de capacitación han sido útiles para todas las provincias. Para la provincia de Valparaíso ha sido mayoritariamente útil estas herramientas para los emprendimientos de 0 a 2 años (*ver anexo N°56*) y para el rubro del comercio, siendo estos últimos los emprendimientos que más concentra esta provincia (*ver anexo N°62*).

6.3.3. Acceso al Financiamiento

Para la provincia de San Felipe los emprendimientos de 5 a 10 años son para los cuales ha sido más útil esta herramienta (*ver anexo N°57*). Mientras que en el análisis de utilidad de accesos al financiamiento por provincia y rubro se tienen opiniones divididas con respecto a la utilidad, dado que no se muestran resultados representativos (*ver anexo N°63*).

6.3.4. Incubadoras de Negocios

En este análisis solo se obtuvo una respuesta, siendo de la región de Valparaíso, un emprendimiento de 2 a 5 años, perteneciente a otros rubros, y evaluando esta herramienta como muy útil (*ver anexo N°58 y N°64*).

6.3.5. Plataformas de apoyo

Esta herramienta está evaluada principalmente como útil, independiente de la provincia y años de vida. También se obtiene que, en las provincias de Valparaíso y San Felipe, en los emprendimientos de 0 a 2 años califican esta herramienta principalmente como útil. Mientras que en la provincia de Valparaíso los emprendimientos de 2 a 5 años también lo evalúan como mayoritariamente útil (*ver anexo N°59*). Analizando según el rubro, en todos estos esta herramienta está calificada mayoritariamente como útil, pero en el rubro del comercio se concentran en muy útil (*ver anexo N°65*)

6.3.6. Programas de emprendimiento

En esta herramienta solo se obtuvieron respuestas con respecto a las provincias de Valparaíso y San Felipe, siendo esta última en la que se concentra la mayor cantidad de respuestas, pero se obtienen respuestas no representativas, dado que esta herramienta no es tan utilizada (*ver anexo N°60 y N°66*).

7. Principales Hallazgos

A partir de los análisis univariados, bivariados y multivariado se detectaron los siguientes hallazgos:

- De todos los emprendedores que respondieron la encuesta, la herramienta que más conocen son los fondos concursables, pero en cuanto a utilización de esta herramienta, está en cuarto lugar de las herramientas más utilizadas, por lo que por más que sea conocida no es tan utilizada por los emprendedores.
- La herramienta que menos se ha utilizado son las incubadoras de negocios, debido a que solo un emprendedor la ha utilizado, y calificándola como muy útil.
- La herramienta que los emprendedores considera menos útil son los programas de emprendimiento.
- En cuanto a cada tipo de herramienta de apoyo, tenemos que el fondo concursable más conocido es el capital semilla emprende, el centro de capacitación más conocido es SERCOTEC, el acceso al financiamiento más conocido son las entidades bancarias, la incubadora más conocida es 3ie-UTFSM, la plataforma de apoyo más conocida son las redes sociales sobre emprendimiento, siendo esta la única herramienta que la mayoría de los emprendedores la conocen, y el programa de emprendimiento más conocido es Angloamerican.
- A partir de los resultados obtenidos en el análisis bivariado, se tiene que el rubro de la manufactura es el que mayoritariamente conoce las herramientas de apoyo, tales como los fondos concursables, centros de capacitación, acceso al financiamiento y plataformas de apoyo.
- En el rubro del comercio solamente conoce mayoritariamente los fondos concursables, mientras que las otras herramientas son conocidas minoritariamente.
- Los otros rubros son los que menos conocen las herramientas de apoyo, como los fondos concursables, los accesos al financiamiento e incubadoras de negocios.

- Los años de vida de los emprendimientos que más conocen las herramientas de apoyo, se tiene que los fondos concursables y centros de capacitación son mayoritariamente conocidos por los emprendimientos de 0 a 2 años, mientras que los accesos al financiamiento y plataformas de apoyo son más conocidas por los emprendimientos de 2 a 5 años.
- En cuanto a las provincias se tiene que los centros de capacitación y los accesos al financiamiento son mayoritariamente conocidos en la provincia de Marga Marga, mientras que en la provincia de San Felipe son minoritariamente conocidos los fondos concursables, incubadoras de negocios y los programas de emprendimiento.
- En cuanto a la utilización de las herramientas de apoyo, solo el rubro de la manufactura ha utilizado los centros de capacitación mayoritariamente en comparación a los otros rubros. Mientras que los rubros de comercio y servicios son los que menos los han utilizado.
- Los emprendimientos de 2 a 5 años son los que mayoritariamente han usado estas herramientas con respecto a los otros años de vida, conociendo los centros de capacitación e incubadoras, mientras que los emprendimientos de 0 a 2 y 2 a 5 años de vida son los que menos conocen estas herramientas, siendo las herramientas de fondos concursables, acceso al financiamiento y programas de emprendimiento.
- La provincia que más utiliza las herramientas de apoyo es la de Valparaíso, considerando que conoce mayoritariamente los centros de capacitación, las incubadoras de negocio y las plataformas de apoyo, mientras que la provincia que menos lo ha utilizado es la de San Felipe, con los centros de capacitación y plataforma. Sin embargo, a pesar de ser la que menos ha utilizado estas herramientas, es la única provincia que ha utilizado los programas de emprendimiento.
- De los emprendedores que conocen las incubadoras de negocios, solo uno de estos la ha utilizado, siendo de otros rubros, perteneciente a la provincia de Valparaíso y de 2 a 5 años.

- Los emprendedores que respondieron la encuesta, un 7,5% de estos conoce todas las herramientas de apoyo, siendo estos mayoritariamente de la provincia de Valparaíso. En cambio, los emprendedores que no conocen ninguna de estas herramientas corresponden al 16%, siendo de las provincias de Valparaíso y San Felipe, y del rubro del comercio mayoritariamente.

8. Conclusiones

Los emprendimientos son un aporte muy importante para la economía del país, dado que estos pueden aportar al crecimiento, generar nuevos empleos, entre otros beneficios. Por esta razón los emprendimientos se deben incentivar a nivel global, para que la tasa de fracaso de estos disminuya. Los emprendedores muchas veces se sienten solos en el proceso de emprender, debido al desconocimiento de las ayudas que pueden obtener, por esta razón las herramientas de apoyo para los emprendedores juegan un rol esencial dentro de esto, dado que al existir pueden ayudar a que estos sigan funcionando y no mueran. Las herramientas de apoyo son ayudas que tienen los emprendedores durante todas las etapas, como por ejemplo los fondos concursables, centros de capacitación, accesos al financiamiento, incubadoras de negocios, plataformas de apoyo y programas de emprendimiento.

A partir del estudio realizado mediante una encuesta, en la cual el principal objetivo es determinar el conocimiento, utilización y utilidad de las herramientas de apoyo para los emprendedores. En esta encuesta se obtuvo una muestra de 93 respuestas, considerando variables como el tamaño, formalización, años de vida, rubro y provincia. En cuanto al tamaño de los emprendimientos, solo se trabajaron las micro y pequeñas empresas. Los años de vida se trabajaron en base a los rangos de 0 a 2 años, 2 a 5 años, 5 a 10 años y más de 10 años. Se trabajó solo con las provincias de Valparaíso, San Felipe y Marga Marga.

Analizando las respuestas obtenidas, se tiene que un 40% de la muestra total conoce las herramientas de apoyo, y un 32% de los emprendedores que las conocen, las ha utilizado. De los emprendedores que las han utilizado, un 14% las considera muy poco útil, un 6% poco útil, un 21% medianamente útil, un 15% útil y finalmente un 44% las considera como muy útil. A partir de esto podemos concluir que por más que se conozcan las herramientas, una minoría las ha utilizado y quienes la han utilizado la consideran mayoritariamente útil. Como recomendación las herramientas primeramente deberían ser mayormente difundidas para que la mayoría de los emprendedores las conozcan, y al mismo tiempo informar sobre el beneficio de estas, para que se sientan motivados a

utilizarlas, dado que podrían obtener muchos beneficios de estas, e incluso se podría llegar a disminuir la tasa de fracaso de los emprendimientos.

Del total de la muestra se tiene que un 7,5% de los emprendedores conoce todas las herramientas de apoyo, mientras que un 16% de los emprendedores no conoce ninguna de estas herramientas. A partir de estos datos se tiene que el 16% es un dato muy relevante, esto quiere decir que 15 emprendedores no conocen ninguna de las herramientas de apoyo, es decir no pueden obtener ningún beneficio de estas, siendo que si las conocieran podrían mejorar su emprendimiento, ya verlo reflejado en ventas o algún otro beneficio.

La herramienta más conocida son los fondos concursables, debido a que esta herramienta es una de las más difundidas por parte de las entidades que apoyan a los emprendedores, es decir cuando se solicita algún tipo de ayuda, los fondos concursables son los más mencionados y los más solicitados. Siendo el fondo concursable más conocido Capital Semilla Emprende, un fondo concursable estatal que va dirigido a emprendimientos que estén comenzando y entrega un apoyo de hasta \$3.500.000, SERCOTEC entrega este fondo concursable. SERCOTEC en los centros de capacitaciones es la herramienta más conocida, por lo que al obtener estos resultados, podemos concluir que SERCOTEC es difundida de buena manera, dado que este centro de capacitación es muy conocido como también los fondos concursables que ofrecen.

Los centros de capacitación es la herramienta más utilizada por los emprendedores, considerando que en general estos han sido útil para todas las provincias, pero en la provincia de Valparaíso ha sido mayoritariamente útil esta herramienta para los emprendimientos de 0 a 2 años y para el rubro del comercio.

Las incubadoras de negocios son las herramientas menos conocidas y utilizadas del total de la muestra, obteniendo que solo un emprendedor las ha utilizado, y evaluándola como muy útil. A partir de esto podemos concluir que es muy poco conocida y utilizada, pero muy útil.

Los accesos al financiamiento para los rubros que han sido más útiles es otros rubros, en los cuales están considerados los rubros de construcción, sector primario, transporte y actividades inmobiliarias, siendo estos rubros los que más necesitan capital tanto para comenzar un emprendimiento como durante, por esta razón se puede concluir que son los rubros que más ha sido útil esta herramienta.

Los programas de emprendimiento en la única provincia que se han utilizado son en la de San Felipe, esto se podría explicar dado que los programas de emprendimiento de Angloamerican y Colbún están enfocados principalmente en los emprendedores de esta provincia, por esta razón los únicos que conocen estos programas son los emprendedores de la provincia de San Felipe. De todas formas, los emprendedores califican esta herramienta principalmente como muy poco útil, por lo que se recomienda que se mejoren estos programas, dado que no están cumpliendo con el objetivo de apoyar a los emprendedores.

Los emprendimientos de 2 a 5 años de vida, ubicados en la provincia de Valparaíso evalúan mayoritariamente las herramientas de apoyo como muy útiles, por lo que se puede decir que las herramientas impartidas en esa provincia son mejores percibidas y en ese rango de edad de los emprendimientos se tiene una mayor utilidad de las herramientas, lo que podría ser por la madurez de los emprendimientos, es decir al ser más maduros aprovechan de mejor manera estas herramientas.

Finalmente, se puede concluir que en general, las herramientas de apoyo no son tan conocidas, y un menor porcentaje de emprendedores las ha utilizado, esta es la problemática que se debe resolver, el desconocimiento sobre las fuentes de apoyo que tienen los emprendedores, dado que quienes menos las conocen se encuentran en desventaja con respecto a quienes si las conocen y se sienten apoyados con estas.

9. Recomendaciones

Como recomendación las herramientas primeramente deberían ser mayormente difundidas para que la mayoría de los emprendedores las conozcan, y al mismo tiempo informar sobre el beneficio de estas, para que se sientan motivados a utilizarlas, dado que podrían obtener muchos beneficios de estas, e incluso se podría llegar a disminuir la tasa de fracaso de los emprendimientos.

Las incubadoras de negocios son muy poco conocidas y utilizadas, pero muy útiles, por lo que se recomendaría realizar una mayor difusión sobre estas, dado que los emprendimientos obtienen beneficios al incubar sus negocios. Además, los años de vida que menos conocen esta herramienta son los emprendimientos de 0 a 2 años, siendo esta la edad más importante para incubar y a la que se le debería dar más énfasis en la difusión, y en estos momentos es la que menos las conoce, por lo que se recomienda que la difusión de esta herramienta sea principalmente en los emprendimientos de 0 a 2 años, dado que en estos podrían obtener más beneficios de esta herramienta.

Los programas de emprendimiento están muy mal evaluados, dado que los califican principalmente como muy poco útil, por lo que se recomienda que se mejoren estos programas, dado que no están cumpliendo con el objetivo de apoyar a los emprendedores.

Finalmente a partir de estos resultados obtenidos, se recomienda potenciar las herramientas que son menos conocidas, por lo que estas deberían ser más difundidas, las herramientas menos utilizadas se debería dar a conocer el beneficio de utilizarlas para que así los emprendedores sientan una motivación por usarlas, mientras que en las herramientas peor evaluadas se recomendaría ofrecer un mejor apoyo para los emprendedores, a través de encuestas de satisfacción y sugerencias, para que a partir de la percepción de los emprendedores lograr una mejora en estas herramienta y de esta manera los emprendedores obtendrían más beneficios.

Dado que para la mayoría de los emprendedores han sido útiles las herramientas de apoyo, se recomienda que las entidades que ofrecen estas herramientas de apoyo generen una mayor difusión de estas, para que de esta manera se den a conocer y al mismo tiempo sean utilizadas por los

emprendedores, de esta manera se vean reflejados los beneficios de estas herramientas en datos como mayores ventas, más clientes o un crecimiento del negocio.

A partir de que la mayoría de las herramientas son ofrecidas por entidades públicas, se recomendaría realizar un trabajo por parte del estado de fomentar estas herramientas de apoyo para los emprendedores, dado que de esta manera se obtienen beneficios tanto a nivel como micro, que sería para los emprendedores como tal, pero también se obtendrían beneficios a nivel macro, dado que al tener mejores cifras en emprendimientos, esto se puede ver reflejado como beneficios a nivel país, como por ejemplo una mayor productividad, mayor empleo, entre otros beneficios, lo que podría significar un crecimiento económico para el país. Se recomienda a nivel estado, que al momento de realizar estrategias para un crecimiento del país, se tome en consideración la variable del fomento productivo de los emprendimientos.

10. Referencias

- AmericaEconomía. (2017). *El miedo al fracaso entre los emprendedores chilenos cae en un 26%*. Autor. Obtenido de <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/segun-informe-internacional-el-miedo-al-fracaso-entre-los-emprendedores-chilenos-cae-en-un-26>
- Banco Central de Chile, (2019), *Informe de Políticas Monetarias de Chile*.
- Banco Central de Chile, (2021), *Cuentas Nacionales de Chile*
- Cantillon, R (1755). *Premiere partie*” en *Essai sur la nature du commerce en général*. Londres, Inglaterra: MacMillan. (Editado en 1931).
- EUDE (2019), *10 Características del buen emprendedor*. Autor. Obtenido de <https://www.eude.es/blog/10-caracteristicas-del-buen-emprendedor/#:~:text=1%20VISI%C3%93N.%20Un%20emprendedor%20ha%20de%20tener%20una,hace%20no%20tiene%20ning%C3%BAAn%20sentido.%20...%204%20AMBICI%C3%93N>
- Hidalgo, L. (2014) *La cultura del emprendimiento y su formación*. Revista alternativa de la universidad catolica de Guayaquil, 15(1), 46-50. Obtenido de <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-alternativas/index.php/alternativas-ucsg/article/view/8/8>
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2019). *Sexta encuesta de Microemprendimiento*.
- Jaramillo, S. (31 de enero de 2021) *¿Están las condiciones para emprender en Chile?*. El Mostrador. Obtenido de <https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/2021/01/31/estanas-condiciones-para-emprender-en->

[chile/#:~:text=Si%20lo%20ponemos%20en%20n%C3%BAmeros,antes%20de%20los%205%20a%C3%B1os.](#)

Ley N° 20.416. Diario Oficial de la República de Chile. Santiago de Chile, Enero del 2010.

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2014). *Antecedentes para la revisión de los criterios de clasificación del Estatuto Pyme.*

Naresh, K. (2008). Investigación de Mercados. Pearson Education. Obtenido de <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>

Ocqueteau, G. (2022). Desafíos y oportunidades para el emprendimiento en 2022. Diario Financiero. Obtenido de <https://www.df.cl/opinion/columnistas/gina-ocqueteau/desafios-y-oportunidades-para-el-emprendimiento-en-2022>

Pereira, F (2003). *Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor Colombiano*, Cali, Colombia.

Timmons, J, Zacharakis, A, y Spinelli, S. (2004), *Business Plans That Work*, New York, Estados Unidos: Mc Graw Hill.

Wong, P., Ho, Y., y Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335-350. DOI 10.1007/s11187-005-2000-1

FOSIS, (s.f.), Yo Emprendo. Obtenido de <https://www.fosis.gob.cl/es/tramites-digitales/postulacion-en-linea-yo-emprendo/>

Banco Central de Chile, (2019), Informe de Políticas Monetarias de Chile.

Alonso, C. (2020), *Las pymes el sostén de la economía*. La Tercera. Obtenido de <https://www.latercera.com/pulso/noticia/las-pymes-son-el-sosten-de-la-economia/SYHT7OR6SVH7DIYQP4OIKP7NGU/>

Crece Mujer, (s.f), Chile lidera el emprendimiento en los países de la OCDE, Banco Estado. Obtenido de <https://www.crecemujer.cl/noticia/chile-lidera-el-emprendimiento-en-paises-de-la-ocde-0>

Hisrich, R, Peters, M. (2009) *Entrepreneurship*.

Keller, K. y Kotler, P. (2012). Dirección de Marketing.

Gobierno de Chile, (s.f), *Todos los fondos del estado en un solo lugar*, Obtenido de <https://fondos.gob.cl/>

Ministerio Secretaría General de Gobierno, (2020-2021), *Guía de fondos concursables*, División de Organizaciones Sociales.

Entel Empresas, (s.f.), 10 Opciones de financiamiento y asesoría pública para tu negocio, Obtenido de <https://ce.entel.cl/emprendedores/articulos/financiamiento-para-iniciar-un-negocio/>

Fondo Esperanza, (s.f.), Que Hacemos, Obtenido de <https://www.fondoesperanza.cl/creditobancocomunal>

Gamboa, O., Hormazabal, F. y Yañez, A. (2019), *Financiamiento Bancario de Empresas de Menor Tamaño en Chile*, CMF. Obtenido de https://www.cmfchile.cl/portal/estadisticas/617/articles-29851_doc_pdf.pdf

FOGAPE, (s.f.), *¿Qué es FOGAPE?*, Obtenido de <https://www.fogape.cl/que-es-fogape/#:~:text=El%20Fondo%20de%20Garant%C3%ADa%20para,otorguen%20a%20Micro%20Peque%C3%B1os%20Empresarios%2C>

INACAP, (s.f.), *Incubadoras de negocios una herramienta valiosísima para convertir tu idea en una empresa*, Somos emprendedores, Obtenido de <https://portales.inacap.cl/somos-emprendedores/post-emprendedores/incubadoras-de-negocios-una-herramienta-valiosissima-para-convertir-tu-idea-en-una-empresa>

Clavijo, C. (2021), *Incubadoras de empresas: qué es, como funciona y ejemplos*, Hubspot. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/incubadora-empresas>

CORFO, (2017), *CORFO entrega reconocimiento a incubadoras de negocios en encuentro nacional 2017*, Obtenido de https://www.corfo.cl/sites/Satellite?c=C_NoticiaNacional&cid=1476720375409&d=Touch&pagename=CorfoPortalPublico%2FC_NoticiaNacional%2FcorfoDetalleNoticiaNacionalWeb

Ministerio de economía, fomento y turismo, (s.f.), *Programa quiero emprender*, Obtenido de <https://www.quieroemprender.cl/>

CORFO, (s.f.), *¿Cómo funciona el viaje del emprendedor?*, Obtenido de <https://www.elviajedelemprendedor.cl/docs/Explicativo.pdf>

SERCOTEC, (s.f.), *Capital semilla emprende*, Obtenido de <https://www.sercotec.cl/capital-semilla-emprende/>

La quinta emprende, (s.f.), *Inicio La Quinta Emrende*, Obtenido de <https://laquintaemprende.cl/>

SERCOTEC, (2020), Cuenta pública participativa 2020 SERCOTEC, Obtenido de <https://www.sercotec.cl/wp-content/uploads/2021/05/CPP-2021-Sercotec.pdf>

COLBÚN, (s.f.), Centro de emprendimiento COLBÚN. Obtenido de <https://cecolbun.cl/>

Chile Atiende, (2022), Centro de Negocios Sercotec, Obtenido de <https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/68603-centros-de-negocios-sercotec#:~:text=Actualmente%2C%20la%20Red%20de%20Centros,a%20lo%20largo%20de%20Chile.>

SII, (2022), Estadísticas por empresa, Obtenido de https://www.sii.cl/sobre_el_sii/estadisticas_de_empresas.html

11. Anexos

Anexo N°1. Conocimiento de los fondos concursables por rubros.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Conoce fondos concursables	Si	Recuento	35	14	10	2	61
		% del total	37,6%	15,1%	10,8%	2,2%	65,6%
	No	Recuento	16	6	5	5	32
		% del total	17,2%	6,5%	5,4%	5,4%	34,4%
Total		Recuento	51	20	15	7	93
		% del total	54,8%	21,5%	16,1%	7,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°2. Utilización de los fondos concursables por rubros.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Ha postulado a algún fondo concursable	Si	Recuento	8	7	1	1	17
		% del total	13,1%	11,5%	1,6%	1,6%	27,9%
	No	Recuento	27	7	9	1	44
		% del total	44,3%	11,5%	14,8%	1,6%	72,1%
Total		Recuento	35	14	10	2	61
		% del total	57,4%	23,0%	16,4%	3,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°3. Utilidad de los fondos concursables por rubros.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Ha sido util el fondo	Muy poco util	Recuento	1	1	0	0	2
		% del total	6,7%	6,7%	0,0%	0,0%	13,3%
	Poco util	Recuento	3	1	0	0	4
		% del total	20,0%	6,7%	0,0%	0,0%	26,7%
	Medianamente util	Recuento	2	1	0	0	3
		% del total	13,3%	6,7%	0,0%	0,0%	20,0%
	Util	Recuento	0	1	0	0	1
		% del total	0,0%	6,7%	0,0%	0,0%	6,7%
	Muy util	Recuento	2	1	1	1	5
		% del total	13,3%	6,7%	6,7%	6,7%	33,3%
Total		Recuento	8	5	1	1	15
		% del total	53,3%	33,3%	6,7%	6,7%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°4. Conocimiento de los fondos concursables por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Conoce fondos concursables	Si	Recuento	37	15	5	4	61
		% del total	39,8%	16,1%	5,4%	4,3%	65,6%
	No	Recuento	15	10	4	3	32
		% del total	16,1%	10,8%	4,3%	3,2%	34,4%
Total		Recuento	52	25	9	7	93
		% del total	55,9%	26,9%	9,7%	7,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°5. Utilización de los fondos concursables por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Ha postulado a algún fondo concursable	Si	Recuento	6	7	2	2	17
		% del total	9,8%	11,5%	3,3%	3,3%	27,9%
	No	Recuento	31	8	3	2	44
		% del total	50,8%	13,1%	4,9%	3,3%	72,1%
Total		Recuento	37	15	5	4	61
		% del total	60.7%	24.6%	8,2%	6,6%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°6. Utilidad de los fondos concursables por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Ha sido util el fondo	Muy poco util	Recuento	1	1	0	0	2
		% del total	6,7%	6,7%	0,0%	0,0%	13,3%
	Poco util	Recuento	4	0	0	0	4
		% del total	26,7%	0,0%	0,0%	0,0%	26,7%
	Medianamente util	Recuento	0	2	0	1	3
		% del total	0,0%	13,3%	0,0%	6,7%	20,0%
	Util	Recuento	0	1	0	0	1
		% del total	0,0%	6,7%	0,0%	0,0%	6,7%
	Muy util	Recuento	1	2	1	1	5
		% del total	6,7%	13,3%	6,7%	6,7%	33,3%
Total	Recuento	6	6	1	2	15	
	% del total	40,0%	40,0%	6,7%	13,3%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°7. Conocimiento de los fondos concursables por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Conoce fondos concursables	Si	Recuento	40	5	16	61
		% del total	43,0%	5,4%	17,2%	65,6%
	No	Recuento	12	2	18	32
		% del total	12,9%	2,2%	19,4%	34,4%
Total		Recuento	52	7	34	93
		% del total	55,9%	7,5%	36,6%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°8. Utilización de los fondos concursables por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Ha postulado a algún fondo concursable	Si	Recuento	12	1	4	17
		% del total	19,7%	1,6%	6,6%	27,9%
	No	Recuento	28	4	12	44
		% del total	45,9%	6,6%	19,7%	72,1%
Total		Recuento	40	5	16	61
		% del total	65,6%	8,2%	26,2%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°9. Utilidad de los fondos concursables por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaiso	Marga Marga	San felipe	
Ha sido util el fondo	Muy poco util	Recuento	1	0	1	2
		% del total	6,7%	0,0%	6,7%	13,3%
	Poco util	Recuento	3	1	0	4
		% del total	20,0%	6,7%	0,0%	26,7%
	Medianamente util	Recuento	2	0	1	3
		% del total	13,3%	0,0%	6,7%	20,0%
	Util	Recuento	1	0	0	1
		% del total	6,7%	0,0%	0,0%	6,7%
	Muy util	Recuento	3	1	1	5
		% del total	20,0%	6,7%	6,7%	33,3%
Total	Recuento	10	2	3	15	
	% del total	66,7%	13,3%	20,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°10. Conocimiento de los centros de capacitación por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Conoce centros de capacitación	Si	Recuento	19	10	7	3	39
		% del total	24,1%	12,7%	8,9%	3,8%	49,4%
	No	Recuento	20	8	8	4	40
		% del total	25,3%	10,1%	10,1%	5,1%	50,6%
Total		Recuento	39	18	15	7	79
		% del total	49,4%	22,8%	19,0%	8,9%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°11. Utilización de los centros de capacitación por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Ha solicitado apoyo en algun centro	Si	Recuento	11	7	2	1	21
		% del total	26,2%	16,7%	4,8%	2,4%	50,0%
	No	Recuento	10	4	5	2	21
		% del total	23,8%	9,5%	11,9%	4,8%	50,0%
Total		Recuento	21	11	7	3	42
		% del total	50,0%	26,2%	16,7%	7,1%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°12. Utilidad de los centros de capacitación por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Ha sido util el centro de capacitación	Muy poco util	Recuento	2	1	0	0	3
		% del total	9,5%	4,8%	0,0%	0,0%	14,3%
	Medianamente util	Recuento	4	2	0	0	6
		% del total	19,0%	9,5%	0,0%	0,0%	28,6%
	Util	Recuento	1	1	0	0	2
		% del total	4,8%	4,8%	0,0%	0,0%	9,5%
	Muy util	Recuento	4	3	2	1	10
		% del total	19,0%	14,3%	9,5%	4,8%	47,6%
Total	Recuento	11	7	2	1	21	
	% del total	52,4%	33,3%	9,5%	4,8%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°13. Conocimiento de los centros de capacitación por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Conoce centros de capacitación	Si	Recuento	25	7	4	3	39
		% del total	31,6%	8,9%	5,1%	3,8%	49,4%
	No	Recuento	17	15	4	4	40
		% del total	21,5%	19,0%	5,1%	5,1%	50,6%
Total		Recuento	42	22	8	7	79
		% del total	53,2%	27,8%	10,1%	8,9%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°14. Utilización de los centros de capacitación por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Ha solicitado apoyo en algun centro	Si	Recuento	13	5	2	1	21
		% del total	31,0%	11,9%	4,8%	2,4%	50,0%
	No	Recuento	13	4	2	2	21
		% del total	31,0%	9,5%	4,8%	4,8%	50,0%
Total		Recuento	26	9	4	3	42
		% del total	61,9%	21,4%	9,5%	7,1%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°15. Utilidad de los centros de capacitación por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Ha sido util el centro de capacitación	Muy poco util	Recuento	1	1	0	1	3
		% del total	4,8%	4,8%	0,0%	4,8%	14,3%
	Medianamente util	Recuento	5	1	0	0	6
		% del total	23,8%	4,8%	0,0%	0,0%	28,6%
	Util	Recuento	1	1	0	0	2
		% del total	4,8%	4,8%	0,0%	0,0%	9,5%
	Muy util	Recuento	5	2	2	1	10
		% del total	23,8%	9,5%	9,5%	4,8%	47,6%
Total		Recuento	12	5	2	2	21
		% del total	57,1%	23,8%	9,5%	9,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°16. Conocimiento de los centros de capacitación por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Conoce centros de capacitación	Si	Recuento	19	3	17	39
		% del total	24,1%	3,8%	21,5%	49,4%
	No	Recuento	21	2	17	40
		% del total	26,6%	2,5%	21,5%	50,6%
Total		Recuento	40	5	34	79
		% del total	50,6%	6,3%	43,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°17. Utilización de los centros de capacitación por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Ha solicitado apoyo en algún centro	Si	Recuento	14	1	6	21
		% del total	33,3%	2,4%	14,3%	50,0%
	No	Recuento	8	2	11	21
		% del total	19,0%	4,8%	26,2%	50,0%
Total		Recuento	22	3	17	42
		% del total	52,4%	7,1%	40,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°18. Utilidad de los centros de capacitación por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Ha sido útil el centro de capacitación	Muy poco útil	Recuento	2	0	1	3
		% del total	9,5%	0,0%	4,8%	14,3%
	Medianamente útil	Recuento	5	0	1	6
		% del total	23,8%	0,0%	4,8%	28,6%
	Útil	Recuento	2	0	0	2
		% del total	9,5%	0,0%	0,0%	9,5%
	Muy útil	Recuento	6	1	3	10
		% del total	28,6%	4,8%	14,3%	47,6%
Total	Recuento	15	1	5	21	
	% del total	71,4%	4,8%	23,8%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°19. Conocimiento de los accesos al financiamiento por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Conoce los accesos al financiamiento	Si	Recuento	14	9	5	2	30
		% del total	17,1%	11,0%	6,1%	2,4%	36,6%
	No	Recuento	27	10	10	5	52
		% del total	32,9%	12,2%	12,2%	6,1%	63,4%
Total		Recuento	41	19	15	7	82
		% del total	50,0%	23,2%	18,3%	8,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°20. Utilización de los accesos al financiamiento por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Ha utilizado algun accesos al financiamiento	Si	Recuento	1	2	1	2	6
		% del total	3,3%	6,7%	3,3%	6,7%	20,0%
	No	Recuento	13	7	4	0	24
		% del total	43,3%	23,3%	13,3%	0,0%	80,0%
Total		Recuento	14	9	5	2	30
		% del total	46,7%	30,0%	16,7%	6,7%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°21. Utilidad de los accesos al financiamiento por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Ha sido util el acceso al financiamiento	Muy poco util	Recuento	1	1	0	0	2
		% del total	14,3%	14,3%	0,0%	0,0%	28,6%
	Muy util	Recuento	1	1	1	2	5
		% del total	14,3%	14,3%	14,3%	28,6%	71,4%
Total		Recuento	2	2	1	2	7
		% del total	28,6%	28,6%	14,3%	28,6%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°22. Conocimiento de los accesos al financiamiento por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Conoce los accesos al financiamiento	Si	Recuento	14	12	2	2	30
		% del total	17,1%	14,6%	2,4%	2,4%	36,6%
	No	Recuento	29	12	6	5	52
		% del total	35,4%	14,6%	7,3%	6,1%	63,4%
Total		Recuento	43	24	8	7	82
		% del total	52,4%	29,3%	9,8%	8,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°23. Utilización de los accesos al financiamiento por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Ha utilizado algun accesos al financiamiento	Si	Recuento	1	2	2	1	6
		% del total	3,3%	6,7%	6,7%	3,3%	20,0%
	No	Recuento	13	10	0	1	24
		% del total	43,3%	33,3%	0,0%	3,3%	80,0%
Total		Recuento	14	12	2	2	30
		% del total	46,7%	40,0%	6,7%	6,7%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°24. Utilidad de los accesos al financiamiento por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Ha sido util el acceso al financiamiento	Muy poco util	Recuento	2	0	0	0	2
		% del total	28,6%	0,0%	0,0%	0,0%	28,6%
	Muy util	Recuento	0	2	2	1	5
		% del total	0,0%	28,6%	28,6%	14,3%	71,4%
	Total	Recuento	2	2	2	1	7
		% del total	28,6%	28,6%	28,6%	14,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°25. Conocimiento de los accesos al financiamiento por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Conoce los accesos al financiamiento	Si	Recuento	14	3	13	30
		% del total	17,1%	3,7%	15,9%	36,6%
	No	Recuento	29	2	21	52
		% del total	35,4%	2,4%	25,6%	63,4%
Total		Recuento	43	5	34	82
		% del total	52,4%	6,1%	41,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°26. Utilización de los accesos al financiamiento por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Ha utilizado algun accesos al financiamiento	Si	Recuento	1	1	4	6
		% del total	3,3%	3,3%	13,3%	20,0%
	No	Recuento	13	2	9	24
		% del total	43,3%	6,7%	30,0%	80,0%
Total		Recuento	14	3	13	30
		% del total	46,7%	10,0%	43,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°27. Utilidad de los accesos al financiamiento por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Ha sido útil el acceso al financiamiento	Muy poco útil	Recuento	1	0	1	2
		% del total	14,3%	0,0%	14,3%	28,6%
	Muy útil	Recuento	1	1	3	5
		% del total	14,3%	14,3%	42,9%	71,4%
Total		Recuento	2	1	4	7
		% del total	28,6%	14,3%	57,1%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°28. Conocimiento de las incubadoras de negocios por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Conoce las incubadoras de negocios	Si	Recuento	4	3	3	2	12
		% del total	4,9%	3,7%	3,7%	2,4%	14,6%
	No	Recuento	37	16	12	5	70
		% del total	45,1%	19,5%	14,6%	6,1%	85,4%
Total		Recuento	41	19	15	7	82
		% del total	50,0%	23,2%	18,3%	8,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°29. Utilización de las incubadoras de negocios por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Ha incubado alguna vez su proyecto de negocio	Si	Recuento	0	0	0	1	1
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	8,3%
	No	Recuento	4	3	3	1	11
		% del total	33,3%	25,0%	25,0%	8,3%	91,7%
Total		Recuento	4	3	3	2	12
		% del total	33,3%	25,0%	25,0%	16,7%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°30. Utilidad de las incubadoras de negocios por rubro.

			Rubro	Total
			Otros	
Ha sido util incubarlo	Muy util	Recuento	1	1
		% del total	100,0%	100,0%
Total		Recuento	1	1
		% del total	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°31. Conocimiento de las incubadoras de negocios por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Conoce las incubadoras de negocios	Si	Recuento	4	6	1	1	12
		% del total	4,9%	7,3%	1,2%	1,2%	14,6%
	No	Recuento	39	18	7	6	70
		% del total	47,6%	22,0%	8,5%	7,3%	85,4%
Total		Recuento	43	24	8	7	82
		% del total	52,4%	29,3%	9,8%	8,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°32. Utilización de las incubadoras de negocios por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Ha incubado alguna vez su proyecto de negocio	Si	Recuento	0	1	0	0	1
		% del total	0,0%	8,3%	0,0%	0,0%	8,3%
	No	Recuento	4	5	1	1	11
		% del total	33,3%	41,7%	8,3%	8,3%	91,7%
Total		Recuento	4	6	1	1	12
		% del total	33,3%	50,0%	8,3%	8,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°33. Utilidad de las incubadoras de negocios por años de funcionamiento.

			Años funcionando	Total
			(2-5)	
Ha sido util incubarlo	Muy util	Recuento	1	1
		% del total	100,0%	100,0%
Total		Recuento	1	1
		% del total	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°34. Conocimiento de las incubadoras de negocios por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Conoce las incubadoras de negocios	Si	Recuento	11	0	1	12
		% del total	13,4%	0,0%	1,2%	14,6%
	No	Recuento	32	5	33	70
		% del total	39,0%	6,1%	40,2%	85,4%
Total		Recuento	43	5	34	82
		% del total	52,4%	6,1%	41,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°35. Utilización de las incubadoras de negocios provincia.

			Provincia		Total
			Valparaíso	San Felipe	
Ha incubado alguna vez su proyecto de negocio	Si	Recuento	1	0	1
		% del total	8,3%	0,0%	8,3%
	No	Recuento	10	1	11
		% del total	83,3%	8,3%	91,7%
Total		Recuento	11	1	12
		% del total	91,7%	8,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°36. Utilidad de las incubadoras de negocios por años de funcionamiento.

			Provincia	Total
			Valparaíso	
Ha sido útil incubarlo	Muy útil	Recuento	1	1
		% del total	100,0%	100,0%
Total		Recuento	1	1
		% del total	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°37. Conocimiento de las plataformas de apoyo por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Conoce las plataformas de apoyo	Si	Recuento	17	11	8	3	39
		% del total	20,7%	13,4%	9,8%	3,7%	47,6%
	No	Recuento	24	8	7	4	43
		% del total	29,3%	9,8%	8,5%	4,9%	52,4%
Total		Recuento	41	19	15	7	82
		% del total	50,0%	23,2%	18,3%	8,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°38. Utilización de las plataformas de apoyo por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Ha utilizado plataformas de apoyo	Si	Recuento	8	4	4	1	17
		% del total	20,5%	10,3%	10,3%	2,6%	43,6%
	No	Recuento	9	7	4	2	22
		% del total	23,1%	17,9%	10,3%	5,1%	56,4%
Total		Recuento	17	11	8	3	39
		% del total	43,6%	28,2%	20,5%	7,7%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°39. Utilidad de las plataformas de apoyo por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Ha sido util estas plataformas de apoyo	Medianamente util	Recuento	3	0	1	0	4
		% del total	17,6%	0,0%	5,9%	0,0%	23,5%
	Util	Recuento	2	2	1	1	6
		% del total	11,8%	11,8%	5,9%	5,9%	35,3%
	Muy util	Recuento	3	2	2	0	7
		% del total	17,6%	11,8%	11,8%	0,0%	41,2%
	Total	Recuento	8	4	4	1	17
		% del total	47,1%	23,5%	23,5%	5,9%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°40. Conocimiento de las plataformas de apoyo por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Conoce las plataformas de apoyo	Si	Recuento	19	16	2	2	39
		% del total	23,2%	19,5%	2,4%	2,4%	47,6%
	No	Recuento	24	8	6	5	43
		% del total	29,3%	9,8%	7,3%	6,1%	52,4%
Total		Recuento	43	24	8	7	82
		% del total	52,4%	29,3%	9,8%	8,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°41. Utilización de las plataformas de apoyo por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Ha utilizado plataformas de apoyo	Si	Recuento	9	6	0	2	17
		% del total	23,1%	15,4%	0,0%	5,1%	43,6%
	No	Recuento	10	10	2	0	22
		% del total	25,6%	25,6%	5,1%	0,0%	56,4%
Total		Recuento	19	16	2	2	39
		% del total	48,7%	41,0%	5,1%	5,1%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°42. Utilidad de las plataformas de apoyo por años de funcionamiento.

			Años funcionando			Total
			(0-2)	(2-5)	mas de 10	
Ha sido util estas plataformas de apoyo	Medianamente util	Recuento	2	2	0	4
		% del total	11,8%	11,8%	0,0%	23,5%
	Util	Recuento	2	2	2	6
		% del total	11,8%	11,8%	11,8%	35,3%
	Muy util	Recuento	5	2	0	7
		% del total	29,4%	11,8%	0,0%	41,2%
Total	Recuento	9	6	2	17	
	% del total	52,9%	35,3%	11,8%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°43. Conocimiento de las plataformas de apoyo por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Conoce las plataformas de apoyo	Si	Recuento	21	2	16	39
		% del total	25,6%	2,4%	19,5%	47,6%
	No	Recuento	22	3	18	43
		% del total	26,8%	3,7%	22,0%	52,4%
Total		Recuento	43	5	34	82
		% del total	52,4%	6,1%	41,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°44. Utilización de las plataformas de apoyo por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Ha utilizado plataformas de apoyo	Si	Recuento	11	1	5	17
		% del total	28,2%	2,6%	12,8%	43,6%
	No	Recuento	10	1	11	22
		% del total	25,6%	2,6%	28,2%	56,4%
Total		Recuento	21	2	16	39
		% del total	53,8%	5,1%	41,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°45. Utilidad de las plataformas de apoyo por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Ha sido útil estas plataformas de apoyo	Medianamente útil	Recuento	2	0	2	4
		% del total	11,8%	0,0%	11,8%	23,5%
	Útil	Recuento	4	1	1	6
		% del total	23,5%	5,9%	5,9%	35,3%
	Muy útil	Recuento	5	0	2	7
		% del total	29,4%	0,0%	11,8%	41,2%
Total	Recuento	11	1	5	17	
	% del total	64,7%	5,9%	29,4%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°46. Conocimiento de los programas de emprendimiento por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Conoce los programas	Si	Recuento	7	5	3	2	17
		% del total	8,5%	6,1%	3,7%	2,4%	20,7%
	No	Recuento	34	14	12	5	65
		% del total	41,5%	17,1%	14,6%	6,1%	79,3%
Total		Recuento	41	19	15	7	82
		% del total	50,0%	23,2%	18,3%	8,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°47. Utilización de los programas de emprendimiento por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Ha utilizado los programas	Si	Recuento	0	2	1	0	3
		% del total	0,0%	11,8%	5,9%	0,0%	17,6%
	No	Recuento	7	3	2	2	14
		% del total	41,2%	17,6%	11,8%	11,8%	82,4%
Total		Recuento	7	5	3	2	17
		% del total	41,2%	29,4%	17,6%	11,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°48. Utilidad de los programas de emprendimiento por rubro.

			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Ha sido util utilizar los programas	Muy poco util	Recuento	0	1	0	1	2
		% del total	0,0%	20,0%	0,0%	20,0%	40,0%
	Medianamente util	Recuento	1	0	0	0	1
		% del total	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	Util	Recuento	0	1	0	0	1
		% del total	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	Muy util	Recuento	0	0	1	0	1
		% del total	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	20,0%
Total	Recuento	1	2	1	1	5	
	% del total	20,0%	40,0%	20,0%	20,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°49. Conocimiento de los programas de emprendimiento por años de funcionamiento.

			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Conoce los programas	Si	Recuento	10	5	2	0	17
		% del total	12,2%	6,1%	2,4%	0,0%	20,7%
	No	Recuento	33	19	6	7	65
		% del total	40,2%	23,2%	7,3%	8,5%	79,3%
Total	Recuento	43	24	8	7	82	
	% del total	52,4%	29,3%	9,8%	8,5%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°50. Utilización de los programas de emprendimiento por años de funcionamiento.

			Años funcionando			Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	
Ha utilizado los programas	Si	Recuento	2	0	1	3
		% del total	11,8%	0,0%	5,9%	17,6%
	No	Recuento	8	5	1	14
		% del total	47,1%	29,4%	5,9%	82,4%
Total		Recuento	10	5	2	17
		% del total	58,8%	29,4%	11,8%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°51. Utilidad de los programas de emprendimiento por años de funcionamiento.

			Años funcionando			Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	
Ha sido util utilizar los programas	Muy poco util	Recuento	1	1	0	2
		% del total	20,0%	20,0%	0,0%	40,0%
	Medianamente util	Recuento	1	0	0	1
		% del total	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	Util	Recuento	1	0	0	1
		% del total	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	Muy util	Recuento	0	0	1	1
		% del total	0,0%	0,0%	20,0%	20,0%
Total	Recuento	3	1	1	5	
	% del total	60,0%	20,0%	20,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°52. Conocimiento de los programas de emprendimiento por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Conoce los programas	Si	Recuento	10	1	6	17
		% del total	12,2%	1,2%	7,3%	20,7%
	No	Recuento	33	4	28	65
		% del total	40,2%	4,9%	34,1%	79,3%
Total		Recuento	43	5	34	82
		% del total	52,4%	6,1%	41,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°53. Utilización de los programas de emprendimiento por provincia.

			Provincia			Total
			Valparaíso	Marga Marga	San Felipe	
Ha utilizado los programas	Si	Recuento	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	17,6%	17,6%
	No	Recuento	10	1	3	14
		% del total	58,8%	5,9%	17,6%	82,4%
Total		Recuento	10	1	6	17
		% del total	58,8%	5,9%	35,3%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°54. Utilidad de los programas de emprendimiento por provincia.

			Provincia		Total
			Valparaíso	San Felipe	
Ha sido útil utilizar los programas	Muy poco útil	Recuento	1	1	2
		% del total	20,0%	20,0%	40,0%
	Medianamente útil	Recuento	1	0	1
		% del total	20,0%	0,0%	20,0%
	Útil	Recuento	0	1	1
		% del total	0,0%	20,0%	20,0%
	Muy útil	Recuento	0	1	1
		% del total	0,0%	20,0%	20,0%
Total	Recuento	2	3	5	
	% del total	40,0%	60,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°55. Utilidad de los fondos concursables por provincia y años de funcionamiento.

Provincia			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Valparaiso	Ha sido util el fondo	Muy poco util	0	1		0	1
		Poco util	3	0		0	3
		Medianamente util	0	1		1	2
		Util	0	1		0	1
		Muy util	1	2		0	3
	Total		4	5		1	10
Marga Marga	Ha sido util el fondo	Poco util	1			0	1
		Muy util	0			1	1
	Total		1			1	2
San Felipe	Ha sido util el fondo	Muy poco util	1	0	0		1
		Medianamente util	0	1	0		1
		Muy util	0	0	1		1
	Total		1	1	1		3
Total	Ha sido util el fondo	Muy poco util	1	1	0	0	2
		Poco util	4	0	0	0	4
		Medianamente util	0	2	0	1	3
		Util	0	1	0	0	1
		Muy util	1	2	1	1	5
	Total		6	6	1	2	15

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°56. Utilidad de los centros de capacitación por provincia y años de funcionamiento.

Provincia			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Valparaiso	Ha sido util el centro de capacitación	Muy poco util	0	1		1	2
		Medianamente util	4	1		0	5
		Util	1	1		0	2
		Muy util	4	2		0	6
	Total		9	5		1	15
Marga Marga	Ha sido util el centro de capacitación	Muy util				1	1
	Total					1	1
San Felipe	Ha sido util el centro de capacitación	Muy poco util	1		0		1
		Medianamente util	1		0		1
		Muy util	1		2		3
	Total		3		2		5
Total	Ha sido util el centro de capacitación	Muy poco util	1	1	0	1	3
		Medianamente util	5	1	0	0	6
		Util	1	1	0	0	2
		Muy util	5	2	2	1	10
	Total		12	5	2	2	21

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°57. Utilidad de los accesos al financiamiento por provincia y años de funcionamiento.

Provincia			Años funcionando				Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	mas de 10	
Valparaíso	Ha sido útil el acceso al financiamiento	Muy poco útil	1	0			1
		Muy útil	0	1			1
	Total		1	1			2
Marga Marga	Ha sido útil el acceso al financiamiento	Muy útil				1	1
	Total					1	1
San Felipe	Ha sido útil el acceso al financiamiento	Muy poco útil	1	0	0		1
		Muy útil	0	1	2		3
	Total		1	1	2		4
Total	Ha sido útil el acceso al financiamiento	Muy poco útil	2	0	0	0	2
		Muy útil	0	2	2	1	5
	Total		2	2	2	1	7

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°58. Utilidad de las incubadoras de negocios por provincia y años de funcionamiento.

Provincia			Años funcionando	Total
			(2-5)	
Valparaíso	Ha sido útil incubarlo	Muy útil	1	1
	Total		1	1
Total	Ha sido útil incubarlo	Muy útil	1	1
	Total		1	1

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°59. Utilidad de las plataformas de apoyo por provincia y años de funcionamiento.

Provincia			Años funcionando			Total
			(0-2)	(2-5)	mas de 10	
Valparaíso	Ha sido útil estas plataformas de apoyo	Medianamente útil	1	1	0	2
		Útil	1	2	1	4
		Muy útil	3	2	0	5
	Total		5	5	1	11
Marga Marga	Ha sido útil estas plataformas de apoyo	Útil			1	1
	Total				1	1
San Felipe	Ha sido útil estas plataformas de apoyo	Medianamente útil	1	1		2
		Útil	1	0		1
		Muy útil	2	0		2
	Total		4	1		5
Total	Ha sido útil estas plataformas de apoyo	Medianamente útil	2	2	0	4
		Útil	2	2	2	6
		Muy útil	5	2	0	7
	Total		9	6	2	17

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°60. Utilidad de los programas de emprendimiento por provincia y años de funcionamiento.

Provincia			Años funcionando			Total
			(0-2)	(2-5)	(5-10)	
Valparaiso	Ha sido util utilizar los programas	Muy poco util	0	1		1
		Medianamente util	1	0		1
	Total		1	1		2
San felipe	Ha sido util utilizar los programas	Muy poco util	1		0	1
		Util	1		0	1
		Muy util	0		1	1
	Total		2		1	3
Total	Ha sido util utilizar los programas	Muy poco util	1	1	0	2
		Medianamente util	1	0	0	1
		Util	1	0	0	1
		Muy util	0	0	1	1
	Total		3	1	1	5

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°61. Utilidad de los fondos concursables por provincia y rubro.

Provincia			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Valparaiso	Ha sido util el fondo	Muy poco util	1	0		0	1
		Poco util	2	1		0	3
		Medianamente util	1	1		0	2
		Util	0	1		0	1
		Muy util	2	0		1	3
	Total		6	3		1	10
Marga Marga	Ha sido util el fondo	Poco util	1	0			1
		Muy util	0	1			1
	Total		1	1			2
San felipe	Ha sido util el fondo	Muy poco util	0	1	0		1
		Medianamente util	1	0	0		1
		Muy util	0	0	1		1
	Total		1	1	1		3
Total	Ha sido util el fondo	Muy poco util	1	1	0	0	2
		Poco util	3	1	0	0	4
		Medianamente util	2	1	0	0	3
		Util	0	1	0	0	1
		Muy util	2	1	1	1	5
	Total		8	5	1	1	15

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°62. Utilidad de los centros de capacitación por provincia y rubro.

Provincia			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Valparaíso	Ha sido útil el centro de capacitación	Muy poco útil	2	0	0	0	2
		Medianamente útil	3	2	0	0	5
		Útil	1	1	0	0	2
		Muy útil	3	1	1	1	6
	Total		9	4	1	1	15
Marga Marga	Ha sido útil el centro de capacitación	Muy útil		1			1
	Total			1			1
San Felipe	Ha sido útil el centro de capacitación	Muy poco útil	0	1	0		1
		Medianamente útil	1	0	0		1
		Muy útil	1	1	1		3
	Total		2	2	1		5
Total	Ha sido útil el centro de capacitación	Muy poco útil	2	1	0	0	3
		Medianamente útil	4	2	0	0	6
		Útil	1	1	0	0	2
		Muy útil	4	3	2	1	10
	Total		11	7	2	1	21

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°63. Utilidad de los accesos al financiamiento por provincia y rubro.

Provincia			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Valparaíso	Ha sido útil el acceso al financiamiento	Muy poco útil	1			0	1
		Muy útil	0			1	1
	Total		1			1	2
Marga Marga	Ha sido útil el acceso al financiamiento	Muy útil		1			1
	Total			1			1
San Felipe	Ha sido útil el acceso al financiamiento	Muy poco útil	0	1	0	0	1
		Muy útil	1	0	1	1	3
	Total		1	1	1	1	4
Total	Ha sido útil el acceso al financiamiento	Muy poco útil	1	1	0	0	2
		Muy útil	1	1	1	2	5
	Total		2	2	1	2	7

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°64. Utilidad de incubadoras de negocios por provincia y rubro.

Provincia			Rubro	Total
			Otros	
Valparaíso	Ha sido útil incubarlo	Muy útil	1	1
	Total		1	1
Total	Ha sido útil incubarlo	Muy útil	1	1
	Total		1	1

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°65. Utilidad de plataformas de apoyo por provincia y rubro.

Provincia			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Valparaíso	Ha sido útil estas plataformas de apoyo	Medianamente útil	2	0	0	0	2
		Útil	2	1	0	1	4
		Muy útil	3	1	1	0	5
	Total		7	2	1	1	11
Marga Marga	Ha sido útil estas plataformas de apoyo	Útil		1			1
		Total		1			1
San Felipe	Ha sido útil estas plataformas de apoyo	Medianamente útil	1	0	1		2
		Útil	0	0	1		1
		Muy útil	0	1	1		2
	Total		1	1	3		5
Total	Ha sido útil estas plataformas de apoyo	Medianamente útil	3	0	1	0	4
		Útil	2	2	1	1	6
		Muy útil	3	2	2	0	7
	Total		8	4	4	1	17

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°66. Utilidad de los programas de emprendimiento por provincia y rubro.

Provincia			Rubro				Total
			Comercio	Manufactura	Servicios	Otros	
Valparaíso	Ha sido útil utilizar los programas	Muy poco útil	0			1	1
		Medianamente útil	1			0	1
	Total		1			1	2
San Felipe	Ha sido útil utilizar los programas	Muy poco útil		1	0		1
		Útil		1	0		1
		Muy útil		0	1		1
	Total			2	1		3
Total	Ha sido útil utilizar los programas	Muy poco útil	0	1	0	1	2
		Medianamente útil	1	0	0	0	1
		Útil	0	1	0	0	1
		Muy útil	0	0	1	0	1
	Total		1	2	1	1	5

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°67. QR de encuesta para emprendedores de manera presencial.



Anexo N°68. Encuesta.

1. ¿Usted tiene algún emprendimiento?
2. ¿Cuál es el tamaño de su emprendimiento?
3. ¿Su emprendimiento está formalizado?
4. ¿A qué provincia pertenece su emprendimiento?
5. ¿Cuántos años lleva funcionando su emprendimiento?
6. Nombre del emprendimiento
7. ¿A qué rubro pertenece?
8. ¿Usted conoce los fondos concursables?

Si responde que sí, se continúa con las siguientes preguntas.

8.1. ¿Qué fondos concursables conoce?

8.2. ¿Usted ha postulado a algún fondo concursable?

8.3. En el caso de que, si haya solicitado apoyo, ¿Le ha sido útil este apoyo de los fondos concursables? (En el caso que no haya solicitado apoyo omitir pregunta).

9. ¿Usted conoce los centros de capacitación?

Si responde que sí, se continúa con las siguientes preguntas.

9.1. ¿Qué centros de capacitación conoce?

9.2. ¿Ha solicitado apoyo en alguno de estos centros de capacitación?

9.3. En el caso de que, si haya solicitado apoyo, ¿Le ha sido útil este apoyo de los centros de capacitación?

10. ¿Usted conoce los accesos al financiamiento de un emprendimiento?

Si responde que sí, se continúa con las siguientes preguntas.

10.1. ¿Cuál de estos accesos al financiamiento conoce?

10.2. ¿Ha utilizado alguno de estos accesos al financiamiento?

10.3. En el caso de haberlo utilizado, ¿Le fue útil para su emprendimiento este acceso al financiamiento?

11. ¿Usted conoce las incubadoras de negocios?

Si responde que sí, se continúa con las siguientes preguntas.

11.1. ¿Qué incubadoras de negocios conoce?

11.2. ¿Ha incubado alguna vez su proyecto de negocio?

11.3. En el caso de que, si haya incubado su negocio, ¿Cómo fue útil la incubadora para el desarrollo del su emprendimiento?

12. ¿Usted conoce las plataformas de apoyo para emprendedores?

Si responde que sí, se continúa con las siguientes preguntas.

12.1. ¿Qué plataformas de apoyo conoce?

12.2. ¿Ha utilizado alguna de estas plataformas de apoyo?

12.3. En el caso que, si la haya utilizado, ¿Le ha sido útil esta plataforma?

13. ¿Usted conoce los programas de emprendimiento?

Si responde que sí, se continúa con las siguientes preguntas.

13.1. ¿Qué programas de emprendimiento conoce?

13.2. ¿Ha utilizado alguno de estos programas?

13.3. En el caso que, si haya utilizado algún programa, ¿este le ayudó a mejorar en su emprendimiento?

Anexo N°69. Fórmula Muestra población finita.

CONSIDERANDO EL UNIVERSO FINITO

FORMULA DE CALCULO

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

- Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)
p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado
q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p
Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q
N = Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)
e = Error de estimación máximo aceptado
n = Tamaño de la muestra